**ABSTRAK**

Jihad Subarkha (164114060)Dengan judulAnalisis Distribusi dan Margin Pemasaran Timun di Desa Pematang Kasih Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai, yang dibimbing oleh Ibu Ir. Ernita, MP, Ph. D dan Ibu Sri Wahyuni S.Si, M. Si.

Tujuan penelitian adalah untuk menganalisisDistribusi dan Margin Pemasaran Timun di Desa Pematang Kasih Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. Metode penelitian mengambil sampel dengan sebesar 44 responden pengumpul data dilakukan dengan menggunakan obsevasi langsung terhadap petani timun.

Saluran atau distribusi pemasaran timun di Desa Pematang Kasih terdiri dari dua bentuk saluran pemasaran yaitu saluran I: Saluran pemasaran yang pertama petani menjual hasil produksi timunnya ke pedagang pengumpul. Lalu pedagang pengumpul menjual ke pengecer dan pengecer menjual ke konsumen. Saluran II: Saluran pemasaran yang pertama petani langsung menjual timunnya ke konsumen. Petani menjual timun ke masyarakat yang ingin membeli langsung timun ke para petani karena harga yang lebih murah. Margin pemasaran yang diperoleh sama setiap saluran yaitu sebesar Rp. 1000.

**Kata Kunci: Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran**

***ABSTRACT***

*Jihad Subarkha (164114060) With the title Analysis of Cucumber Distribution and Marketing Margin in Pematang Kasih Village, Pantai Cermin District, Serdang Bedagai Regency, guided by Mrs. Ir. Ernita, MP, Ph. D and Mrs. Sri Wahyuni ​​S.Si, M. Si.*

*The purpose of this study was to analyze the Distribution and Marketing Margin of Cucumber in Pematang Kasih Village, Pantai Cermin District, Serdang Bedagai District. The research method of taking a sample of 44 respondents collecting data is done using direct observation of cucumber farmers.*

*The cucumber marketing channel or distribution in Pematang Kasih Village consists of two forms of marketing channel, channel I: Marketing channel, the first is that the farmer sells his cucumber production to traders. Then collectors sell to retailers and retailers sell to consumers. Channel II: The first marketing channel the farmer sells his cucumber directly to consumers. Farmers sell cucumbers to people who want to buy cucumbers directly to farmers because of lower prices. Marketing margins obtained are the same for each channel, which is Rp. 1000.*

***Keywords: Marketing Channels and Marketing Margins***