

ABSTRAK

Jagung merupakan salah satu hasil pertanian yang bernilai tinggi perekonomian yang kuat dengan potensi pertumbuhan. Meskipun jagung di Indonesia merupakan produk pangan terpenting kedua setelah padi/beras. Saluran pemasaran adalah rute yang dilalui oleh produk pertanian ketika produk bergerak dari farm gate yaitu petani produsen ke pengguna atau pemakai terakhir. Produk pertanian yang berbeda akan mengikuti saluran pemasaran yang berbeda pula. Umumnya saluran pemasaran terdiri atas sejumlah lembaga pemasaran dan pelaku pendukung.

Jenis data yang diperoleh dalam penelitian terdiri data primer dan data sekunder, data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian pada lokasi penelitian. Pada penelitian ini data primer diperoleh dari usaha tani jagung bentuk data primer berupa informasi tentang luas lahan jagung, budidaya jagung. Hasil panen, harga jual dan harga beli, dan Lembaga pemasaran yang digunakan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara Wawancara, Observasi, Dokumentasi.

Kata Kunci : Komoditas Jagung, Saluran Pemasaran, Farmer's Share

ABSTRACT

Corn is one of the agricultural products of high value, a strong economy with growth potential. Although corn in Indonesia is the second most important food product after rice / rice. Marketing channels are the routes traveled by agricultural products when products move from farm gates, i.e. farmers, producers, to users or last users. Different agricultural products will follow different marketing channels. Generally, marketing channels consist of a number of marketing agencies and supporting actors.

The type of data obtained in the study consists of primary data and secondary data, primary data is data obtained directly from research respondents at the research location. In this study, primary data was obtained from corn farming in the form of primary data in the form of information about corn land area, corn cultivation. The harvest, the selling price and purchase price, and the marketing agency used. Primary data collection is carried out by means of Interviews, Observations, Documentation.

Keywords : Corn Commodity, Marketing Channel, Farmer's Share