

ABSTRAK

Desa Kaliwadas merupakan sentra industry pembuatan rebana di Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Meskipun demikian para produsen rebana di Desa Kaliwadas belum mendapatkan keuntungan secara maksimal karena adanya perbedaan harga di tingkat produsen dan konsumen yang relative tinggi, disebabkan saluran pemasarannya relative panjang. Produsen menjual hasil produksinya kepedagang perantara yang terlibat seperti pengepul dan pedagang lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui margin pemasaran rebana disetiap salurannya dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran melalui producer's share, profit margin dan elastisitas transmisi harga di Desa Kaliwadas Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes.

Populasi pada penelitian ini terdiri dari 215 produsen rebana, sampel dalam penelitian ini sebanyak 70; 4 pedagang pengepul dan 16 orang pedagang lokal. Cara pengambilan sampel dengan menggunakan teknik random sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah survey. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran rebana di Desa Kaliwadas, yaitu: (1) produsen → pedagang pengepul → pedagang lokal → konsumen, dan (2) produsen → pedagang lokal → konsumen. Pemasaran tidak efisien pada kedua saluran pemasaran rebana di Desa Kaliwadas. Struktur pasar bukan merupakan pasar persaingan sempurna dan mengarah pada pasar monopsoni.

Implikasi dari penelitian ini adalah sebaiknya produsen rebana menjual hasil produksinya kepada saluran II yang memiliki margin pemasaran lebih pendek dan perlu dikembangkannya informasi pasar dan harga sampai ketinggian konsumen, seperti melalui penyuluhan UMKM mengenai informasi harga sehingga produsen mempunyai acuan dalam menentukan harga rebana yang akan dijual sehingga diharapkan mampu mencapai system pemasaran rebana yang efisien.

Kata kunci : Saluran pemasaran rebana, margin pemasaran, profit margin, producer's share, elastisitas transmisi harga

SUMMARY

Kaliwadas village is the center of the manufacturing tambourine industry in Bumiayu sub District Brebes Regency. Although like this manufacturers tambourine in kaliwadas village have not benefited to the maximum because of the price difference in the level of producers and consumers are relative, whereas the relatively long marketing channels. Marketing channel due to the relative long time, so profits be received small producers .Producers sell their products to middlemen involved such as local collectors and traders. The purpose of this study was to determine the tambourine margin marketing on every channel and to determine the efficient of marketing through the producer's share, profit margins and price transmission elasticity in Kaliwadas Village Bumiayu sub District Brebes Regency.

The population in this research are 215 tambourine's producers. The Sample in this reseach consisted of 70 tambourine producers; 4 traders collectors and 16 local collectors. Method of sampling using random sampling techniques. The method was used is survey. These results indicate that there are two marketing rebana channels in Kaliwadas Village, That is: (1) Producer → trader → local collector → konsumen, and (2) producer → local collector → konsumen. The marketing is not efficient in both marketing tambourine channels in Kaliwadas Village. The market structure is not perfectly competitive market and lead to a monopsony market.

The implication of this research is better tambourine producer sell their products to the channel II which has marketing margin is short and need development of marketing information and prices to the consumer level, as like counseling SMEs regarding market information and price so that producers have a reference in determining the price of tambourine will be sold and tambourine adequate marketing facilities that are expected to achieve an efficient marketing system tambourine.

Keywords: Tambourine marketing channels, marketing margin, profit margin, the producer's share, price transmission elasticity