

ABSTRAK

Potensi pisang di Kecamatan Senduro dimanfaatkan sebagian warganya sebagai sale pisang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui: 1) perbedaan keuntungan agroindustri, 2) saluran pemasaran, 3) keuntungan pemasaran, dan 4) efisiensi pemasaran. Penelitian berlokasi di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive method*). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 7 pengusaha sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, wawancara dan instansional. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, saluran pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan/biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang menguntungkan dengan rata-rata keuntungan agroindustri sale pisang di Kecamatan Senduro sebesar Rp34.734/produk, 2) Ada dua macam saluran pemasaran sale pisang, yaitu: a.) saluran pemasaran satu tingkat digunakan oleh 29% pengrajin, b.) saluran dua tingkat digunakan oleh 71% pengrajin, 3) Keuntungan pemasaran pada saluran I sebesar Rp 3.500/kg produk sedangkan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 4.752/kg produk, 4) Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. *Farmer's share* pengrajin pada saluran dua tingkat yaitu sebesar 72,75% lebih kecil daripada saluran satu tingkat yaitu sebesar 83,81%.

Kata kunci : efisiensi pemasaran, keuntungan agroindustri, sale pisang, saluran pemasaran.

ABSTRACT

The potential of bananas in Senduro District is used by some of its residents as banana sales. This study aimed to determine: 1) differences in agro-industry profits, 2) marketing channels, 3) marketing benefits, and 4) marketing efficiency. The research is located in Senduro District, Lumajang Regency. The research uses qualitative and quantitative methods with the research location being chosen intentionally (purposive method). The samples used in this study were 7 banana sales entrepreneurs in Senduro District, Lumajang Regency. Data collection techniques were carried out by observation, documentation, interviews and institutional. Data analysis used profit analysis, marketing channel, marketing profit, marketing efficiency, farmer share, and profit/cost ratio. The results showed that: 1) The banana sale agroindustry in Senduro Subdistrict, Lumajang Regency was profitable with the average profit of the banana sale agroindustry in Senduro District of Rp. 34,734/product, 2) There were two kinds of banana sale marketing channels, namely: a.) One-level marketing is used by 29% of craftsmen, b.) two-level channel is used by 71% of craftsmen, 3) Marketing profit in channel I is IDR 3,500/kg product while in marketing channel II is IDR 4,752/kg product, 4) All channels efficient marketing. The farmer share of craftsmen in the two-level channel, which is 72,75%, is smaller than the one-level channel, which is 83,81%.

Keywords : agroindustry profits, banana sale, marketing channels, marketing efficiency.