

Ringkasan

Indonesia merupakan salah satu negara yang banyak menghasilkan produksi buah-buahan salah satunya adalah duku. Kabupaten Purbalingga memiliki sentra penghasil duku yaitu di Kecamatan Kaligondang tepatnya di Desa Kalikajar. Banyaknya lembaga pemasaran mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya margin pemasaran, bagian harga yang diterima oleh petani bagian biaya dan keuntungan pada setiap lembaga pemasaran, serta mengetahui *profit margin* pedagang dan juga sistem pemasaran duku sudah efisien baik secara operasional maupun harga.

Pengambilan data dilakukan bulan 1 Maret 2014 sampai dengan 31 Mei 2014. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kalikajar Kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga. Penentuan lokasi di Desa Kalikajar dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Metode pengambilan sampel petani menggunakan *Judgemental Sampling* diperoleh populasi 35 petani. Metode pengambilan sampel pedagang menggunakan *Snowball Sampling* berjumlah 20 orang. Data dilakukan secara deskriptif terhadap saluran pemasaran dan Margin Pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Desa Kalikajar Kecamatan Kaligondang terdapat 3 saluran pemasaran yaitu : 1. Petani – pengecer – konsumen, 2. Petani – pedagang besar – pengecer – konsumen, 3. Petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pengecer – konsumen. Margin pemasaran pada saluran pertama Rp 3.987,01, margin pemasaran pada saluran kedua sebesar Rp 5631,54. Bagian harga yang diterima petani pada saluran pertama sebesar 63,08 %, pada saluran kedua sebesar 53,63 %, dan saluran ketiga sebesar 40,04 %. Bagian keuntungan tiap saluran pemasaran sebagai berikut : pada saluran pertama pedagang eceran sebesar 91,07 %, pada saluran kedua pedagang besar sebesar 43,77 % pedagang eceran 40,35 %, pada saluran ketiga pedagang pengumpul 0,66 %, pedagang besar 22,56 %, pedagang eceran 32,50 %.

Kata kunci : Duku Kalikajar, Margin Pemasaran, Bagian Keuntungan

SUMMARY

Indonesia is one of the most productive countries in Duku fruit production. One of district that produce Duku is Purbalingga. Purbalingga has production centers in District Kaligondang, Kalikajar Village. The number of marketing agencies affects the length of the short marketing channels. This study aims to determine the marketing margin, to calculate part of the price received by the farmer costs share and benefits for each marketing agencies, and to investigate the profit margins of traders and also to discover how efficient Duku marketing system both operational and price are.

Data were collected in March 2014 until the end of May 2014. The research was conducted in the village of the District Kalikajar Kaligondang Purbalingga district. Kalikajar Village is determined intentionally (purposive) as a location of this study. Moreover, Judgemental sampling method was obtained as sampling method thus obtained 25 population of farmers. Meanwhile, Snowball Sampling method was obtained to 20 people for traders. Data are analyzed descriptively on marketing channels and Marketing Margin.

The results show that in the village there are 3 Kaligondang Kalikajar District of marketing channels: 1. Farmer - retailers - consumers, 2. Farmers - wholesalers - retailers - consumers, 3. Farmer - middlemen - wholesalers - retailers - consumers. Marketing margin on the first channel is Rp 3987.01, marketing margin on the second channel is Rp 5631.54. The proportion of the price received by farmers in the first line is 63.08%, the second channel is 53.63%, and 40.04% for the third channel. Profits share of each marketing channels as follows: on the first channel of retailers is 91.07%, the second channel wholesaler is 43.77% retailers 40, 35%, in the third channel middlemen 0.66%, 22.56 % wholesalers, 32.50% retail traders.

Keywords: Duku Kalikajar, Marketing Margin, Part Advantages