

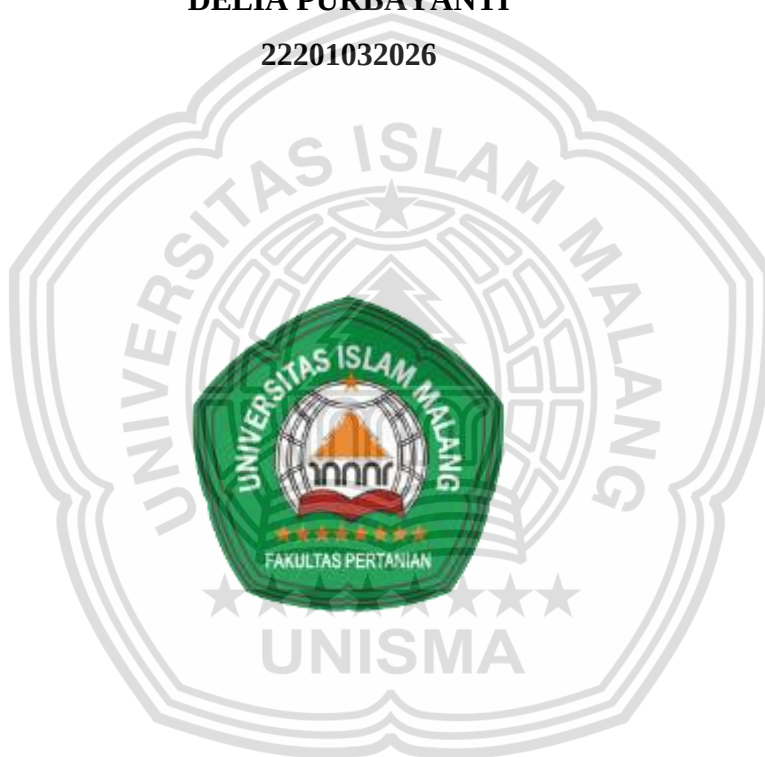
**ANALISIS SALURAN PEMASARAN JAGUNG
STUDI KASUS: PADA PT.CMK DI KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI

Oleh:

DELIA PURBAYANTI

22201032026



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2026

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN JAGUNG
STUDI KASUS: PADA PT.CMK DI KABUPATEN PASURUAN**

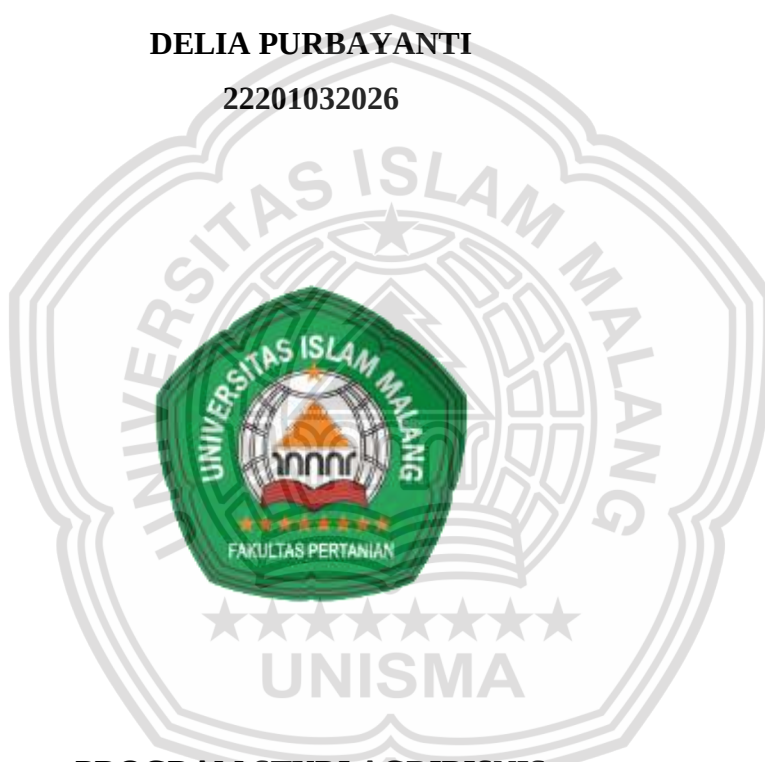
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)

Oleh:

DELIA PURBAYANTI

22201032026



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian: Analisis Saluran Pemasaran Jagung Studi Kasus: Pada PT.CMK di

Kabupaten Pasuruan

Nama : Delia Purbayanti

Npm : 222.01.0.32026

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua


Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, MP.
NPP. 1890200024


Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP
NPP. NPP. 19402000045




Dr. Ir. Anis Rosyidah, MP.
NPP. 1910200013




Arief Joko Saputro, SP. MP
NPP. 212511199532150

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian: Analisis Saluran Pemasaran Jagung Studi Kasus: Pada PT.CMK di

Kabupaten Pasuruan

Nama : Delia Purbayanti

Npm : 222.01.0.32026

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

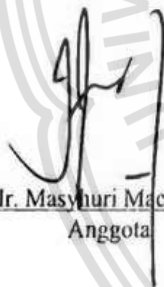
Mengesahkan

Majelis Penguji



Titis Surya Mahia Rianti, SP.,MP

Ketua



Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, MP.

Anggota



Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP

Anggota

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Delia Purbayanti

NPM : 22201032026

Program Studi : Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran Jagung Studi Kasus: Pada PT.CMK di Kabupaten Pasuruan

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-uandangan yang berlaku (Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012, pasal 28 ayat 5 yang berbunyi “Gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar profesi yang dinyatakan tidak sah dan dicabut oleh Perguruan Tinggi apabila karya ilmiah yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik, gelar vokasi, gelar profesi terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat” dan pasal 42 ayat 3 yang berbunyi “Lulusan Pendidikan Tinggi yang menggunakan karya ilmiah untuk memperoleh ijazah dan gelar, yang terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat, ijazahnya dinyatakan tidak sah dan gelarnya dicabut oleh Perguruan Tinggi”

