

Nurul Jannah. 140321100013. Saluran dan Margin Pemasaran Sawo (*Achras zapota L.*) di Desa Jaddih Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan. Dr. Mardiyah Hayati, SP., MP.

ABSTRAK

Desa Jaddih salah satu desa yang memiliki kondisi alam yang cocok untuk ditanami dan dikembangkan tanaman sawo. Namun hasil produksi yang melimpah berakibat pada penurunan harga sawo dipasaran. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui saluran serta margin pemasaran sawo di Desa Jaddih. Jenis data yang digunakan adalah data primer serta metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif menggunakan Ms. Excel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua pola pemasaran yang terbentuk dan besarnya margin pemasaran yang terbentuk pada pola I sebesar Rp. 89.300 dan Farmer share sebesar 47,8%. Sedangkan pola pemasaran II tidak terbentuk margin pemasaran sehingga Farmer share yang diperoleh 100%. Saran yang ditawarkan adalah untuk mendapat keuntungan yang lebih besar maka petani dapat menggunakan pola pemasaran II yaitu langsung menjual kepada konsumen.

Kata kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Sawo

Nurul Jannah. 140321100013. Line And Marketing Margin Of Sapodilla (*Achras Zapota L.*) In Jaddih Village, Socah District, Bangkalan Regency. Dr. Mardiyah Hayati, SP., MP.

ABSTRACT

Jaddih village is one of the villages that has natural conditions suitable for planting and developing sapodilla plants, but abundant production results make a price decreasing of sapodilla in the market. The purpose of this study is to determine the channels and marketing margins of sapodilla in the Jaddih village. The type of data used is primary data and the research method used is descriptive and quantitative analysis method using Ms. Excel. The results of the study show that there are two marketing lines formed and the amount of marketing margins formed in the marketing line I of Rp.89.300 and farmer share of 47,8% while marketing line II does not form marketing margins. So that the farmer share obtained is 100. The advice offered is to get a bigger profit so farmers can use the marketing line II, which is direct selling to consumers.

Keywords : Marketing Line, Marketing Margin , Sapodilla