

RINGKASAN

Jagung (*Zea Mays*) merupakan komoditi yang bernilai ekonomis serta mempunyai peluang besar untuk dikembangkan karena komposisinya sebagai sumber utama karbohidrat dan protein setelah beras. Pelaksanaan di lakukan pada bulan Mei 2022. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pemasaran jagung di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. Hasil penelitian sistem pemasaran jagung di daerah penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan yang pertama saluran pemasaran didaerah penelitian terdiri dari tiga saluran pemasaran, saluran pemasaran yang pertama dari petani ke konsumen. Saluran pemasaran kedua dari petani ke pedagang pengumpul lalu ke konsumen. Dan yang ketiga dari petani-pedagang pengumpul-agen kecamatan lalu ke konsumen. Efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar $1\% > 33\%$, Efisiensi pemasaran pada saluran II sebesar $1,1 > 33\%$ da pada pemasaran ke III sebesar $1,2 > 33\%$. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran III. Hasil dari penelitian ini sudah di publikasikan pada jurnal Internasional IJSS (Internasional Journal Of Social Science)

Kata Kunci: Jagung, Saluran Pemasaran, Efisiensi

SUMMARY

Corn (Zea Mays) is a commodity that has economic value and has a great opportunity to be developed because of its composition as the main source of carbohydrates and protein after rice. Implementation was carried out in May 2022. The purpose of this study was to analyze corn marketing in Lengkiti District, Ogan Komering Ulu Regency. The results of the research on the corn marketing system in the research area, it can be concluded that the first marketing channel in the research area consists of three marketing channels, the first marketing channel from farmers to consumers. The second marketing channel is from farmers to collectors and then to consumers. And the third is from farmers-traders-collectors-sub-district agents then to consumers. Marketing efficiency in channel I is $1\% > 33\%$, marketing efficiency in channel II is $1.1 > 33\%$ and in marketing III is $1.2 > 33\%$. The most efficient marketing channel is marketing channel III. The results of this study have been published in the International Journal of Social Science (IJSS).

Keywords: *Corn, Marketing Channels, Efficiency*