Malang, 2 Maret 2026

Mahasiswa,



Delia Purbayanti

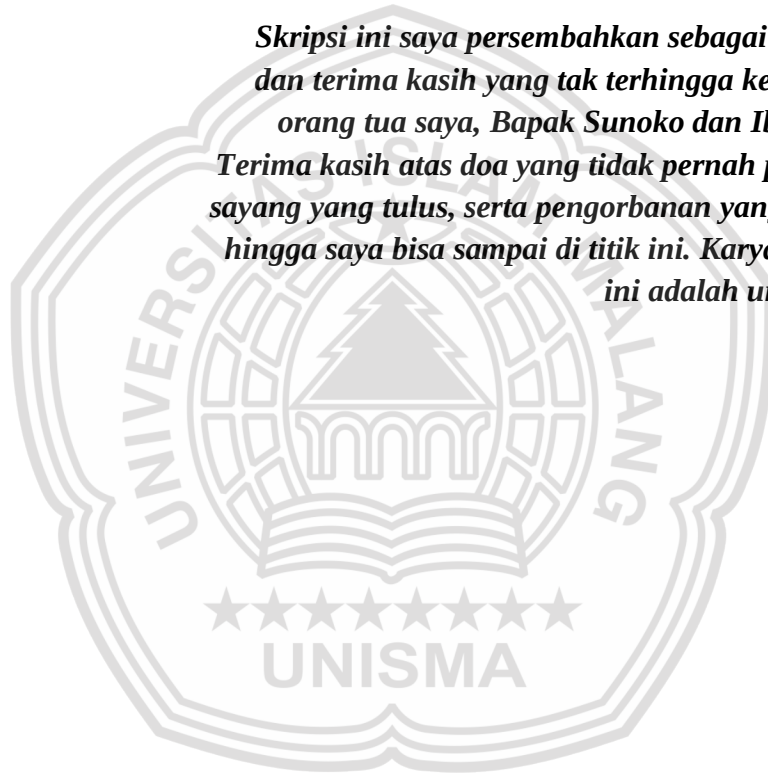
NPM. 22201032026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Jadilah pribadi yang tidak hanya mengejar keberhasilan untuk diri sendiri, tetapi juga mampu memberi manfaat dan kontribusi bagi orang lain”

"Kita hidup dari apa yang kita dapatkan, tetapi kita menciptakan kehidupan dari apa yang kita berikan."- Winston Churchill

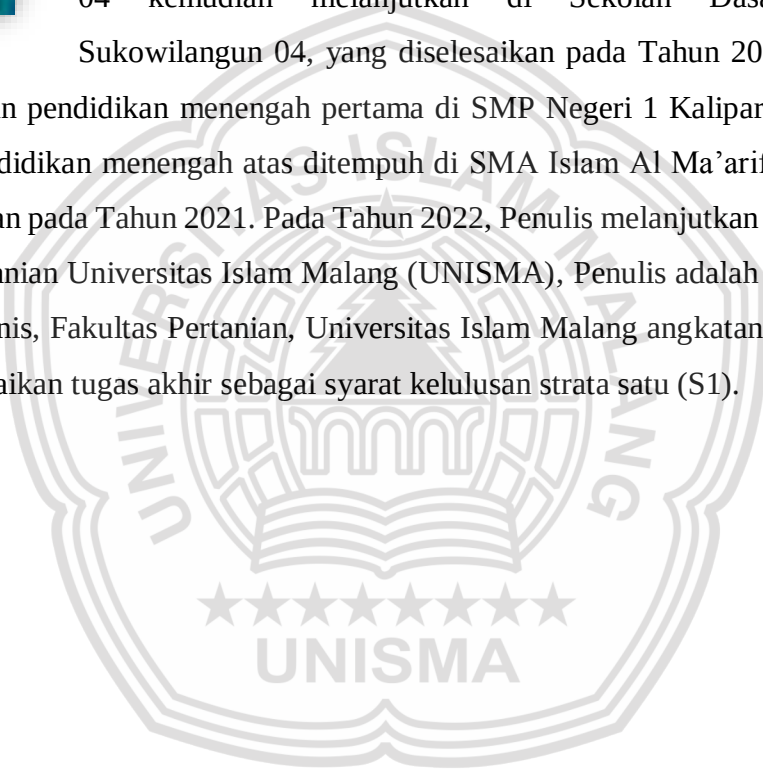
Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bakti dan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua saya, Bapak Sunoko dan Ibu Suwarni. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang luar biasa hingga saya bisa sampai di titik ini. Karya sederhana ini adalah untuk kalian.



RIWAYAT HIDUP



Penulis yang bernama Delia Purbayanti merupakan putri dari pasangan Bapak Sunoko dan Ibu Suwarni. Penulis lahir pada tanggal 30 Desember 2002 di Kabupaten Malang, tepatnya di Dusun Sukorejo, Desa Sukowilangun, Kecamatan Kalipare, Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Penulis merupakan anak terakhir dari tiga bersaudara. Kakak pertama bernama Galih Adi Wardana, dan kakak kedua bernama Mulia Arum Anggraini. Pendidikan dasar penulis dimulai di TK Darma Wanita Persatuan 04 kemudian melanjutkan di Sekolah Dasar Negeri Sukowilangun 04, yang diselesaikan pada Tahun 2016. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Kalipare dan lulus pada Tahun 2018. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMA Islam Al Ma'arif Singosari, dan berhasil diselesaikan pada Tahun 2021. Pada Tahun 2022, Penulis melanjutkan pendidikan tinggi di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang (UNISMA), Penulis adalah mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang angkatan 2022 yang saat ini telah menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat kelulusan strata satu (S1).



UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

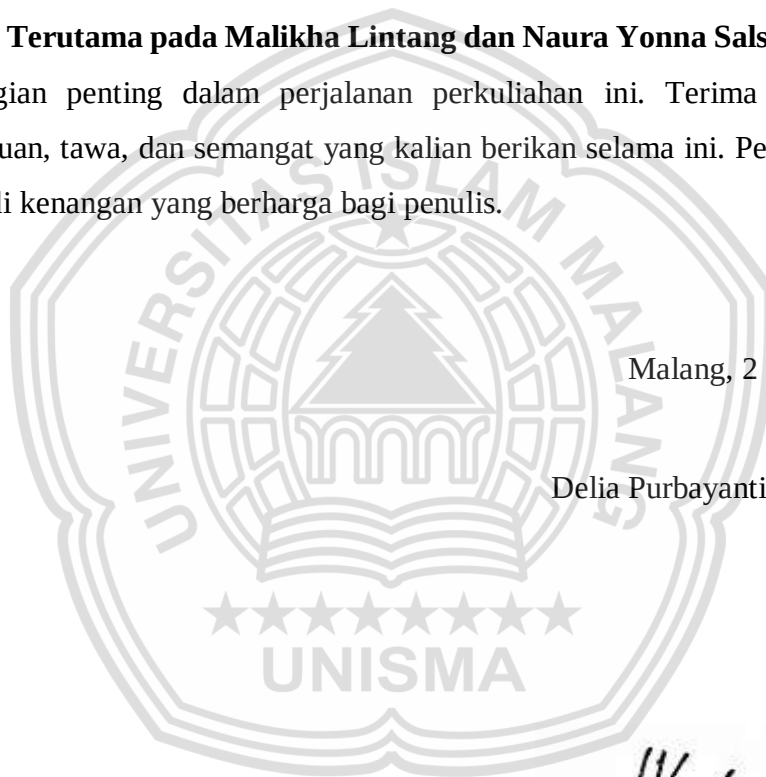
1. Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph. D., selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Ibu Dr. Ir. Anis Rosyidah, M.P., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
3. Bapak Arief Joko Saputro, S.P., M.P., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
4. Bapak Dr. Ir. Masyhuri Machfudz, MP. selaku dosen dan pembimbing utama dari skripsi ini atas waktu yang direlakan di tengah-tengah kesibukannya dalam menyampaikan ilmu serta membimbing penulis dengan sangat baik hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Ibu Dr. Ir. Nikmatul Khoiriyah, MP. selaku dosen dan pembimbing pendamping skripsi ini atas kerelaan dan keikhlasan dalam membimbing dan mengajarkan penulis dengan sangat baik hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Bapak Irianto, Selaku pemilik PT.CMK yang sudah mengizinkan peneliti melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
7. Bapak Sunoko dan Ibu Suwarni, selaku orang tua dari penulis, yang selalu menjadi sumber kekuatan, inspirasi, dan semangat terbesar dalam kehidupan penulis. Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang begitu tulus, pengorbanan yang tak terhitung, serta kesabaran dan dukungan yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis hingga dapat menyelesaikan pendidikan ini. Tanpa cinta, perjuangan, dan keikhlasan kalian, penulis tidak akan mampu sampai pada titik ini. Penulis menyadari bahwa setiap pencapaian yang diraih tidak terlepas dari doa tulus yang selalu dipanjatkan oleh kedua orang tua. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta umur yang panjang kepada Bapak dan Ibu, agar penulis masih diberikan kesempatan untuk terus membahagiakan dan membalas segala kasih sayang serta pengorbanan yang telah diberikan.
8. Kepada kakak kandung penulis, Mulia Arum Anggraini dan Galih Adi Wardana, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas perhatian, semangat, serta dukungan moril maupun materil yang selalu diberikan.
9. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ahmad Hassan Luthfi, selaku partner penulis dari tahun 2022 sampai saat ini, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan perhatian selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi pendamping

yang selalu hadir dalam memberikan motivasi serta membantu penulis untuk tetap kuat dan fokus hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas kesabaran dan pengertian yang selalu diberikan dalam menghadapi berbagai sikap dan kondisi penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Dukungan dan keyakinan yang diberikan menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis untuk terus berusaha dan tidak menyerah.

10. Terima kasih juga penulis tujukan kepada keponakan kecilku, Aisyah Putri yang selalu menjadi penghibur di kala suntuk. Terima kasih telah memberikan warna tersendiri dan tawa di tengah kepenatan penulis selama masa studi ini.
11. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada **teman-teman seperjuangan Agribisnis A 2022 Terutama pada Malikha Lintang dan Naura Yonna Salsabila**, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan perkuliahan ini. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, tawa, dan semangat yang kalian berikan selama ini. Perjalanan ini akan selalu menjadi kenangan yang berharga bagi penulis.

Malang, 2 Maret 2026

Delia Purbayanti



RINGKASAN

Delia Purbayanti (22201032026). Analisis Saluran Pemasaran Jagung Studi Kasus: Pada PT.CMK di Kabupaten Pasuruan. Dosen Pembimbing 1: Masyhuri Machfudz, 2. Nikmatul Khoiriyah

Jagung merupakan salah satu komoditas pertanian strategis yang memiliki peranan penting dalam mendukung ketahanan pangan serta sebagai bahan baku utama pakan ternak di Indonesia. Tingginya permintaan jagung menuntut adanya sistem pemasaran yang efisien agar distribusi hasil produksi dapat berjalan optimal serta petani memperoleh bagian harga yang lebih adil. PT. CMK merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran dan distribusi jagung yang menjalin kemitraan dengan petani di Kabupaten Pasuruan. Dalam praktiknya terdapat beberapa pola saluran pemasaran yang berbeda yang memengaruhi besarnya margin pemasaran, efisiensi pemasaran, serta bagian harga yang diterima petani (farmer's share).

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan pola saluran pemasaran jagung yang terbentuk antara petani dan PT.CMK di Kabupaten Pasuruan, (2) menganalisis besarnya margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran jagung, dan (3) menganalisis tingkat efisiensi pemasaran serta farmer's share pada setiap saluran pemasaran jagung. Penelitian dilaksanakan di PT.CMK Kabupaten Pasuruan pada bulan November 2024 hingga Februari 2025 dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penentuan sampel dilakukan secara purposive terhadap petani mitra, tengkulak, pihak perusahaan, dan pengecer. Data dikumpulkan melalui wawancara langsung dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan farmer's share.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran jagung yang terbentuk antara petani dan PT.CMK, yaitu: (1) petani – PT.CMK – konsumen, (2) petani – PT.CMK – pengecer – konsumen, dan (3) petani – tengkulak – PT.CMK – pedagang besar – pengecer – konsumen. Margin pemasaran pada setiap saluran berbeda seiring dengan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses distribusi. Saluran pemasaran I memiliki margin sebesar Rp1.500/kg, saluran pemasaran II sebesar Rp2.300/kg, dan saluran pemasaran III sebesar Rp2.900/kg. Berdasarkan analisis farmer's share, saluran pemasaran I memberikan bagian harga terbesar bagi petani yaitu sebesar 80,00%, diikuti saluran pemasaran II sebesar 72,29%, dan saluran pemasaran III sebesar 68,13%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin panjang saluran pemasaran yang terbentuk, maka bagian harga yang diterima petani cenderung semakin kecil. Hasil analisis efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran yang digunakan PT.CMK tergolong efisien karena memiliki nilai efisiensi pemasaran di bawah 15%. Saluran pemasaran I merupakan saluran yang paling efisien dengan nilai efisiensi sebesar 10,97%, diikuti saluran pemasaran II sebesar 12,43%, dan saluran pemasaran III sebesar 14,89%. Dengan demikian, saluran pemasaran yang lebih pendek terbukti memberikan efisiensi pemasaran yang lebih baik serta farmer's share yang lebih tinggi bagi petani.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar petani jagung mitra PT.CMK lebih memanfaatkan saluran pemasaran langsung dengan perusahaan karena terbukti lebih efisien dan memberikan bagian harga yang lebih besar bagi petani. Bagi PT.CMK, diharapkan dapat terus memperkuat pola kemitraan dengan petani melalui peningkatan transparansi harga serta dukungan fasilitas pascapanen. Selain itu, pemerintah daerah diharapkan dapat memberikan dukungan kebijakan dalam menciptakan sistem distribusi jagung yang lebih efisien. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan pendekatan rantai nilai (value



chain) agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai sistem pemasaran jagung



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Saluran Pemasaran Jagung Studi Kasus: pada PT.CMK di Kabupaten Pasuruan". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian (S.P) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme saluran pemasaran serta efisiensi pemasaran jagung pada PT.CMK, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi perusahaan, petani, maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam industri jagung di Kabupaten Pasuruan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi pembaca serta perkembangan ilmu pengetahuan di bidang agribisnis.



