

ABSTRAK

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN PEPAYA CALLINA

Oleh

**Ibing Kaliyubi
NPM 145009020**

Dosen pembimbing

**Riantin Hikmah Widi
Unang Atmaja**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pasirbatang Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa barat. Dengan tujuan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran, serta efisiensi saluran pemasarannya. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus yang dilakukan pada tiap lembaga pemasaran yang terlibat. Metode penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah snowball sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa besarnya margin pada saluran pemasaran I perkilogram pepaya adalah sebesar Rp. 4.500 dan untuk margin saluran pemasaran II Rp. 4.800. Biaya pemasaran pepaya yang dikeluarkan oleh para pedagang yang berada di saluran pemasaran I, untuk pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp 605/kg, pedagang besar Rp. 659,7/kg, dan pedagang pengecer Rp. 821,6/kg. Untuk saluran pemasaran II, pedagang pengumpul sebesar Rp. 975/kg dan untuk pedagang pengecer sebesar Rp. 745,54/kg. Untuk farmer share pada saluran pemasaran I (34,7%) dan untuk saluran pemasaran II sebesar (31,4%), saluran pemasaran paling efisien adalah saluran pemasaran I, karena memiliki persentase paling kecil sebesar (22,19%) sedangkan untuk saluran pemasaran II sebesar (24,575)

Kata kunci : Saluran Pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, farmer share.

ABSTRACT

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN PEPAYA CALLINA

By

Ibing Kaliyubi
NPM 145009020

Supervisor

Riantin Hikmah Widi
Unang Atmaja

This research was carried out in the village Pasirbatang sub-district Manonjaya districts Tasikmalaya province Jawa Barat. For the purpose of knowing the size of marketing margins, and efficiency of the marketing channel method used is a case study method which is conducted on each marketing agency involved, sampling method used in this study is snowball sampling. data used in this study primary and secondary data. Based on the results of the analysis it is known that the margin in the marketing channel I papaya kilogram is as big as Rp. 4.500 and for marketing channel margin II Rp. 4.800 papaya marketing costs incurred by trader in marketing channel I, for traders who are equal to Rp. 605/Kg, wholesalers Rp. 659,7/Kg and retailers Rp. 821,6/Kg. For marketing channel II collector as big as Rp. 975/Kg and for retailers Rp. 745,54/Kg. To farmer share marketing channel II (31,4%) the most efficient marketing channel is the marketing channel I, because it has the smallest percentage of (22,19%) while for marketing channel II as big as (24,57%).

Keyword : Marketing Channels, Marketing margin, marketing efficiency, farmer share