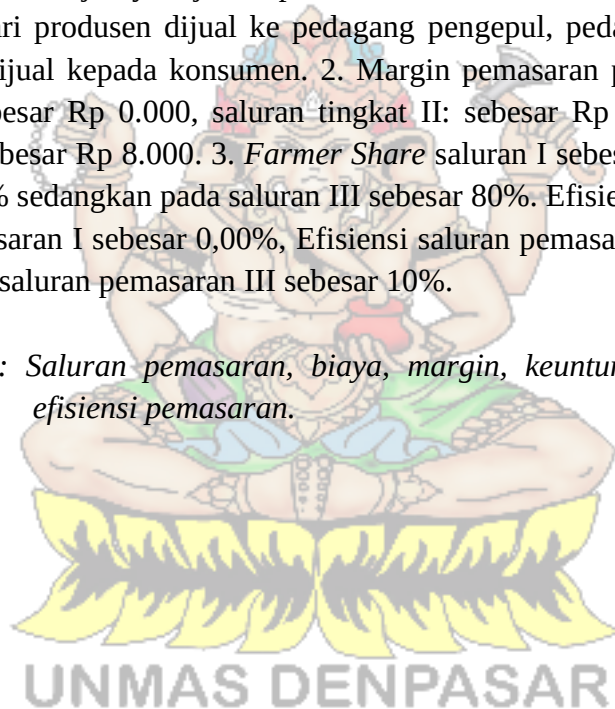


ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran paprika di Desa Candi kuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan juli 2020. Responden dalam penelitian sebanyak 15 orang petani dan pada lembaga pemasaran 5 orang terdiri dari pedagang pengepul 1 orang, pedagang pengecer 4 orang, dan konsumen 6 orang. Berdasarkan hasil penelitian pada analisis biaya pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran paprika ,maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1. Saluran pemasaran tingkat I produk yang dihasilkan oleh produsen langsung dijual kepada konsumen langsung, Saluran pemasaran tingkat II produk dari produsen dijual ke pedagang pengecerl, dan selanjutnya dijual kepada konsumen, dan Saluran pemasaran tingkat III produk dari produsen dijual ke pedagang pengepul, pedagang pengecer, dan selanjutnya dijual kepada konsumen. 2. Margin pemasaran paprika pada saluran tingkat I: sebesar Rp 0.000, saluran tingkat II: sebesar Rp 4.000, pada saluran tingkat III: sebesar Rp 8.000. 3. *Farmer Share* saluran I sebesar 100% , saluran II sebesar 89,2% sedangkan pada saluran III sebesar 80%. Efisiensi pemasaran untuk saluran pemasaran I sebesar 0,00%, Efisiensi saluran pemasaran II sebesar 6,75% dan Efisiensi saluran pemasaran III sebesar 10%.

Kata Kunci : Saluran pemasaran, biaya, margin, keuntungan, farmer share, efisiensi pemasaran.



Abstract

The purpose of this study was to analyze marketing costs, marketing margins, farmer share, and marketing efficiency of peppers in Candi kuning Village, Baturiti Subdistrict, Tabanan Regency. This research was conducted from May to July 2020. Respondents in the study as many as 15 farmers and at the marketing agency 5 people consisted of collectors 1 person, retailers 4 people, and consumers 6 people. Based on the results of the research on the analysis of marketing costs, marketing margins and marketing efficiency of peppers, then obtained some conclusions as follows: 1. Marketing channels level I products produced by manufacturers directly sold to consumers directly, Marketing channels level II products from manufacturers sold to retailers, and subsequently sold to consumers, and Marketing Channels level III products from manufacturers sold to collectors retailers, and subsequently sold to consumers. 2. Marketing margin of paprika on level I channel: Rp 0.000, level II channel: Rp 4,000, on level III channel: Rp 8,000. 3. Farmer Share channel I by 100% , channel II by 89.2% while on channel III by 80%. Marketing efficiency for marketing channel I is 0.00%, Efficiency of marketing channel II is 6.75% and Efficiency of marketing channel III is 10%

.Keywords : Marketing channels, cost, margin, profit, farmer share, marketing efficiency.