Malang, 2 Maret 2026
Mahasiswa,

Delia Purbayanti
NPM. 22201032026

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Sektor pertanian memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam penyediaan bahan pangan, bahan baku industri, serta peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan. Selain berfungsi sebagai penyedia kebutuhan dasar, sektor ini juga berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi melalui sistem distribusi hasil pertanian yang efisien. Dalam konteks agribisnis, pemasaran menjadi salah satu subsistem penting yang menentukan nilai tambah dan distribusi pendapatan antar pelaku usaha. Mubarokah & Dewi, (2023) menyatakan bahwa struktur saluran pemasaran dan pembentukan margin memiliki pengaruh langsung terhadap keseimbangan distribusi keuntungan antara produsen dan lembaga pemasaran. Oleh karena itu, analisis margin pemasaran menjadi penting untuk menilai kinerja sistem pemasaran komoditas pertanian, termasuk jagung.

Jagung merupakan salah satu komoditas pangan utama yang memiliki posisi strategis dalam sektor pertanian di Indonesia. Sebagai bahan pokok dan bahan baku industri pakan ternak, jagung memberikan kontribusi besar terhadap kestabilan pangan dan ekonomi nasional. Jagung memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas agribisnis karena prospeknya yang sangat menjanjikan, baik dari sisi budidaya maupun peluang pasarnya. Dari segi budidaya, tanaman jagung tergolong mudah untuk ditanam dan dapat tumbuh di hampir semua jenis tanah. Adopsi varietas-varietas unggul oleh petani juga telah berkontribusi signifikan terhadap peningkatan produksi dan produktivitas jagung nasional. Sementara itu, dari sisi pasar, prospek usaha jagung sangat cerah karena tingginya permintaan dalam negeri serta meningkatnya peluang ekspor yang terus berkembang (Agustina, 2019).

Dalam sistem agribisnis, pemasaran merupakan tahapan penting yang menentukan efisiensi distribusi dan pembagian keuntungan antar pelaku usaha. Mubarokah & Dewi, (2023) menjelaskan bahwa panjang pendeknya saluran pemasaran akan memengaruhi besarnya margin serta bagian harga yang diterima produsen. Semakin panjang saluran distribusi, semakin besar potensi margin yang terbentuk akibat adanya tambahan biaya dan keuntungan lembaga perantara. Hal ini menunjukkan bahwa analisis margin pemasaran menjadi indikator penting dalam mengevaluasi sistem pemasaran komoditas pertanian.

Kondisi ini tercermin di Kabupaten Pasuruan sebagai salah satu sentra jagung terbesar di Jawa Timur. Pada tahun 2024, Kabupaten Pasuruan menghasilkan jagung

sebanyak 311.821 ton dengan luas panen 47.581 hektar yang tersebar di 24 kecamatan. Data ini menunjukkan bahwa Pasuruan merupakan salah satu sentra jagung terbesar di Jawa Timur dan memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan bahan baku pakan ternak serta industri pengolahan pangan, baik di tingkat regional maupun nasional. Jika dihitung, produktivitas jagung Pasuruan mencapai 6,56 ton per hektar ($311.821 \text{ ton} \div 47.581 \text{ ha}$). Angka ini tergolong baik dan sedikit lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional yang berkisar 5,5–6,3 ton/ha. Hal ini menunjukkan bahwa praktik budidaya jagung di wilayah ini sudah cukup efisien, meskipun masih dapat ditingkatkan melalui penggunaan varietas unggul, pengelolaan lahan yang lebih optimal, dan pemanfaatan teknologi pertanian modern. Kepala Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Pasuruan, Lilik Widji Asri, menyatakan bahwa produksi jagung terus meningkat setiap tahun, meskipun kenaikannya belum terlalu besar. Artinya, tren produksi cenderung stabil namun menunjukkan perkembangan positif. Peningkatan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: 1) perluasan lahan tanam di kecamatan yang memiliki potensi lahan kering; 2) perbaikan teknik budidaya melalui benih unggul, pemupukan berimbang, dan pengendalian hama, serta; 3) meningkatnya akses petani terhadap pasar dan sarana produksi berkat dukungan pemerintah daerah dan mitra industri. (Dinas Pertanian, 2025)

Tabel 1. Luas Panen Jagung di Indonesia menurut BPS, 2020-2023

Jenis Panen	2020		2021		2022		2023	
	Luas Panen	(%)	Luas Panen	(%)	Luas Panen	(%)	Luas Panen	(%)
Panen Hijauan	0.15	5.13	0.12	4.41	0.12	3.72	0.09	3.74
Panen Muda	0.35	12.24	0.36	12.86	0.39	11.78	0.27	11.5
Panen 'pipil'an	2.34	82.63	2.33	82.73	2.76	84.5	2.19	84.76

Sumber: Data Badan pusat Statistik 2020-2023

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Tabel 1, luas panen jagung di Indonesia dari 2020 hingga 2023 cenderung stabil pada kisaran 2,8–2,9 juta hektare. Sebagian besar berasal dari panen 'pipil'an. Panen hijauan mengalami penurunan dari 0,15 juta hektare (5,13%) pada 2020 menjadi 0,09 juta hektare (3,74%) pada 2023. Hal ini

menunjukkan semakin berkurangnya minat petani dalam memproduksi jagung hijauan sebagai pakan ternak. Panen jagung muda yang biasanya digunakan untuk konsumsi langsung juga relatif stabil di kisaran 0,3–0,4 juta hektare (11–13% dari total). Namun, pada 2023 sedikit menurun menjadi 0,27 juta hektare (11,50%), kemungkinan karena perubahan pola konsumsi masyarakat atau petani beralih ke jagung ‘pipil’an yang lebih menguntungkan. Sementara itu, panen ‘pipil’an menjadi jenis yang paling dominan, meningkat dari 82,63% pada 2020 menjadi 84,76% pada 2023. Tren ini menunjukkan bahwa petani semakin fokus pada produksi jagung kering yang dibutuhkan oleh industri pakan ternak, pangan olahan, dan ekspor. Secara keseluruhan, perubahan pola panen ini menunjukkan bahwa produksi jagung nasional semakin mengarah pada sistem yang lebih komersial dan berorientasi industri, sejalan dengan meningkatnya kebutuhan jagung sebagai komoditas strategis bagi sektor peternakan dan industri pengolahan di Indonesia (BPS, 2023).

