

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Pemasaran Jeruk Keprok Di Desa Ulian Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya, keuntungan dan margin serta saluran pemasaran jeruk keprok di Desa Ulian Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode purposive sampling berdasarkan beberapa pertimbangan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2021 sampai dengan Januari 2022. Penentuan jumlah sampel untuk konsumen jeruk keprok dilakukan dengan metode simple random sampling dengan rumus slovin yang dimana jumlah sampel 35 petani orang dan pada lembaga pemasaran 17 orang orang yang terdiri dari pedagang pengepul 5 orang, pedagang pengecer 5 orang dan 7 orang konsumen. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis saluran pemasaran yang meliputi biaya pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer share*. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran tingkat I produsen langsung menjual produknya ke konsumen, pada saluran pemasaran tingkat II petani menjual produknya ke pengepul kemudian ke konsumen dan pada saluran pemasaran tingkat III produsen menjual produk dari pedagang pengepul ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen. Biaya yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp.250/kg, biaya pemasaran yang diperoleh pada saluran II sebesar Rp.550/kg, dan biaya pemasaran yang diperoleh pada saluran III sebesar Rp.1.200/kg. Sedangkan margin pemasaran yang di peroleh pada saluran I sebesar Rp.0/kg, dan pada margin pemasaran yang di peroleh pada saluran II sebesar Rp.1000/kg ditingkat pengepul dan Rp.1000 pada konsumen. Sedangkan margin pemasaran yang diperoleh pada saluran III sebesar Rp.1000/kg ditingkat pengepul, Rp.1.000 ditingkat pengecer, dan Rp.2.000 ditingkat konsumen. Margin keuntungan pada saluran pemasaran I sebesar Rp.0, saluran II ditingkat pengepul Rp.450, dan Rp.450 ditingkat konsumen. sedangkan margin keuntungan pada saluran III ditingkat pengepul, Rp.450 ditingkat pengecer, dan Rp.6.200 ditingkat konsumen.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan, Jeruk Keprok



ABSTRACT

This research is entitled Marketing Analysis of Tangerines in Ulian Village, Kintamani District, Bangli Regency. The purpose of this study was to analyze costs, profits and margins as well as marketing channels for tangerines in Ulian Village, Kintamani District, Bangli Regency. Determination of the research location is done by purposive sampling method based on several considerations. This research was carried out from November 2021 to January 2022. Determination of the number of samples for tangerine consumers was carried out using a simple random sampling method with the slovin formula in which the sample size was 35 farmers and 17 people in marketing institutions consisting of 5 collectors traders, 5 retailers and 7 consumers. The data analysis method used in this research is marketing channel analysis which includes marketing costs, marketing margins, and farmer share. The results of the research show that in the first-level marketing channel, producers sell their products directly to consumers, in the second-level marketing channel, farmers sell their products to collectors and then to consumers, and in the third-level marketing channel, producers sell products from collectors to retailers and then to consumers. The cost obtained in channel I was Rp.250/kg, the marketing cost obtained in channel II was Rp.550/kg, and the marketing cost obtained in channel III was Rp.1,200/kg. While the marketing margin obtained in channel I is Rp.0/kg, and the marketing margin obtained in channel II is Rp.1000/kg at the collector level and Rp.1000 at the consumer. While the marketing margin obtained in channel III is Rp. 1000/kg at the collector level, Rp. 1,000 at the retail level, and Rp. 2,000 at the consumer level. The profit margin on marketing channel I is Rp.0, channel II at the collector level is Rp.450, and Rp.450 at the consumer level. while the profit margin on channel III is at the collector level, Rp. 450 at the retail level, and Rp. 6,200 at the consumer level.

Keywords: Marketing Channels, Marketing Costs, Profits, Tangerines

