

ABSTRAK

Durian merupakan salah satu komoditas unggulan yang mempunyai keunggulan gizi dan prospek pasar yang baik. Tujuan penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui saluran pemasaran durian di Desa Patemon Kecamatan Tanggul Jember; (2) Untuk menghitung margin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran durian; (3) Untuk menganalisis efisiensi pemasaran dari setiap pola saluran pemasaran durian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive sample*) yaitu di Desa Patemon Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisa saluran pemasaran, kemudian dilanjutkan dengan analisis margin pemasaran dan *farmer's share* untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan; (1) Terdapat tiga pola saluran pemasaran durian yaitu, saluran pemasaran 0 tingkat, I tingkat, dan II tingkat; (2) Margin pemasaran pada saluran 0 tingkat sebesar Rp. 0/unit, pada saluran I tingkat sebesar Rp. 14.666/unit; dan saluran pemasaran II tingkat sebesar Rp. 22.666/unit; (3) Saluran pemasaran yang paling efisien adalah 0 tingkat dengan nilai *farmer's share* 100%, pada saluran I tingkat nilai *farmer share*nya adalah 50,2% yang berarti efisien, dan saluran II tingkat tidak efisien karena nilai *farmer's share*nya sebesar 22,72%.

Kata Kunci: Durian; Saluran Pemasaran; Margin Pemasaran; *Farmer's Share*; Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

Durian is one of the leading commodities that has nutritional benefits and good market prospects. The objectives of this study are: (1) To identify the marketing channels for durian in Patemon Village, Tanggul Subdistrict, Jember; (2) To calculate the marketing margins of each durian marketing channel; (3) To analyze the marketing efficiency of each durian marketing channel pattern. The method used in this study is quantitative descriptive. The research location was selected purposively (purposive sample) in Patemon Village, Ajung District, Jember Regency. Data analysis in this study used descriptive analysis and marketing channel analysis, followed by marketing margin analysis and farmer's share analysis to determine the efficiency of the marketing channels. The research results show: (1) There are three durian marketing channel patterns, namely, zero-level, first-level, and second-level marketing channels; (2) The marketing margin for the zero-level channel is Rp. 0/unit, for the first-level channel is Rp. 14,666/unit, and for the second-level marketing channel is Rp. 22,666/unit; (3) The most efficient marketing channel is the zero-level channel with a farmer's share of 100%. The first-level channel has a farmer's share of 50.2%, which is efficient, while the second-level channel is inefficient due to its farmer's share value.

Keywords: *Durian; Marketing Channels; Marketing Margin; Farmer's Share; Marketing Efficiency*