

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan saluran distribusi manakah yang lebih efisien dalam pemasaran kopi rakyat di Desa Gending Waluh Kecamatan Sempol (Ijen) Kabupaten Bondowoso. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research. Sampel sebanyak 6 dari petani kopi. Jenis data yang di gunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari lapangan. Untuk memperoleh data primer maka penulis langsung datang ke sumbernya atau diperoleh dengan menggunakan metode wawancara. Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, dan data sekunder biasanya terwujud data dokumentasi yang berupa data yang diperoleh dari sumber tidak langsung seperti dari majalah, keterangan keterangan atau publikasi lainnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, kualitatif. Hasil menunjukkan pada efisiensi saluran distribusi pemasaran kopi rakyat yaitu, saluran distribusi II lebih efisien dibanding saluran distribusi I.

Kata Kunci : Efisiensi, Saluran Distribusi



ABSTRACT

The purpose of this study is to know and explain us which distribution channels are more efficient in marketing people's coffee in Gending Waluh Village, Sempol District (Ijen), Bondowoso Regency. This type of research used in this research is explanatory research. A 6 sample from coffee's farmers. The types of data that used are primary and secondary data. Primary data is data collected by researchers directly from the field to obtain primary data, the writer directly comes to the source or it is obtained using the interview method. Then, the secondary data is data is not collected by researcher, and secondary data is usually manifested in the form of data documentation that comes form data obtained and it is not comes from indirect sources such as magazines, information or other publications. The technique of data analysis that used is descriptif analysis of qualitative technique. The results show that the efficiency of the distribution channel of the people's coffee marketing is the distribution channel II because it is more efficient than the distribution channel I.

Key words : efeciency, Distribution channel

