

## ABSTRAK

**AGUS ARDIANSYAH 105961111219.** Analisis Saluran Pemasaran Komoditas Jagung di Desa Pallantikang Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto. Dibimbing oleh Mohammad Natsir dan Rasdiana Mudatsir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin dan efisiensi pemasaran komoditas jagung di Desa Pallantikang Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *Simple Random Sampling* dan *snowball sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pemasaran jagung di Desa Pallantikang Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto terdapat 3 saluran pemasaran yang digunakan oleh petani, yaitu: (a) Petani – Pabrik Japfa – Konsumen; (b) Petani – Pedagang besar – Pabrik Japfa – Konsumen; (c) Petani – Pedagang pengumpul – Pedagang besar – Pabrik Japfa – Konsumen. (2) Margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran III yaitu Rp. 2.500/Kg. Margin pemasaran terkecil terdapat pada saluran I yaitu Rp. 1.000/Kg. Dan margin saluran II sebesar Rp. 1.800/Kg. (3) Efisiensi pemasaran pada saluran I memiliki nilai sebesar  $7% < 33%$ , saluran pemasaran II bernilai  $13% < 33%$  dan saluran pemasaran III yaitu sebesar  $17% < 33%$  artinya saluran I, II, dan III merupakan saluran pemasaran yang efisien.

*Kata Kunci: Jagung, Saluran Pemasaran, Pallantikang*

## **ABSTRACT**

**AGUS ARDIANSYAH 1059611111219.** *Analysis of Corn Commodity Marketing Channels in Pallantikang Village, Bangkala District, Jeneponto Regency. Supervised by **Mohammad Natsir and Rasdiana Mudatsir***

*This research aims to determine the marketing channels, marketing margins for corn and marketing efficiency of corn commodities in Pallantikang Village, Bangkala District, Jeneponto Regency. This research uses sampling techniques using the Simple Random Sampling method and snowball sampling.*

*The research results show that: (1) Marketing corn in Pallantikang Village, Bangkala District, Jeneponto Regency, there are 3 marketing channels used by farmers, namely: (a) Farmers - Japfa Factory - Consumers; (b) Farmers – Wholesalers – Japfa factories – Consumers; (c) Farmers – Collecting traders – Wholesalers – Japfa factories – Consumers. (2) The largest marketing margin is in channel III, namely Rp. 2,500/Kg. The smallest marketing margin is found in channel I, namely Rp. 1,000/Kg. And channel II's margin is IDR. 1,800/Kg. (3) Marketing efficiency in channel I has a value of 7% <33%, marketing channel II has a value of 13% <33% and marketing channel III is 17% <33%, meaning that channels I, II and III are efficient marketing channels .*

*Keywords: Corn, Marketing Channels, Pallantikang*