

Musyaarofah. NIM.11.03.211.00022. Analisis Efisiensi Pemasaran Kacang Mete Di Kabupaten Sampang (Studi Kasus Desa Banyusokah Kecamatan Ketapang). Di bawah bimbingan Dr. Ir. Slamet Subari, M.Si

ABSTRAK

Kecamatan Ketapang merupakan sentra produksi mete di Kabupaten Sampang. Permasalahan yang ditemui adalah saluran pemasaran yang terdapat di Desa Banyusokah terdiri atas tiga saluran pemasaran. Tujuan penelitian ini ingin mengetahui margin pemasaran yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran serta untuk mengetahui saluran pemasaran yang lebih efisien dari ketiga saluran pemasaran yang ada di Desa Banyusokah Kecamatan Ketapang. Metode penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *snow ball sampling*. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menghitung margin pemasaran, distribusi margin, rasio keuntungan dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing saluran pemasaran adalah sama, yakni Rp. 41.000/Kg, hal itu disebabkan karena harga jual ditingkat petani dan harga beli ditingkat konsumen adalah sama yakni Rp. 56.000 (petani) dan Rp. 97.000 (konsumen). Efisiensi pemasaran kacang mete di Desa Banyusokah pada masing-masing saluran pemasaran sudah efisien, karena nilai E_p pada masing-masing saluran pemasaran $< 50\%$.

Kata kunci : Keuntungan, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran,

Musyaarofah. NIM.11.03.211.00022. Cashew marketing efficiency analysis in sampang (study case banyusokah rural district ketapang). Supported by Dr. Ir. Slamet Subari, M.Si

ABSTRACT

Ketapang sub-district is the center of cashew production in Sampang. The problems that have been visited marketing is a conduit that was found in the village banyusokah consists of three marketing outlets. The purpose of this research to know marketing margins is received at each marketing outlets and to know marketing outlets that is more efficient of the three marketing outlets that existed in the village banyusokah ketapang sub-district. The method of a determination of the sample using the sampling method of snow ball. Although the method of analysis that is used is quantitative descriptive by counting marketing margins, the distribution of margins, the ratio of profits and farmer share. The result showed that marketing margins obtained at marketing outlets each is the same, there for is Rp .41.000/Kg, It was because the selling price of farmers and the consumers is the same purchase price is. Farmers Rp. 56.000 and Rp. 97.000 price for consumers, the marketing of the bean mete banyusokah in each of water distribution is efficient, Because the value of EP on the respective marketing outlets 50 % percent.

Key Words : Advantage, Marketing Margin, Marketing Efficiency