Di tengah dominasi produksi jagung ‘pipil’an tersebut, PT.CMK hadir sebagai salah satu perusahaan distributor jagung yang berperan strategis dalam rantai pasok hasil pertanian di Indonesia, khususnya di wilayah Jawa Timur. PT.CMK berfokus pada pengumpulan, pengelolaan, dan penyaluran jagung dari petani kepada berbagai pihak industri yang membutuhkan bahan baku dalam jumlah besar, seperti pabrik pakan ternak, perusahaan pengolahan pangan, serta sektor agribisnis lainnya. Dalam menjalankan fungsinya sebagai distributor, PT.CMK tidak hanya berperan sebagai perantara jual beli, tetapi juga sebagai penghubung yang menjamin kelancaran aliran produk dari produsen ke konsumen industri. Perusahaan ini turut memastikan bahwa jagung yang didistribusikan memiliki kualitas sesuai dengan standar industri, baik dari segi kadar air, kebersihan, maupun ukuran biji, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar secara berkelanjutan. Kondisi nyata di Kabupaten Pasuruan menunjukkan adanya berbagai tantangan dalam mekanisme distribusi jagung yang dilakukan oleh PT.CMK dan pelaku lain dalam rantai pasok. Biaya logistik yang tinggi menjadi salah satu kendala utama.

Menurut Aprilianingsih et al., (2022), peningkatan efisiensi distribusi dapat dicapai melalui pemendekan rantai pemasaran dan penerapan sistem kemitraan langsung antara petani dan perusahaan. Hal ini tidak hanya menekan biaya distribusi, tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan petani karena harga jual yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai pola saluran distribusi dan efisiensi pemasaran jagung di PT.CMK Kabupaten Pasuruan, agar dapat diketahui sejauh mana sistem yang diterapkan telah berjalan efektif serta memberikan keuntungan bagi semua pihak yang

terlibat. Dalam konteks pemasaran komoditas pertanian, khususnya jagung, saluran distribusi memainkan fungsi sentral sebagai media penghubung produsen dengan konsumen akhir. Saluran distribusi yang tidak optimal dapat menyebabkan terjadinya pemborosan biaya, penundaan pasokan, dan penurunan kualitas produk.

Fluktuasi harga jagung yang cukup tinggi akibat faktor musim dan permintaan pasar menyebabkan ketidakpastian pendapatan bagi petani dan distributor. Proses pemasaran yang baik akan mempengaruhi pendapatan petani, semakin efektif dan efisiennya pemasaran petani jagung maka disinyalir akan ada peningkatan pada pendapatan petani (Afriani, 2021).

Saluran pemasaran merupakan saluran dari lembaga pemasaran yang dilalui dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Semakin pendek rantai pemasaran suatu barang maka biaya tata niaga semakin rendah, margin pemasaran semakin rendah, harga yang dibayarkan konsumen lebih rendah dan harga yang diterima produsen semakin tinggi (Juliana Eva et al., 2024). Saluran pemasaran adalah jalur atau rute yang dilalui produk dari produsen hingga konsumen akhir melalui lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses distribusi, yang mencakup fungsi penyimpanan, transportasi, penjualan serta pemindahan hak kepemilikan barang. Dalam pemasaran pertanian, saluran pemasaran tidak hanya bertugas memindahkan produk tetapi juga mempengaruhi biaya pemasaran, margin pemasaran, serta bagian harga yang diterima petani melalui berbagai lembaga yang terlibat dalam aliran produk tersebut. Menurut Fauzi, Siswadi, dan Machfudz (2017), margin pemasaran terbentuk akibat adanya perbedaan harga di setiap tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran dan semakin banyak lembaga yang terlibat, maka biaya pemasaran cenderung meningkat sehingga margin pemasaran menjadi lebih besar dan bagian harga yang diterima petani semakin kecil. Sebaliknya, saluran pemasaran yang lebih pendek cenderung menghasilkan margin pemasaran yang lebih rendah dan farmer's share yang lebih tinggi.

Efisiensi pemasaran adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar biaya pemasaran yang dikeluarkan dibandingkan dengan nilai produk yang dipasarkan. Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila biaya pemasaran relatif kecil dan saluran pemasaran mampu memberikan bagian harga yang lebih besar kepada petani (Amin, 2022). Pentingnya analisis saluran pemasaran ini adalah untuk memahami bagaimana produk jagung dapat diakses oleh konsumen, dengan melakukan analisis yang komprehensif, diharapkan dapat ditemukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan daya

saing produk jagung, sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi petani dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan terkait efisiensi saluran pemasaran jagung. Menurut Gurning, (2024) mengidentifikasi dua saluran pemasaran jagung hibrida, yaitu saluran panjang dan saluran pendek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 945, sedangkan pada saluran II sebesar Rp 450. Meskipun demikian, kedua saluran tersebut dinyatakan kurang efisien karena semakin panjang saluran pemasaran maka biaya yang dikeluarkan semakin besar, sehingga tingkat efisiensi menjadi semakin rendah. Berbeda dengan temuan tersebut, Nurwahidah, (2018) menemukan bahwa pemasaran jagung di Kabupaten Sumbawa telah berjalan cukup efisien. Penelitian tersebut mengidentifikasi dua saluran utama pemasaran, yaitu: (1) petani–pedagang pengumpul desa/kecamatan–pedagang antar kabupaten/kota–konsumen (pabrik pakan), dan (2) petani–pedagang pengumpul kecamatan–pedagang antar kabupaten/kota–pabrik pakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran II yang relatif lebih pendek memiliki tingkat efisiensi yang lebih baik dibandingkan saluran I. Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji efisiensi pemasaran jagung, sebagian besar studi masih dilakukan pada tingkat wilayah seperti desa atau kabupaten dan berfokus pada petani maupun lembaga pemasaran tradisional seperti pedagang pengumpul. Penelitian sebelumnya juga belum banyak mengkaji sistem pemasaran jagung dalam konteks perusahaan agribisnis sebagai lembaga utama dalam rantai distribusi. Selain itu, penelitian terdahulu belum menempatkan perusahaan distributor sebagai pusat sistem pemasaran serta belum mengukur *farmer's share* dalam konteks kemitraan antara petani dan perusahaan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian terkait analisis saluran distribusi dan efisiensi pemasaran jagung dalam sistem kemitraan yang melibatkan perusahaan agribisnis sebagai pelaku utama dalam rantai pemasaran.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai sistem distribusi dan efisiensi pemasaran jagung yang melibatkan perusahaan agribisnis sebagai aktor utama dalam rantai pemasaran. Dalam sistem agribisnis modern, perusahaan distributor berperan penting sebagai penghubung antara petani sebagai produsen dengan pasar industri sebagai konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan melalui studi kasus pada **PT.CMK di Kabupaten Pasuruan**, yang menjalin kemitraan dengan petani dalam pengadaan dan distribusi jagung ‘pipil’. Analisis terhadap saluran distribusi dan efisiensi pemasaran diperlukan untuk mengetahui sejauh mana sistem yang

