

ABSTRAK

Pemasaran dari hasil produksi jambu kristal akan memperoleh keuntungan yang maksimal jika mekanisme pemasarannya baik. Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran. Pemasaran jambu kristal cenderung kurang efisien jika memiliki saluran pemasaran yang panjang. Saluran pemasaran yang panjang cenderung mempengaruhi besarnya biaya pemasaran, margin pemasaran dan harga ditingkat petani maupun konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui bagaimana saluran pemasaran yang digunakan, 2) menghitung margin pemasaran, 3) menentukan efisiensi pemasaran. Metode penelitian ini yaitu deskriptif dan analisis kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu Desa Gadingrejo, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Teknik pengambilan sampel menggunakan *total sampling* dan *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 40 petani dan 10 lembaga pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Terdapat 2 saluran pemasaran jambu kristal diantaranya yaitu pola saluran II tingkat = Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen, pola saluran III tingkat = Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen, 2) Margin pemasaran pada setiap pola saluran pemasaran memiliki perbedaan yaitu pada pola saluran pemasaran pertama memiliki margin pemasaran sebesar Rp 4.250/kg sedangkan pada pola saluran pemasaran kedua sebesar Rp 6.000/kg 3) Efisiensi pemasaran pada setiap pola saluran pemasaran yang lebih efisien terdapat pada pola saluran pemasaran II tingkat dengan nilai *farmer share* sebesar 57,5% sedangkan pada pola saluran pemasaran III tingkat dengan nilai *farmer share* sebesar 40%, maka pola saluran pemasaran II tingkat lebih efisien dibandingkan dengan pola saluran pemasaran III tingkat.

Kata kunci: efisiensi pemasaran, margin pemasaran, saluran pemasaran.

ABSTRACT

Marketing is a very important aspect of the agribusiness system. If the marketing mechanism works well, then all parties involved will benefit. This study aims to: 1) find out how marketing channels are used, 2) calculate marketing margins, 3) determine marketing efficiency. This research method is descriptive and quantitative analysis. The location of the study was determined purposively, namely Gadingrejo Village, Umbulsari District, Jember Regency. The sampling technique uses total sampling and snowball sampling with a total sample of 40 farmers and 10 marketing agencies. The results of this study show that: 1) There are 2 crystal guava marketing channels including: channel pattern II level = Farmer → Wholesaler → Retailer → Consumer Merchant, channel pattern III level = Farmer → Merchant Collector → Wholesaler → Retailer → Consumer Merchant, 2) Marketing margin in each marketing channel pattern has a difference, namely in the first marketing channel pattern has a marketing margin of Rp 4,250 / kg while in the second marketing channel pattern Rp 6,000/kg 3) Marketing efficiency in each marketing channel pattern that is more efficient is found in the marketing channel pattern II level with a farmer share value of 57.5% while in the marketing channel pattern III level with a farmer share value of 40%, the marketing channel pattern II level is more efficient than the marketing channel pattern III level.

Keywords: marketing channel, marketing efficiency, marketing margin.