

ABSTRAK

Potensi udang di Kecamatan Ambulu dimanfaatkan sebagian warganya sebagai perajin terasi. Penelitian bertujuan untuk mengetahui: 1) perbedaan keuntungan, 2) margin pemasaran, 3) efisiensi pemasaran, dan 4) faktor-faktor yang mempengaruhi keuntungan. Penelitian berlokasi di Desa Sumberejo Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember. Penelitian menggunakan metode deskriptif dan survey dengan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive method*). Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh pengusaha terasi di Desa Sumberejo Kecamatan Ambulu. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, wawancara dan instansional. Analisis data menggunakan analisis keuntungan, margin pemasaran, share harga, dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Ada perbedaan tingkat keuntungan antar pola saluran pemasaran dengan saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II pada taraf kepercayaan 99%. Rata-rata keuntungan Rp/kg pada saluran pemasaran I Rp 29.296/kg, dan saluran pemasaran II sebesar Rp 45.823/kg. 2). Ada perbedaan margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran. Margin saluran pemasaran I sebesar Rp 25.000/kg dan margin saluran pemasaran II sebesar Rp 40.833/kg. Untuk tingkat signifikansi sendiri sangat signifikan pada taraf kepercayaan 99%. 3). Seluruh saluran pemasaran yang digunakan efisien. Ada perbedaan efisiensi pemasaran pada setiap saluran. Share harga perngrajin pada saluran pemasaran ke I yaitu sebesar 76,19% sedangkan pada saluran pemasaran II sebesar 65,49%, namun secara statistik pada taraf uji 99% berbeda nyata. 4) faktor-faktor keuntungan yang berpengaruh secara signifikan adalah variabel biaya transportasi, harga, dan biaya tenaga kerja.

Kata Kunci : Terasi, Keuntungan, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, dan Faktor-Faktor Keuntungan.

ABSTRACT

Shrimp had potential to be used as craftsmen of shrimp paste by some resident in Ambulu subdistrict. The objectives of the research are to: (1) profit different, (2) marketing margin, (3) marketing efficiency, and (4) factors effect of profit. The study was located in Sumberejo Village, Ambulu subdistrict, Jember Regency. The study used descriptive and surveys methods with research locations chosen deliberately (purposive methode). Sampling this reseacrh was using businessman of shrimp paste in Ambulu subdistrict Jember regency. Technic of data collection did with observation, documentation, interviews and institutions. Data analysis used profit, marketing margins, share prices, and regression. The results of the study concluded that: 1) There are a difference level of profit the inter pattern channel of marketing with channel I and II at 99% confidence level. The average profit of Rp/Kg in marketing channel I was Rp 29.296/kg, and the marketing channel II was Rp 45.823/kg. 2) The are a difference of marketing margin in each marketing channel. Margin of marketing channel I was Rp 25.000/kg and channel II was Rp 40.833/kg. 3). All of marketing channels used efficiently. There are differences in marketing efficiency on each channel. The share of study prices on the marketing channel I is equal to 76.19% while in the marketing channel II is 65.49%, but statistically on the test level of 99% is significantly different. 4) profit factors that have a significant effect are variable transportation costs, prices, and labor costs.

Keywords: Shrimp Paste, Profit, Marketing Margin, Marketing Efficiency, and Profit Factors.