diterapkan telah berjalan efektif serta memberikan keuntungan yang proporsional bagi seluruh pelaku pemasaran, khususnya petani.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis saluran pemasaran jagung ‘pipil’ berbasis kemitraan petani–perusahaan dengan menempatkan perusahaan agribisnis sebagai pusat sistem distribusi. Penelitian ini juga mengintegrasikan pengukuran **margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan *farmer’s share*** secara terpadu pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk di **PT.CMK**. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kinerja sistem distribusi jagung dari produsen hingga konsumen akhir serta diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan sistem distribusi agribisnis yang lebih efisien.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan kontradiksi antara teori dan kenyataan, maka dapat dirumuskan masalah secara spesifik sebagai berikut:

1. **Bagaimana pola saluran distribusi (saluran pemasaran) jagung yang terbentuk antara petani dan PT.CMK di Pasuruan?**
2. **Berapa besar margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran jagung yang terjadi di PT.CMK Pasuruan?**
3. **Seberapa efisien saluran pemasaran jagung pada PT.CMK Pasuruan?**

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka disusun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. **Untuk mendeskripsikan pola saluran distribusi (saluran pemasaran) jagung yang terjadi antara petani dan PT.CMK di Pasuruan**
2. **Untuk menganalisis besarnya margin pada setiap saluran pemasaran jagung yang terlibat dalam pemasokan jagung ke PT.CMK di Pasuruan.**
3. **Untuk mengukur tingkat efisiensi pemasaran jagung Pada PT.CMK di Pasuruan.**

1.4. Batasan Penelitian

1. Batasan Objek dan Komoditas Penelitian

PT.CMK merupakan perusahaan yang memasarkan berbagai produk berbasis jagung. Namun, penelitian ini secara khusus dibatasi pada komoditas jagung ‘pipil’ sebagai bahan baku utama yang dipasarkan melalui jaringan distribusi PT.CMK di Kabupaten Pasuruan. Fokus kajian meliputi harga pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, serta *farmer’s share* yang diterima petani mitra. Produk jagung

olahan maupun kerja sama pemasaran dengan perusahaan lain berada di luar ruang lingkup penelitian ini.

2. Batasan Ruang Lingkup Saluran Pemasaran

Penelitian ini hanya menganalisis saluran pemasaran jagung ‘pipil’ yang berhubungan langsung dengan aktivitas distribusi PT.CMK, yaitu saluran yang melibatkan petani mitra, tengkulak, Pedagang besar dan pengecer dalam rantai pemasaran jagung menuju perusahaan. Meskipun PT.CMK juga menjalin kerja sama pemasaran produk olahan berbasis jagung dengan PT. Indofood (Maxicorn) dan PT. Sinar Kencana Agung (Happytos), aspek tersebut tidak dikaji dalam penelitian ini karena memiliki sistem distribusi dan mekanisme pemasaran yang berbeda serta berada di luar tujuan dan ruang lingkup penelitian.

1.5. Manfaat dan *Output* Penelitian

1.5.1. Manfaat Penelitian

1. **Bagi Peneliti**, Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti dalam menganalisis saluran pemasaran jagung ‘pipil’, khususnya terkait margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan farmer’s share. Selain itu, penelitian ini menjadi sarana penerapan teori pemasaran agribisnis yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam kondisi nyata di lapangan
2. **Bagi Pemerintah**, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan program yang berkaitan dengan pengembangan sistem pemasaran jagung, khususnya dalam upaya meningkatkan efisiensi distribusi dan kesejahteraan petani.
3. **Bagi Instansi Terkait**, Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan bahan evaluasi bagi instansi terkait dalam merancang program pendampingan, penyediaan sarana dan prasarana, serta penguatan kelembagaan pemasaran jagung agar lebih efisien dan berkelanjutan.
4. **Bagi Petani Jagung**, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai saluran pemasaran jagung ‘pipil’ yang paling efisien dan menguntungkan, sehingga petani dapat memilih saluran pemasaran yang tepat untuk meningkatkan pendapatan dan memperkuat posisi tawar dalam sistem pemasaran.

1.5.2. Output Penelitian

Output dalam penelitian ini berupa artikel yang dipublikasikan dalam Jurnal Ketahanan Pangan (JU-ke).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis saluran pemasaran jagung pada PT.CMK, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tujuan penelitian untuk mendeskripsikan pola saluran pemasaran jagung yang terbentuk antara petani dan PT.CMK di Kabupaten Pasuruan, diketahui bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran yang digunakan, yaitu
 - (1) Petani – PT.CMK– Konsumen Akhir
 - (2) Petani – PT.CMK – Pengecer – Konsumen Akhir
 - (3) Petani – Tengkulak – PT.CMK – Pedagang Besar– Pengecer – Konsumen Akhir.Perbedaan panjang dan struktur saluran pemasaran tersebut menunjukkan adanya variasi lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses distribusi jagung. Semakin panjang saluran pemasaran, maka semakin banyak aktivitas pemasaran yang dilakukan sehingga memengaruhi besarnya biaya pemasaran, margin pemasaran, serta bagian harga yang diterima petani.
2. Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran, diketahui bahwa besarnya margin pemasaran jagung berbeda pada setiap saluran pemasaran yang terbentuk di PT.CMK Kabupaten Pasuruan. Pada Saluran Pemasaran I diperoleh margin sebesar Rp1.500/kg atau sekitar 20% dari harga konsumen akhir sebesar Rp7.500/kg. Pada Saluran Pemasaran II total margin pemasaran sebesar Rp2.300/kg atau sekitar 27,71% dari harga konsumen akhir sebesar Rp8.300/kg, yang terbagi antara PT.CMK sebesar Rp1.500/kg (18,07%) dan pengecer sebesar Rp800/kg (9,64%). Sementara itu, pada Saluran Pemasaran III diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp2.900/kg atau sekitar 31,87% dari harga konsumen akhir sebesar Rp9.100/kg, yang terbagi antara tengkulak sebesar Rp800/kg (11,43%), PT.CMK sebesar Rp1.000/kg (12,50%), pedagang besar sebesar Rp475/kg (5,60%), dan pengecer sebesar Rp625/kg (6,87%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin panjang saluran pemasaran yang terbentuk, maka semakin besar margin pemasaran yang dihasilkan karena semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses distribusi produk hingga ke konsumen akhir.
3. Berdasarkan tujuan penelitian untuk mengukur tingkat efisiensi pemasaran jagung pada setiap saluran pemasaran, hasil perhitungan menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran yang digunakan PT.CMK tergolong efisien karena nilai efisiensi

