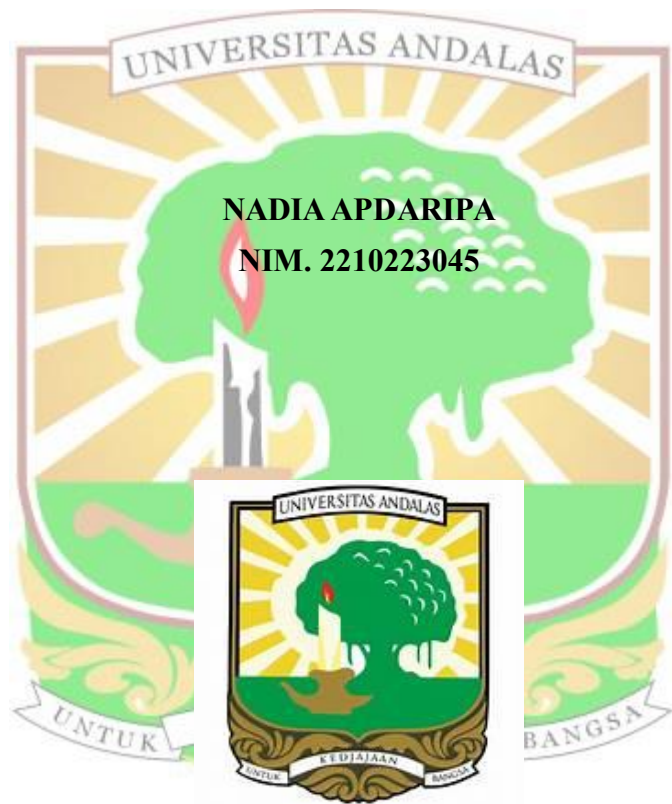


**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN MARNING JAGUNG TRI
MULYO DI KELURAHAN KALUMBUK KECAMATAN
KURANJI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Oleh



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2026

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN MARNING JAGUNG TRI MULYO DI KELURAHAN KALUMBUK KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG

ABSTRAK

Marning jagung merupakan jenis makanan yang terbuat dari olahan jagung yang dijadikan makanan (*snack*) yang dikonsumsi setelah melalui proses pengolahan sederhana. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan besarnya margin pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pemilik usaha, lembaga pemasaran yang terlibat, serta pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang. Analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kurangi Kota Padang terdiri dari 3 saluran yaitu dimana saluran I: Produsen - Pedagang Antar Daerah - Pedagang Grosir Padang dan Bengkulu - Pedagang Pengecer Padang dan Bengkulu - Konsumen Akhir, saluran II: Produsen - Pedagang Grosir Padang - Pedagang Pengecer Padang - Konsumen Akhir, saluran III: Produsen - Pedagang Grosir Kabupaten Pesisir Selatan - Pedagang Pengecer Kabupaten Pesisir Selatan - Konsumen Akhir. Besar margin tiap saluran pemasaran yaitu saluran I Rp 4.500, saluran II Rp 4.000, saluran III Rp 3.500. Pemasaran Marning Jagung Tri Mulyo di Kelurahan Kalumbuk Kecamatan Kurangi Kota Padang sudah efisien. Saluran III paling efisien dengan nilai EP 18,30% karena rendahnya biaya pemasaran dibandingkan dengan total nilai produk. Berdasarkan hasil penelitian, usaha Marning Jagung Tri Mulyo disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan saluran pemasaran III karena memiliki tingkat efisiensi pemasaran tertinggi.

Kata Kunci: Efisiensi pemasaran, margin pemasaran, marning jagung, saluran pemasaran

MARKETING EFICIENCY ANALYSIS OF TRI MULYO CORN MARNING IN KALUMBUK VILLAGE, KURANJI DISTRICT, PADANG CITY

ABSTRACT

Corn marning is a type of food made from processed corn that is turned into a snack consumed after undergoing a simple processing procedure. This study aims to identify the marketing channels and the marketing margin of Tri Mulyo Corn Marning, as well as to analyze the level of marketing efficiency achieved by each of Marning Jagung Tri Mulyo marketing channels. The study employed a survey method using a quantitative approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation with business owners, relevant marketing institutions, and the Padang City Cooperative and MSME Office. Data analysis in this study included an analysis of marketing channels, marketing margins, and marketing efficiency. The results of the study show that the marketing channels for Tri Mulyo Corn Marning in Kalumbuk Village, Kuranji District, Padang City consist of three channels, namely: Channel I: Producer - Inter-regional Trader - Wholesalers in Padang and Bengkulu - Retailers in Padang and Bengkulu – End Consumers; Channel II: Producer - Wholesaler in Padang - Retailer in Padang - End Consumer; Channel III: Producer - Wholesaler in Pesisir Selatan Regency - Retailer in Pesisir Selatan Regency - End Consumer. The marketing margins for each channel are as follows: Channel I is Rp 4,500, Channel II is Rp 4,000, Channel III is Rp 3,500. The marketing of Tri Mulyo Corn Marning in Kalumbuk Village, Kuranji District, Padang City, is already efficient. Channel III is the most efficient with an EP value of 18.30% due to low marketing costs compared to the total product value. Based on the research results, the Tri Mulyo Corn Marning business is advised to maintain and develop marketing channel III because it has the highest level of marketing efficiency..

Keywords: Corn marketing, marketing channels, marketing efficiency, marketing margins