

ABSTRAK

SALURAN DAN MARJIN PEMASARAN TOMAT

(Kasus Pemasaran Tomat dari Desa Cipulus Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka Sampai ke Pasar Induk Jagasatru dan Pasar Ciawigebang)

Oleh

Novia Tuzanah

NPM 175009020

Dosen Pembimbing:

Candra Nuraini

Tedi Hartoyo

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran tomat dari Desa Cipulus Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka sampai ke pasar Jagasatru dan pasar Ciawigebang serta menganalisis biaya, keuntungan, margin dan *farmer's share*. Penelitian dilakukan dari Desember 2020 - Agustus 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Responden lembaga pemasaran ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Sampel pedagang pengumpul yang diambil sebanyak 2 orang, pedagang besar 1 orang dan pedagang pengecer 4 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran tomat dari Desa Cipulus, yaitu saluran tiga tingkat adalah Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir. Saluran dua tingkat adalah Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir. Fungsi – fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Biaya total saluran I Rp. 1.751,5 per kilogram, saluran II Rp. 931,7 per kilogram. Keuntungan total saluran I Rp. 1.748,5 per kilogram, saluran II Rp. 1.568,3 per kilogram. Margin pemasaran saluran I Rp. 3.500 per kilogram, saluran II Rp. 2.500 per kilogram. *Farmer's share* saluran I 56,3 persen, saluran II 66,7 persen.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Tomat, Cipulus

ABSTRACT

MARKETING CHANNELS AND MARGINS OF TOMATO (Marketing Case of Tomato from Cipulus Village Cikijing District Majalengka Regency to Jagasatru Market and Ciawigebang Market)

By

Novia Tuzanah

NPM 175009020

Supervisors:

Candra Nuraini

Tedi Hartoyo

This research aims to describe marketing channels of tomato from Cipulus village Cikijing district Majalengka regency to the Jagasatru market and Ciawigebang market and analyze the amount of cost, profit, margin and farmer's share. The research starting from December 2020 - August 2021. The research method used is survey method. The sampling method used the snowball sampling method, then the samples taken in this research are 2 collecting traders, 1 wholesaler and 4 retailers. The result of this research indicate there are two marketing channels of tomato from Cipulus village, namely three level channels is Farmer – Collecting Trader – Wholesaler – Retailer – Consumer. Two level channels is Farmer – Collecting Trader – Retailer – Consumer. Marketing functions conduct by marketing institutions is the exchange functions, physical functions and facility functions. Channel I has marketing cost on collecting merchants Rp. 1751,5 per kilogram, while channel II Rp. 931,7 per kilogram. Channel I get profit Rp. 1.748,5 per kilogram, channel II Rp. 1.568,3 per kilogram. Marketing margin of channel I was Rp. 3.500 per kilogram and channel II was Rp. 2.500 per kilogram. Farmer's share of channel I was 56,3 percent and channel II was 66,7 percent.

Keywords: Marketing Channel, Marketing Margin, Tomato, Cipulus