pemasaran berada di bawah 15%. Nilai efisiensi pemasaran pada Saluran I sebesar 10,97%, Saluran II sebesar 12,43%, dan Saluran III sebesar 14,89%. Saluran Pemasaran I merupakan saluran yang paling efisien karena rantai pemasaran lebih pendek sehingga biaya pemasaran dapat ditekan. Selain itu, farmer's share tertinggi juga terdapat pada Saluran I sebesar 80%, yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek memberikan keuntungan lebih besar bagi petani. Dengan demikian, saluran pemasaran langsung antara petani dan PT.CMK merupakan saluran yang paling menguntungkan serta paling efisien secara ekonomi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah diperoleh, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi petani jagung, disarankan untuk lebih memperluas akses pemasaran dengan memilih saluran pemasaran yang lebih pendek dan efisien, khususnya dengan menjual langsung kepada PT.CMK. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan posisi tawar petani serta memperbesar bagian harga (farmer's share) yang diterima.
2. Bagi PT.CMK, disarankan untuk terus memperkuat pola kemitraan langsung dengan petani, terutama melalui peningkatan layanan penyerapan hasil panen, pemberian informasi harga yang transparan, serta dukungan fasilitas pascapanen agar saluran pemasaran yang paling efisien dapat semakin berkembang.
3. Bagi pemerintah daerah dan instansi terkait, diharapkan dapat memberikan dukungan melalui penyediaan sarana transportasi, gudang penyimpanan, serta fasilitas pengeringan jagung. Kebijakan tersebut penting untuk menekan biaya pemasaran dan mengurangi ketergantungan petani terhadap tengkulak.
4. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas ruang lingkup kajian melalui penambahan analisis integrasi pasar, transmisi harga, atau pendekatan rantai nilai (*value chain*) guna melihat aliran nilai tambah pada setiap tahapan pemasaran jagung. Selain itu, peneliti berikutnya juga dianjurkan melakukan analisis biaya dan manfaat (*Cost Benefit Analysis* atau CBA) secara lebih mendalam untuk mengevaluasi efektivitas jangka panjang dari pola kemitraan antara petani dan PT. CMK. Penelitian selanjutnya juga perlu memasukkan analisis elastisitas transmisi harga (*price transmission elasticity*) antara harga di tingkat petani dan harga di tingkat perusahaan atau pasar akhir untuk mengetahui sejauh mana perubahan harga di tingkat konsumen atau industri diteruskan kepada petani. Analisis tersebut penting untuk mengidentifikasi tingkat efisiensi pasar serta kemungkinan

adanya kekuatan pasar (*market power*) dari lembaga pemasaran tertentu, sehingga dapat diketahui apakah PT. CMK berperan dalam struktur pasar yang bersifat kompetitif, oligopsoni, atau mendekati monopsoni terhadap petani sebagai produsen. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan keterkaitan pemasaran jagung dengan mitra industri atau perusahaan pengolahan pakan ternak lainnya yang bekerja sama dengan PT. CMK guna memetakan distribusi manfaat tidak hanya pada tingkat pengecer tetapi juga hingga pengguna industri akhir, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai efisiensi sistem pemasaran, keberlanjutan ekonomi, serta dampak kesejahteraan bagi seluruh pelaku dalam rantai pasok jagung.



DAFTAR PUSTAKA

- Abad, A. (2024). A New Method For Assessing The Marketing Efficiency Of Agricultural Marketing Channels. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 10–2.
- Abbas, S., Rauf, A., Indriani, R., (2015). Analisis Farmer’S Share Petani Jagung Di Desa Monggupo Kecamatan Atinggola. *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 1(1)
- Abduh, Z. M., & Arifin, Z. (2020). Analisis Efisiensi Pemasaran Wortel di Desa Pandesari Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 8(3).
- Afriani, N. (2021). Analisis Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Jagung Manis (*Zea Mays L. Saccharata Sturt*) Di Kelurahan Juata Laut, Kecamatan Tarakan Utara, Kota Tarakan. 75. (Skripsi) *Universitas Borneo Tarakan*
- Agus Ardiansyah, Mohammad Natsir, R. M. (2024). Analisis Saluran Pemasaran Komoditas Jagung di Desa Pallantikang Kecamatan Bangkala Kabupaten Jeneponto Analysis. *Jurnal Agistan*, 6(2), 324–333.
- Agustina, N. laras. (2019). Analisis Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Komoditi Jagung di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan*, 1 (1):26-33., 1–9.
- Al Zarliani, W. O., Fajar, M., & Azizu, A. M. (2023). Analisis kelayakan dan saluran pemasaran tomat di Kelurahan Kaisabu Baru Kecamatan Sorawolio Kota Baubau. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3), 2347–2353.
- Amin, N. S. (2022). Efisiensi Pemasaran Jagung BISI-18 (*Zea mays*) di Desa Keang Kecamatan Kalukku Kabupaten Mamuju. 18. (Skripsi) *Universitas Muhammadiyah Mamuju*
- Aprilianingsih, L., Ekowati, T., & Nurfadillah, S. (2022). Analisis Manajemen Rantai Pasok Benih Padi Lokal di PT Saprotan Benih Utama, Kabupaten Sragen. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 7(1), 22–35.
- Ariadi, M. N. Y. (2022). Analisis Lembaga Dan Saluran Pemasaran Kopra di Desa Pematang Kambat, Kecamatan Seruyan Hilir Timur, Kabupaten Seruyan. *Jurnal Penelitian Agri Hatantiring*, 2, 24–31.
- Arumugam, N., & Ibrahim, R. (2015). An Exploration on Corn Industry Marketing Channels. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 5(2), 143–147.
- Asih, T., (2021). Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9(2), 235–241.
- Aulia. (2025). Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Soppeng (Tinjauan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar). *Jurnal Galung Tropika*, 14(1), 630-641
- BPS. (2023). Luas Panen dan Produksi Jagung di Indonesia 2023 (Angka Sementara). *Berita Resmi Statistik, BPS*, 2023(69), 1–16. <http://www.bps.go.id>

