

Taufikurrahman. NIM 120321100081. Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Jambu Mete (*Anacardium Occidentale. L*) di Desa Jelbudan Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep.

Dibawah bimbingan Novi Diana Badrut Tamami, SP.,MP.

---

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran jambu mete dan Menganalisis margin pemasaran jambu mete dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jambu mete di Kabupaten Sumenep. Hasil penelitian menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran, yang pertama melibatkan tiga lembaga yaitu petani ke pedagang desa, setelah itu ke pedagang kecamatan. Pedagang desa dan pedagang kecamatan bertindak sebagai perantara penjualan. Saluran pemasaran ini lebih panjang sehingga margin pemasaran lebih rendah, berbeda dengan saluran pemasaran kedua yang lebih pendek. Adapun saluran pemasaran yang kedua petani langsung ke pedagang kecamatan. Margin yang diperoleh oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jambu mete yaitu pedagang desa memperoleh margin sebesar Rp 3.000,-/Kg dan pedagang kecamatan memperoleh nilai Rp 5.000,-/Kg. Share yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran, seperti petani memperoleh nilai 68%, pedagang desa sebesar 11,1% dan pedagang kecamatan sebesar 15,4%.

Kata kunci : Saluran Pemasaran, Jambu Mete, dan Margin Pemasaran

Taufikurrahman. NIM 120321100081. Channeling And Marketing Margin Analysis Of Cashew Nuts (*Anacardium Occidentale. L* ) In Jelbudan Village Dasuk District Sumenep Regency.

Supervised by Novi Diana Badrut Tamami, SP.,MP.

---

## ABSTRACT

The purpose of this research is to knowing the shape of cashew marketing channel and Analyze the marketing margin of cashew nut from any marketing agency involved in cashew marketing in Sumenep District. The results show there are two marketing channels, the first involves three institutions are farmers to traders village, and then to traders district. Traders Village and traders district acted such as sales intermediaries. The first marketing channel is longger so that the marketing margin is lower. The second marketing channels are farmers to the traders district. The margin are obtained by every comercial institution involved in cashew marketing are traders village earned a marketing margin of Rp 3.000,-/Kg and traders district earned value of Rp. 5.000,-/Kg. Share received by each institution marketing as farmers is 68%, traders village is 11,1% and traders district is 15,4%..

**Keywords:** Marketing Channel, Cashew, and Marketing Margin