

## ABSTRAK

Pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui saluran pemasaran jeruk siam yang digunakan, 2) menghitung margin pemasaran, 3) menentukan efisiensi pemasaran. Metode penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* yaitu Desa Gadingrejo, Kecamatan Umbulsari, Kabupaten Jember. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling dan total sampling* dengan jumlah sampel 32 petani dan 12 lembaga pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1.) terdapat dua saluran pemasaran jeruk siam di Desa Gadingrejo diantaranya yaitu pola saluran ke satu Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen, pola saluran kedua yaitu 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 4.5000/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's share* sebesar 59,09% sedangkan pada pola saluran pemasaran III tingkat dengan nilai *farmer's share* sebesar 45,45%, 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 in principle the flow of goods from producers to consumers. The purpose of this study is 1) to find out the marketing channels used for chayote, 2) to calculate marketing margins, 3) to determine marketing efficiency. The methods of this research are descriptive and quantitative analysis. The location of the research was determined purposively, namely Gadingrejo Village, Umbulsari District, Jember Regency. The sampling technique uses simple random sampling and total sampling with a sample of 32 farmers and 12 marketing institutions. The results of this study show that: 1.) there are two marketing channels for chayote in Gadingrejo Village, including the channel pattern to one Farmer – Wholesaler – Retailer – Consumer, the second channel pattern is Farmer – Collector Trader – Wholesaler – Retailer – Consumer, 2) The marketing margin in each marketing channel pattern has differences, namely in the first marketing channel pattern has a marketing margin of Rp 4,5000/kg while in the second marketing channel pattern it is Rp 6. 000/kg 3) Marketing efficiency in each more efficient marketing channel pattern is found in the level II marketing channel pattern with a farmer's share value of 59.09% while in the level III marketing channel pattern with a farmer's share value of 45.45%, the level II marketing channel pattern is more efficient compared to the level III marketing channel pattern.*

*Keywords: marketing channels, marketing efficiency, marketing margins.*