- Budiaji, R., Wijayanti, I. K. E., & Suyono. (2023). Kajian efisiensi pemasaran jagung (*Zea mays*) di Kabupaten Banyumas. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian UNS dalam Rangka Dies Natalis ke-47 UNS Tahun 2023*, 853–861.
- Dinas Pertanian, K. (2025). *Laporan Tahunan: Produksi Jagung Di Kabupaten Pasuruan. Pasuruan.*
- Dinilhaq, N. A., Amelia, Y., Arini, A., & Hidayatullah, R. (2025). Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan : Memahami Perbedaan , Implikasi , dan Strategi Pemilihan yang Tepat. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*
- Eva Mulia Sari, D. (2019). Tersedianya pangan yang cukup dan berkesinambungan merupakan pilar utama dalam berbagai aspek kehidupan manusia . *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 7(1), 6–13.
- Fatmawati, Z. (2024). Analisis Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea mays*) Di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo *Jurnal Ilmiah Agribisni*, 11(2), 19–29.
- Fauzi, M., Mahfudz, M., & Siswadi, B. (2017). Analisis Pemasaran Jagung di Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. *Jurnal Agribisnis Unisma*
- Fitri, E. R., Erlinda, R., & Sorel, D. (2024). Analisis Farmer 's Share Dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Kopi Di Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Solok. *Jurnal Ilmiah Manajemen Agribisnis*, 97–102.
- Ginting, T. (2021). Analisis Pemasaran Jagung (*Zea mays*) (Studi Kasus :Desa Lau Tawar, Kecamatan Tanah Pinem, Kabupaten Dairi). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknolog*, 1(2).
- Gurning, R. N. S. (2024). Analisis saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran petani jagung. *Jurnal Agribisnis dan Komunikasi Pertanian*, (. 11(1), 129–142.
- Hia, A., & Nurmalina, R. (2020). Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Desa Cidatar. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 36–45.
- Iswandi, M. K., (2023). Analisis Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (*Allium cepa L. var. aggregatum*) di Desa Wanasaba Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur. *SEAGRI: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian & Agribisnis*, 11(8).
- Jainuddin, J., & Ernawati, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sosis BE MART Cabang Bima. *Pamator Journal*, 13(1), 13–17.
- Jazuli, M. I. (2023). Analisis Rantai Pasok Dan Efisiensi Pemasaran Komditas Jagung Di Kecamatan Guluk-Guluk Kabupaten Sumenep. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 6(2), 65–74.
- Juliana Eva, Emi Roslinda, & Sudirman Muin. (2024). Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Tanaman Kratom Di Desa Teluk Sindur Kecamatan Bika Kabupaten Kapuas Hulu. *Jurnal Belantara*, 7(2), 232–250.
- Karmila, S., Rianti, T. S. M., & Sari, D. K. (2024). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Pilloz pada UMKM Matha Hati BPP Karangploso. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(04).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsiples of Marketing (seventeenth)*. United Kingdom: Pearson.

- Syamil, A., Subawa, S., Budaya, I., Munizu, M., Darmayanti, N. L., Fahmi, M. A., Wanda, S. S., Murwani, I. A., Utami, F. N., & Dulame, I. M. (2023). *Manajemen rantai pasok*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Microeconomics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Maulidia, T. D., Sudjoni, M. N., & Hindarti, S. (2024). Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi (Coffea SP) (Studi kasus: Dusun Kucur, Desa Sumberejo, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 12(03).
- Miftaql Jana, M. S. (2024). Analisis Marjin dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung di Kabupaten Pamekasan Madura. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 06.
- Mony, Y. A., Pagala, M. arman Y., & Kandatong, H. (2024). Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram (Studi Kasus PT. Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar). *Jurnal Agroterpadu*, 3(2), 191.
- Mourougan, S., & Sethuraman, K. (2017). *Hypothesis Development and Testing*. 19(5), 34–40. *Journal of Business and Management* <https://doi.org/10.9790/487X-1905013440>.
- Mubarokah, M., & Dewi, E. T. (2023). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Beras Ketan di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Agribisnis*, 11(2), 57–62.
- Nahumury, M. Al, & Manuhuttu, F. (2024). Analysis of Channels and Marketing Efficiency of Local Fisheries in. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 10(03), 766–772.
- Novayanti, D., Indriani, R., Moonti, A., (2025). Strategi Pemasaran Produk Umkm Agribisnis Melalui Penerapan Online Marketing. *Jurnal Agribisnis*. 9, 610–620.
- Nurwahidah, S. (2018). Analisis Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Komoditi Jagung di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi Dan Lingkungan (JRKTL)*, 1(1), 26–33.
- Panemuan, A. S., Sudjoni, M. N., & Khoiriyah, N. (2022). Efisiensi Tataniaga Salak Pondoh (Salaoca Edulis) Desa Purwoharjo Kecamatan Ampelgading Kabupaten Malang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 10(2).
- Rahawati, N. D., Masahid, & Su'udi, D. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Agribisnis Padi di Desa Kemamang Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal ORYZA*, 5(1), 27–35.
- Rahmawati Novia, M. S. (2023). Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan (Studi Kasus pada Kelompok Tani Jagung di Sampang). *Jurnal Riset Manajemen*. 1(1), 224–231.
- Rizki, A. A. (2024). Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Jagung (*Zea mays* L .): Studi Kasus di Desa Komba-Komba , Kabupaten Muna. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 5, 135–144.
- Robi, M. W., & Widodo, W. (2024). Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Analisis Usahatani dan Pemasaran Bawang Prei di Desa Torongrejo Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Jurnal Mimbar Agribisnis*, 10(1), 175–180.
- Sipayung, J. P., Chaerani, D. S., & Gusvita, H. (2018). Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida (*zea mays* L) di Kecamatan Luhak Nan Duo Kabupaten Pasaman Barat. *Jurnal*

Agrotropica, 173–181.

- Sulistyawati, H., Rahayu, P., Dewi, M., & Abid, M. (2021). Analysis of Marketing Margins and Farmers ' Shares on Corn in Sigi Regency , Central Sulawesi , Indonesia. *Journal of Sustainable Agriculture*, 36(2), 355–364.
- Ulandari, P., Kurniawan, D. T., & Fatmawati, F. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Dan Efisiensi Saluran Distribusi Home Industri Marning Jagung Di Kecamatan Kalianget. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 3(1), 32–39.
- Wahyuni, S. N., Sudjoni, M. N., & Machfudz, M. (2025). Analisis Efisiensi Usahatani dan Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Merah di Desa Ngebruk Kecamatan Poncokusumo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 13(01).
- Yunita, S., Suyatno, A., & Suharyani, A. (2024). Efisiensi Pemasaran Nanas Di Desa Padu Banjar Kecamatan Simpang Hilir Kabupaten Kayong Utara. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 8(3), 1134–1145.

