

ABSTRAK

ANALISIS SALURAN DAN MARGIN PEMASARAN JAGUNG MANIS (*Zea Mays*) DI KECAMATAN RAJAPOLAH KABUPATEN TASIKMALAYA

Oleh

**Aris Setiawan Miftah
205009062**

**Dosen Pembimbing:
Hendar Nuryaman
Januar Arfin Ruslan**

Pemasaran menjadi hal yang penting pada komoditas pertanian, tidak terkecuali komoditas jagung manis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, keuntungan, dan margin pemasaran jagung manis di Kecamatan Rajapolah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan teknik *snowball sampling* terhadap petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Data yang dikumpulkan meliputi data primer melalui wawancara dan observasi, serta data sekunder dari instansi terkait. Analisis dilakukan secara deskriptif untuk mengidentifikasi pola saluran pemasaran dan fungsi pemasaran, serta secara kuantitatif untuk menghitung biaya, keuntungan, dan margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran, yaitu: (1) petani langsung ke konsumen akhir, dan (2) petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir. Fungsi pemasaran yang dijalankan meliputi fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan dan pengangkutan), serta fungsi fasilitas (penyediaan informasi pasar, sortasi/grading, dan pembiayaan). Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang pengecer sebesar Rp235,00/kg. Keuntungan tertinggi terdapat pada pedagang pengumpul sebesar Rp806,00/kg.

Kata kunci: Saluran pemasaran, margin pemasaran, fungsi pemasaran, jagung manis

ABSTRACT

ANALYSIS OF CHANNELS AND MARGINS OF MARKETING OF SWEET CORN (*Zea Mays*) SUBDISTRICT RAJAPOLAH, TASIKMALAYA DISTRICT

By:

**Aris Setiawan Miftah
205009062**

**Supervisors:
Hendar Nuryaman
Januar Arfin Ruslan**

Marketing is an essential aspect of agricultural commodities, including sweet corn. This study aims to analyze the marketing channels, marketing functions, costs, profits, and marketing margins of sweet corn in Rajapolah Subdistrict. The research employed a survey method with a snowball sampling technique involving farmers, collectors, and retailers. The data consisted of primary data obtained through interviews and observations, and secondary data collected from relevant institutions. Data analysis was conducted descriptively to identify the patterns of marketing channels and marketing functions, and quantitatively to calculate marketing costs, profits, and margins. The results showed that there are two marketing channels: (1) farmers directly to final consumers, and (2) farmers → collectors → retailers → final consumers. The marketing functions performed include exchange functions (buying and selling), physical functions (storage and transportation), and facility functions (market information provision, sorting/grading, and financing). The highest marketing cost was incurred by retailers, amounting to IDR 235.00/kg, while the highest profit was obtained by collectors, amounting to IDR 806.00/kg.

Keywords: marketing channels, marketing functions, marketing costs, marketing margins, sweet corn.