

ABSTRAK

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PRODUK JAGUNG MENTAH (STUDI KASUS PADA KOMUNITAS PENGEPUK JAGUNG LOKAL) KECAMATAN TANJUNG BINTANG KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

Oleh

YOGI APRINALDI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui distribusi saluran pemasaran jagung yang ada di Kecamatan Tanjung Bintang. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif. Populasi dan sampel sebanyak 35 orang petani, 3 orang tengkulak dan 2 orang penggilingan jagung. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui saluran distribusi jagung dilakukan dengan analisis berdasarkan data primer yang bersumber dari informan dan untuk mengetahui efisiensi jagung dianalisis dengan pendekatan analisis margin pemasaran dan *farmer's share*.

Hasil penelitian menunjukkan saluran distribusi jagung di Kecamatan Tanjung Bintang terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu (1) Petani - Pedagang Tengkulak – Pabrik - Konsumen. (2) Petani - Penggilingan Jagung – Konsumen. Saluran pemasaran yang paling efektif yakni saluran pemasaran 2 dengan nilai *farmer's share* sebesar 64,06 %, akan tetapi volume pembelian jagung pada saluran 2 ini hanya mampu berkisar antar 100-150 ton saja, sedangkan pada saluran 1 volume pembelian jagung jauh lebih besar yakni 300-500 ton.

Kata kunci : saluran distribusi, jagung.

ABSTRACT

ANALYSIS OF RAW CORN PRODUCT DISTRIBUTION CHANNELS (A CASE STUDY ON THE LOCAL CORN PULPER COMMUNITY) TANJUNG BINTANG SUB-DISTRICT LAMPUNG SELATAN DISTRICT

By

YOGI APRINALDI

This study aims to determine the distribution of the maize marketing channels in Tanjung Bintang District. The research method uses descriptive methods. The population and sample were 35 farmers, 3 middlemen and 2 maize mills. The data analysis method used to determine the distribution channel of maize was carried out by analysis based on primary data sourced from informants and to determine the efficiency of maize, it was analyzed by using the marketing margin analysis approach and farmer's share.

The results showed that the distribution channel of maize in Tanjung Bintang District consisted of two marketing channels, namely (1) Farmers - Wholesaler - Factory - Consumer. (2) Farmers - Corn Milling - Consumers. The most effective marketing channel is marketing channel 2 with a farmer's share value of 64.06%, however the volume of maize purchases in channel 2 is only able to range from 100-150 tons, while in channel 1 the volume of buying ginger corn is greater at 300 -500 tons.

Key words: distribution channel, corn.