

Dwi Zuliana NIM. 150321100063. Analisis Efisiensi Pemasaran Cengkeh di Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk. Dibawah bimbingan Novi Diana Badrut Tamami, SP.,MP.

ABSTRAK

Cengkeh merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memiliki potensi cukup besar serta mampu bersaing di pasar dunia. Cengkeh dimanfaatkan oleh industri rokok sebagai bahan campuran rokok kerek. Peningkatan cukai rokok mengakibatkan harga Cengkeh dipasaran berfluktuatif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran serta mengidentifikasi margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran Cengkeh di Kecamatan Sawahan. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran Cengkeh, sedangkan deskriptif kuantitatif digunakan untuk mengetahui margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran Cengkeh. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran Cengkeh, saluran I yaitu petani-pedagang kecil-pedagang besar-supplier, sedangkan saluran II yaitu petani-pedagang besar-supplier. Pemasaran Cengkeh terbagi menjadi dua yaitu Cengkeh basah dan Cengkeh kering. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang yaitu fungsi pembelian, penjualan, pengelolaan, transportasi dan sortasi. Rata-rata biaya pemasaran pada tingkat petani yaitu sebesar Rp. 1.934.114 dengan rata-rata penerimaan Rp. 26.597.727 sehingga keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 24.663.613. Dari kedua saluran pemasaran, saluran yang paling efisien adalah saluran II pada pemasaran Cengkeh kering, hal itu dapat dilihat dari nilai margin pemasaran (Rp.2.600), Farmer's share (97,19%) dan efisiensi pemasarannya (1,1%).

Kata kunci: Cengkeh, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Farmer's Share, Efisiensi Pemasaran.

Dwi Zuliana NIM. 150321100063. Analisis Efisiensi Pemasaran Cengkeh di Kecamatan Sawahan Kabupaten Nganjuk. Dibawah bimbingan Novi Diana Badrut Tamami, SP.,MP.

ABSTRACT

One of the plantation corps which capable to competed in international market was clove. Cigarettes company was used mixing clove for cigarette mixture. The cause of clove price in the market fluctuated was the increased excise for cigarette. Find out marketing channels, marketing function and identifying marketing margins, farmer's share also clove marketing in Sawahan sub-district were the objective of this research. Descriptive qualitative and descriptive quantitative method were applied for this research. Market channels and clove market function were able to be found by using descriptive qualitative. Meanwhile, descriptive quantitative was used to find the market margin, farmer's share and clove efficiency marketing. In accordance with the research result, there were two clove marketing channels. First was farmer-small merchant wholesaler-supplier. Second was, farmer-wholesaler-supplier. Clove marketing was divided into two, fresh clove and dried clove. Purchase, sale, management, transportation and sorting were what merchant does as market function. The average of marketing cost in farmer level was Rp. 1.934.114 with average income is Rp. 26.597.727 then, the profit result was Rp. 24.663.613. Between two market channels, the most efficient was the second channel for dried clove. It could be concluded from market margin (Rp.2.600), Farmer's share (97,19%) and market efficiency (1,1%).

Key Words: Clove, Market Channels, Market Margin, Farmer's Share, Market Efficiency.