

ABSTRAK

ISMA SAIDAH. 2024. Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida (*Zea mays* L) di Desa Kepel Kecamatan Cisaga Kabupaten Ciamis. Dibawah bimbingan **IVAN SAYID NURAHMAN** dan **ANISA PUSPITASARI**.

Seiring perkembangan industri peternakan tentunya dalam pengelolaan jagung tidak digunakan hanya untuk dikonsumsi oleh manusia, jagung menjadi salah satu komponen utama di dalam ransum pakan. Maka untuk memenuhi kebutuhan akan jagung bagi pelaku industri ternak unggas diperlukan kegiatan untuk memasarkan hasil produksi jagung. Ketergantungan petani terhadap lembaga pemasaran membuat petani memiliki keterbatasan akses pasar secara luas dan harga jual yang diterima cenderung relatif rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran jagung hibrida yang digunakan oleh para petani jagung di Desa Kepel. Jenis penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara. Penentuan sampel secara *sampling jenuh* (sensus) untuk responden petani sebanyak 31 orang dan *snowball sampling* untuk penentuan lembaga pemasaran lembaga pemasaran sebanyak 2 orang. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis marjin, biaya, keuntungan, *farmers share*, dan efisiensi pemasaran. Saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Kepel terdapat 2 saluran pemasaran yang dilakukan, adapun saluran pemasaran yang terdapat di Desa Kepel adalah : Tipe Saluran Pemasaran I yaitu Petani – Konsumen Akhir. Tipe saluran pemasaran II : Petani – Pedagang Pengumpul – Konsumen Akhir. Untuk tingkat efisiensi saluran pemasaran jagung hibrida di Desa Kepel saluran pemasaran ke I dan saluran pemasaran ke II sudah termasuk efisien. Nilai efisiensi pada saluran pemasaran ke I dan ke II yakni sebesar 0,00% dan 1,40%. Petani diharapkan lebih aktif mencari informasi dalam melakukan kegiatan pemasaran supaya petani memiliki daya tawar lebih tinggi serta petani dapat melakukan perbandingan untuk melalui saluran pemasaran yang dapat memberikan keuntungan yang lebih besar.

Kata kunci : Efisiensi, Jagung Hibrida, Pemasaran

ABSTRACT

ISMA SAIDAH. 2024. Marketing Efficiency of Hybrid Corn (*Zea mays L*) in Kepel Village, Cisaga District, Ciamis Regency. Under the guidance of IVAN SAYID NURAHMAN and ANISA PUSPITASARI.

Along with the development of the livestock industry, corn is of course not only used for human consumption, corn has become one of the main components in the feed ration. So, to meet the need for corn for poultry industry players, activities are needed to market corn production. Farmers' dependence on marketing institutions means that farmers have limited market access and the selling prices they receive tend to be relatively low. This research aims to determine the efficiency of hybrid corn marketing channels used by corn farmers in Kepel Village. This type of research includes mixed method research. Data collection techniques through observation and interviews. The sample was determined using saturated sampling (census) for farmer respondents as many as 31 people and snowball sampling for determining marketing institutions as many as 2 people. Data analysis techniques used include analysis of margins, costs, profits, farmers share, and marketing efficiency. There are 2 marketing channels for hybrid corn in Kepel Village, the marketing channels in Kepel Village are: Marketing Channel Type I, namely Farmers - Final Consumers. Marketing channel type II: Farmers – Collectors – Final Consumers. For the level of efficiency of marketing channels for hybrid corn in Kepel Village, marketing channels I and marketing channels II are considered efficient. The efficiency values for marketing channels I and II are 0.00% and 1.40%. Farmers are expected to be more active in seeking information in carrying out marketing activities so that farmers have higher bargaining power and farmers can make comparisons through marketing channels that can provide greater profits.

Keyword : Efficiency, Hybrid Corn, Marketing