

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA | |
| PEMIKIRAN | 7 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 7 |
| 2.1.1 Jagung (<i>Zea mays</i>) | 7 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran..... | 7 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 23 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel | 23 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 24 |
| 3.4 Teknik Penarikan Sampel..... | 25 |
| 3.5 Rancangan Analisis Data..... | 25 |
| 3.6 Tempat dan Waktu Penelitian..... | 27 |

| | | |
|---------------|--|-----------|
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN | 29 |
| | 4.1 Kondisi Umum Daerah Wilayah | 29 |
| | 4.2 Identitas Responden Petani | 32 |
| | 4.3 Responden Lembaga Pemasaran | 36 |
| | 4.4 Saluran Pemasaran Jagung Hibrida | 37 |
| | 4.5 Kegiatan Pemasaran Jagung Hibrida | 42 |
| | 4.6 <i>Margin</i> Pemasaran | 46 |
| | 4.7 Biaya Pemasaran dan Keuntungan Pemasaran | 47 |
| | 4.8 <i>Farmer's Share</i> | 48 |
| | 4.9 Efisiensi Pemasaran | 49 |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | 51 |
| | 5.1 Kesimpulan | 51 |
| | 5.2 Saran | 52 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 53 |
| | LAMPIRAN..... | 53 |