

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Usaha Tani Jagung Pada Lahan Sawah Tadah Hujan Di Desa Satak Kec.Puncu Kab.Kediri

Nama Mahasiswa: Adam Rahmadi

Email: rahmadiadam77@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Skripsi ini bertujuan ini mengetahui strategi pemasaran usaha tani jagung pada lahan sawah tadah hujan di desa satak. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran usaha tani jagung pada lahan sawah tadah hujan di Desa satak masih kurang maksimal karena Keterbatasan modal menjadikan petani lebih banyak menjual jagungnya kepada tengkulak dengan sistem tebasan. Sistem ini di pilih karena adanya lembaga pengkreditan rakyat atau koperasi tani yang ada di Gapoktan, sehingga petani tidak mempunyai pilihan lain untuk pinjam ke tengkulak. Permasalahan lain pendistribusian jagung perlu adanya bantuan dari lembaga pemasaran. Sistem pemasaran tengkulak memakai patokan pasar, uang hasil panen tidak langsung di bayar melainkan harus mengetahui harga pasar, tengkulak jangkauan pasarnya sangat luas.

Kata kunci: strategi, pemasaran, usaha tani

ABSTRACT

Strategi Pemasaran Usaha Tani Jagung Pada Lahan Sawah Tadah Hujan Di Desa Satak Kec.Puncu Kab.Kediri

Nama Mahasiswa : Adam Rahmadi

Email : rahmadiadam77@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kediri

This thesis aims to determine the marketing strategy of corn farming in rainfed rice fields in the village of Satak. This research uses descriptive qualitative research. Methods of data collection in this study using interviews, observation, documentation. The results of this study indicate that the marketing strategy of corn farming in rainfed rice fields in Satak Village is still not optimal because limited capital makes farmers sell more corn to middlemen with the slashing system. This system was chosen because of the existence of a people's credit institution or farmer's cooperative in Gapoktan, so farmers have no other choice to borrow from middlemen. Another problem with the distribution of corn requires assistance from marketing agencies. The middlemen's marketing system uses market benchmarks, the money from the harvest is not paid directly but must know the market price, the middlemen's market reach is very wide.

Keywords: strategy, marketing, farming