

RINGKASAN

Kecamatan Cilongok merupakan salah satu daerah sentra penghasil keripik pisang di Kabupaten Banyumas, meskipun demikian para perajin keripik pisang di Kecamatan Cilongok belum mendapatkan keuntungan secara maksimal karena adanya perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen yang relatif tinggi, padahal saluran pemasarannya relatif pendek. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi saluran pemasaran keripik pisang di Kecamatan Cilongok, (2) menganalisis besar margin pemasaran keripik pisang pada setiap saluran pemasaran, (3) mengetahui struktur pasar di Kecamatan Cilongok, (4) menganalisis *farmer's share*, mengetahui persentase biaya dan mengetahui keuntungan tiap-tiap saluran pemasaran, (5) mengevaluasi saluran pemasaran yang paling efisien berdasarkan efisiensi teknis dan ekonomis.

Penelitian ini dilakukan di Desa Jatisaba, Desa Panusupan, Desa Cipete, dan Desa Karangtengah, Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas dan dilaksanakan pada bulan Januari sampai Februari 2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Pengambilan sampel perajin menggunakan metode sensus dan pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling*. Jumlah responden perajin keripik pisang sebanyak 25 orang dan jumlah pedagang yang dijadikan sampel sebanyak 13 orang yang terdiri dari 6 pedagang pengepul dan 7 pedagang pengecer. Metode analisis data yang digunakan meliputi: analisis deskriptif, analisis margin pemasaran, analisis struktur pasar, analisis *farmer's share*, serta analisis efisiensi teknis dan ekonomis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat 3 saluran pemasaran keripik pisang di Kecamatan Cilongok yakni: saluran I yaitu perajin - pengepul - pengecer - konsumen, saluran II yaitu perajin - pengepul - konsumen, saluran III yaitu perajin - pengecer - konsumen. (2) Margin pemasaran keripik pisang pada setiap saluran pemasaran yaitu: Saluran pemasaran I margin pemasarannya sebesar Rp9.574,00 per kg, saluran pemasaran II sebesar Rp4.350,00 per kg, dan saluran pemasaran III sebesar Rp6.250,00 per kg. (3) Struktur pasar di tingkat produsen dari sisi pembeli adalah pasar oligopsoni, dengan nilai CR4 sebesar 72,87% dan struktur pasar di tingkat konsumen dari sisi penjual adalah pasar oligopoli, dengan nilai CR4 sebesar 61,05%. (4) *Farmer's share* terbesar terdapat pada saluran II dengan persentase sebesar 82,53 persen. Persentase biaya terkecil terdapat pada saluran III sebesar 49,69 persen. Persentase keuntungan terbesar terdapat pada saluran III sebesar 50,30 persen. (5) Berdasarkan nilai indeks efisiensi teknis dan indeks efisiensi ekonomis diketahui saluran pemasaran keripik pisang yang paling efisien adalah saluran III, karena memiliki indeks efisiensi teknis terkecil dan indeks efisiensi ekonomis terbesar.

SUMMARY

Cilongok sub-district is one of the center area of banana chips producers in Banyumas Regency, although it's the center area of production, banana chips craftsmen in cilongok sub-district have not gain their maximum profits because there've been relatively high price differences between the producers level and consumers while it has relatively short market channel. The purpose of this study is (1) marketing channel of banana chips in Cilongok Sub-district, (2) banana chips marketing margin in every marketing agencies, (3) market structure in Cilongok Sub district, (4) analyze farmer's share, cost percentage and profit in each channel, (5) the most efficient channels based on technical and economical efficiency.

This research conducted at Jatisaba, Panusupan, Cipete, and Karangtengah Village, Cilongok Sub-districts, Banyumas, on January until February 2017. Research method used is survey method. Banana chips maker respondent was taken by census and sampling banana chips merchants using snowball sampling, consist of 25 banana chips craftsmen, 13 merchants as sample which divided into 6 collectors and 7 retailers. The method used to analyzed were descriptive analysis, marketing margin analysis, market structure analysis, farmer's share analysis, also technical and economical analysis.

The result showed that: (1) There were three marketing channels for banana chips in Cilongok Sub-district, Banyumas, described as: Channel I which is craftsman - collector - retailer - consumer, on channel II consist of craftsman - collector - consumer and channel III which is craftsman - retailer - consumer. (2) Banana chips marketing margin in each channels were: Rp9.574,00 per kg on channel I, Rp4.350,00 per kg in channel II and Rp6.250,00 per kg in channel III. (3) Market structure at the producers level from the buyer were in a form of oligopsonist, with 72,87% of CR4 score and market structure at the consumer level from the seller side were in a form of oligopoly, with 61,05% of CR4 score, (4) The biggest farmer's share was gained in channel II with a percentage of 82,53% while channel III had the least cost percentage by 49,69%. the biggest profit percentage gained in channel III by 50,30%, (5) The most efficient channel of banana chips marketing based on technical and economical efficiency index score was channel III because, it has the lowest technical efficiency index and the biggest economical efficiency index.