

ABSTRAK

PEMASARAN DOMBA DI PASAR HEWAN TRADISIONAL CIAWI KABUPATEN TASIKMALAYA

Oleh

Rais Muhsin
NPM 185009119

Dosen Pembimbing

Hj. Tenten Tedjaningsih
Dedi Darusman

Penelitian bertujuan untuk mengetahui saluran, fungsi, biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan *farmer's share*, serta efisiensi pemasaran domba di Pasar Hewan Tradisional Ciawi kabupaten Tasikmalaya. Metode penelitian menggunakan survei, penentuan responden dengan *snowball sampling* terdiri dari 17 orang pedagang pengumpul, 2 orang pedagang besar, dan 12 orang pedagang pengecer. Lokasi penelitian di Desa Pakemitan Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya dari Mei 2023-Desember 2023. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga saluran pemasaran, yaitu: Saluran I: Peternak → Pedagang pengumpul → Konsumen; Saluran II: Peternak → Pedagang pengumpul → Pedagang pengecer → Konsumen; Saluran III: Peternak → Pedagang pengumpul → Pedagang besar → Pedagang pengecer → Konsumen. Fungsi pemasaran yang dilaksanakan yaitu fungsi pertukaran berupa penjualan dan pembelian dilakukan seluruh lembaga pemasaran pada masing-masing saluran, Semua lembaga pemasaran pada setiap saluran melaksanakan fungsi fisik berupa pengangkutan dan penyimpanan kecuali pedagang pengecer pada saluran pemasaran II. Fungsi fasilitas berupa standarisasi, pembiayaan, penanggungan risiko, dan informasi pasar dilakukan seluruh lembaga pemasaran pada masing-masing saluran. Biaya pemasaran saluran I, II, dan III yaitu sebesar Rp. 24.667/ekor, Rp. 33.278/ekor, dan Rp. 54.821/ekor. Keuntungan pemasaran saluran I, II, dan III yaitu sebesar Rp. 196.242/ekor, Rp. 370.611/ekor, dan Rp. 461.997/ekor. Margin pemasaran saluran I, II, dan III adalah Rp. 220.909/ekor, Rp. 403.889/ekor, dan 516.818/ekor. *Farmer's share* pada masing-masing saluran I, II, dan III adalah sebesar 89,88 persen, 84,84 persen, dan 80,88 persen. Saluran pemasaran I, II, dan III sudah efisien.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Domba