

ABSTRAK

Buah manggis merupakan buah khas daerah tropis dan termasuk komoditas ekspor unggulan. Produksi buah manggis masih rendah dan tidak kontinu sehingga pendapatan yang diperoleh petani manggis juga rendah. Sehingga, Tujuan penelitian ini untuk : 1).Mengidentifikasi Spesifikasi manggis yang memenuhi standar ekspor 2), mengidentifikasi saluran pemasaran manggis 3), menganalisis besarnya biaya, margin pemasaran, farmer share, dan efisiensi pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran manggis ekspor di Kelompok Tani Sari Buah Desa Padangan, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*, yang berjumlah 35 orang petani manggis dan untuk lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* yang terdiri atas 2 orang pedagang pengepul, 2 orang pedagang besar, dan 1 orang eksportir. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis biaya, margin pemasaran, *farmer share*, dan analisis efisiensi pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan November 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua tipe ekspor manggis di Kelompok tani Sari Buah Desa Padangan, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan yaitu : ada Super I (Grade A) dan super II (Grade B) Terdapat dua Saluran pemasaran yaitu: saluran pemasaran I (Petani- pedagang pengepul-eksportir), saluran pemasaran II (petani- pedagang pengepul- pedagang besar-eksportir). Analisis pemasaran dilihat pada biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran yaitu: Biaya pemasaran ekspor manggis pada saluran I sebesar Rp 9.000/kg. Sedangkan pada saluran II sebesar Rp10.750/kg. Margin pemasaran ekspor manggis pada saluran I 23.000/ kg, sedangkan margin pemasaran pada saluran II sebesar Rp. 23.250/kg. *Farmer share* pada saluran I sebesar 30,3%, sedangkan *farmer share* pada saluran II sebesar 29,54%. Efisiensi pemasaran ekspor manggis pada saluran I sebesar 27,27%, sedangkan efisiensi pemasaran yang diperoleh pada saluran II sebesar 69,69%.

Kata kunci: spesifikasi manggis, saluran pemasaran, margin, efisiensi.

ABSTRACT

Mangosteen fruit is a typical tropical fruit and is a leading export commodity. Mangosteen fruit production is still low and not continuous so that the income earned by mangosteen farmers is also low. Thus, the purpose of this study is to: 1). Identifying mangosteen specifications that meet export standards 2), identifying mangosteen marketing channels 3), analyzing the cost, marketing margin, farmer share, and marketing efficiency of each export mangosteen marketing channel in the Padangan Village Fruit Juice Farmer Group, Pupuan District, Tabanan Regency. The sampling technique in this study used a simple random sampling method, which amounted to 35 mangosteen farmers and for marketing institutions it was carried out using the snowball sampling method consisting of 2 collector traders, 2 large traders, and 1 exporter. The data analysis methods used are cost analysis, marketing margin, farmer share, and efficient analysis. The data analysis methods used are cost analysis, marketing margin, farmer share, and marketing efficiency analysis. This research was conducted from September to November 2022. The results showed that there are two types of mangosteen exports in the Sari Buah farmer group of Padangan Village, Pupuan District, Tabanan Regency, namely: there are Super I (Grade A) and super II (Grade B) There are two marketing channels, namely: marketing channel I (Farmer- collector trader- exporter), marketing channel II (farmer- collector trader- wholesaler-exporter). Marketing analysis is seen in marketing costs, marketing margins, farmer shares, and marketing efficiency, namely: The marketing cost of mangosteen exports on channel I is IDR 9,000 / kg. While on channel II it is IDR 10,750 / kg. The marketing margin of mangosteen exports on channel I is 23,000 / kg, while the marketing margin on channel II is Rp. 23,250 / kg. Farmer share on channel I is 30.3%, while farmer share. while the farmer share in channel II was 29.54%. The marketing efficiency of mangosteen exports in channel I was 27.27%, while the marketing efficiency obtained in channel II was 69.69%.

Keywords: mangosteen specification,marketing channel,margin,efficiency.