

RINGKASAN

Kapulaga merupakan salah satu jenis tanaman biofarmaka yang sebagian besar konsumennya adalah perusahaan industri obat-obatan dan kosmetik. Semakin berkembangnya industri obat-obatan dan kosmetik membuat permintaan akan kapulaga terus meningkat. Kegiatan pemasaran kapulaga di Desa Gununglurah melibatkan banyak lembaga pemasaran dan sebagian besar petani bergantung kepada pengepul dalam memasarkan kapulaga, sehingga hal itu menyebabkan panjangnya saluran pemasaran kapulaga di Desa Gununglurah. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui saluran pemasaran, 2) mengetahui margin pemasaran, 3) mengetahui *farmer's share*, 4) mengetahui besarnya indeks efisiensi teknis dan indeks efisiensi ekonomis.

Penelitian dilaksanakan di Desa Gununglurah Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas pada tanggal 3 – 27 Januari 2019. Metode yang digunakan untuk mengambil responden petani adalah *simple random sampling* diperoleh sebanyak 33 orang responden dan untuk lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling* yang terdiri dari 4 pengepul dan 2 pedagang besar. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, biaya dan keuntungan tiap lembaga pemasaran, indeks efisiensi teknis dan indeks efisiensi ekonomis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 1) tiga saluran pemasaran yang terbentuk, 2) margin pemasaran terkecil yaitu saluran pemasaran III sebesar Rp3.500/Kg, 3) *farmer's share* terbesar yaitu saluran pemasaran II sebesar 78%, 4) persentase biaya pemasaran terkecil yaitu saluran pemasaran II sebesar 6% dan persentase keuntungan terbesar yaitu saluran pemasaran II sebesar 94%, 5) Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang paling efisien berdasarkan indeks efisiensi teknis sebesar 0,85 dan indeks efisiensi ekonomis sebesar 16,63.

SUMMARY

Cardamom is one type of biopharmaca plant that most of its consumers are pharmaceutical and cosmetic industry companies. The growing development of the pharmaceuticals and cosmetics industry has made the demand for cardamom continue to increase. The marketing activity of cardamom in Gununglurah Village involved many marketing institutions and most farmers were dependent on middlemen in marketing cardamom, so that it caused the length of the cardamom marketing channel in Gununglurah Village. This study aims to 1) find out the marketing channel, 2) know the marketing margin, 3) find out the farmer's share, 4) know the size of the technical efficiency index and economic efficiency index.

The study was carried out in Gununglurah Village, Cilongok Subdistrict, Banyumas Regency on January 3-27, 2019. The method used to retrieve farmer respondents was simple random sampling obtained by 33 respondents and for marketing institutions determined by the snowball sampling method consisting of 4 collectors and 2 traders big. The data analysis method used is descriptive analysis of marketing channels, marketing margins, farmer's share, costs and benefits of each marketing agency, technical efficiency index and economic efficiency index.

The results of this study indicate that there are 1) three marketing channels formed, 2) the smallest marketing margin, namely marketing channel III of Rp3,500/Kg, 3) the largest farmer's share, marketing channel II of 78%, 4) the smallest percentage of marketing costs marketing channel II is 6% and the biggest profit percentage is marketing channel II is 94%, 5) Marketing channel II is the most efficient marketing channel based on technical efficiency index of 0.85 and economic efficiency index of 16,63.