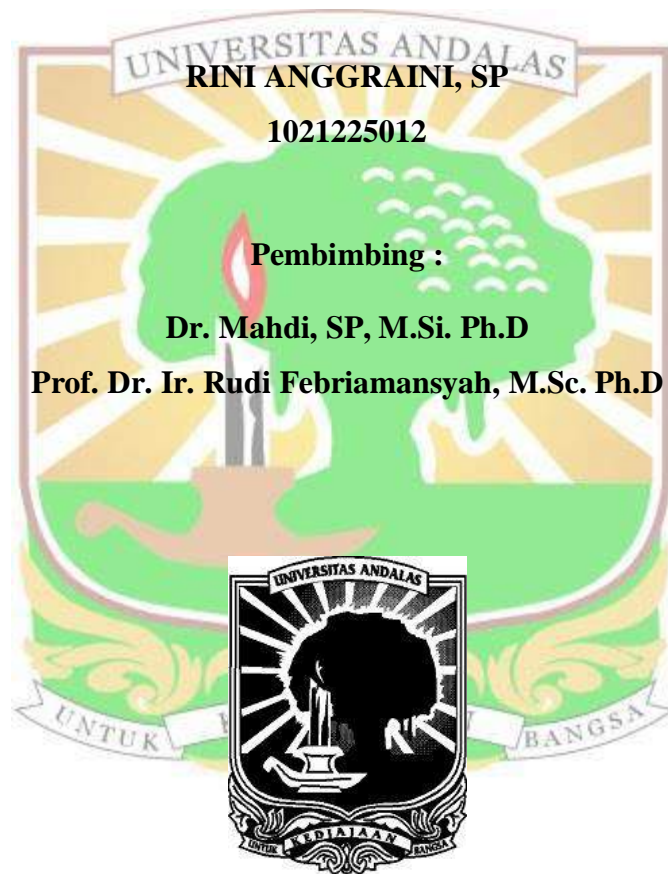


**ANALISIS SISTEM PEMASARAN JAGUNG
DI KABUPATEN PASAMAN BARAT**

TESIS

Oleh :



**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI PERTANIAN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
2016**

ANALISIS SISTEM PEMASARAN JAGUNG DI KABUPATEN PASAMAN BARAT

Oleh : Rini Anggraini

(Dibawah bimbingan Dr. Mahdi, SP, M.Si. Ph.D dan Prof. Dr. Ir. Rudi Febriamansyah, M.Sc. Ph.D)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis : (1). struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran jagung di Kec. Kinali, Kab. Pasaman Barat, (2). perilaku pasar yang terjadi di Kec. Kinali, Kab. Pasaman Barat, (3). kinerja pasar di Kec. Kinali, Kab. Pasaman Barat. Penelitian ini menggunakan 3 orang informan kunci untuk mendapatkan gambaran detail mengenai pemasaran jagung di lokasi penelitian. Metode yang digunakan adalah analisis SCP yang meliputi margin pemasaran, *farmer's share*, dan integrasi pasar.

Hasil penelitian menunjukkan dalam pemasaran jagung di Kec. Kinali Kab. Pasaman Barat, petani menggunakan tiga saluran pemasaran. Struktur pasar pada berbagai tingkatan cenderung membentuk oligopsoni. Praktek penentuan harga mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna (*imperfect competition*). Pedagang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga yang terjadi di pasar. Distribusi margin pada tiga saluran tidak sama, margin terbesar terdapat pada saluran ketiga yang bukan merupakan saluran terpanjang akan tetapi besarnya margin pada saluran ini karena kualitas jagung yang diperdagangkan merupakan kualitas yang sangat baik. Integrasi pasar vertikal lemah dalam jangka pendek karena perubahan harga hanya sedikit yang diteruskan oleh pedagang sampai ke petani. Sedangkan integrasi pasar vertikal sangat kuat dalam jangka panjang terjadi pada berbagai tingkatan pasar.

Kata Kunci : jagung, pemasaran, harga

ANALYSIS OF MAIZE MARKETING SYSTEM IN WEST PASAMAN REGENCY

By : Rini Anggraini

(Under the Guidance of Dr. Mahdi, SP, M.Si. Ph.D& Prof. Dr. Ir. Rudi Febriamansyah, M.Sc. Ph.D)

ABSTRACT

This study aimed to analyze: (1). market structure is formed on the marketing of maize in the Kec. Kinali, Kab. Pasaman Barat, (2) market behavior in the Kec. Kinali, Kab. Pasaman Barat, 3). market performance of the corn market in the district. Kinali, Kab. Pasaman Barat. This study uses three key informants to obtain a detailed image of corn marketing. The method used is the analysis of SCP covering marketing margin, the farmer's share, and market integration.

The results of the research showed in the marketing of maize in Kec.Kinali Kab. Pasaman Barat, farmers use three marketing channels. The market structure at various levels tend to form oligopsony. Pricing practices lead to a competitive market is not perfect (imperfect competition). Traders have the power to influence prices in the market. The margin distribution among the three channels are differs, the largest margin contained in the third channel is a channel that is not the longest but the magnitude of the margin on these channels because the quality of the corn traded an excellent quality. Integration of vertical market weak in the short term due to price changes only slightly forwarded by traders to farmers. While very strong vertical market integration in the long term at different levels of the market.

Key word : corn, marketing, price

