

## ABSTRAK

Gula kelapa adalah produk yang di hasilkan dari proses pengolahan nira kelapa dan kemudian dicetak. Pemasaran gula kelapa cetak di Kecamatan Sumbang memiliki pola saluran pemasaran yang pendek tetapi harga jual tinggi dan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pola saluran pemasaran gula kelapa yang ada di Kecamatan Sumbang, 2) biaya, keuntungan dan margin pemasaran gula kelapa pada setiap saluran pemasaran gula kelapa cetak di Kecamatan Sumbang, 3) saluran pemasaran gula kelapa di Kecamatan Sumbang yang paling efisien. Penelitian dilaksanakan di Desa Sikapat dan Desa Susukan Kecamatan Sumbang pada tanggal 11 Maret 2019 sampai 30 Maret 2019. Penentuan sampel pengrajin menggunakan metode *two stage cluster sampling* dan untuk penentu sampel pedagang perantara menggunakan *snowball sampling*, diperoleh sampel masing-masing sebanyak 20 pengrajin, 2 pedagang pengumpul, 2 pedagang besar, dan 5 pedagang pengecer. Analisis data yang digunakan adalah analisis margin pemasaran, *farmers' share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran gula kelapa cetak Desa Sikapat dan Desa Susukan Kecamatan Sumbang terdiri atas pengrajin, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer dan terdapat empat saluran pemasaran. (2) Biaya pemasaran tertinggi pada saluran II sebesar Rp489,00 per kg, saluran I sebesar Rp421,00 per kg, saluran pemasaran IV sebesar Rp149,00 per kg dan saluran pemasaran III sebesar Rp115,00 per kg. Keuntungan pemasaran tertinggi pada saluran II sebesar 2511,00 per kg, saluran I sebesar 1.929,00 per kg, saluran IV sebesar Rp913,00 per kg dan saluran III sebesar Rp885,00 per kg. Margin pemasaran tertinggi pada saluran II sebesar Rp3000,00 per kg, saluran I sebesar Rp2.350,00 per kg, saluran IV sebesar Rp1.052,00 per kg dan saluran III sebesar Rp1000,00 per kg. (3) Saluran pemasaran yang paling efisien berada di saluran pemasaran III.

Kata Kunci: Gula kelapa cetak, Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran

## **ABSTRACT**

*Coconut sugar is a product produced from the processing of coconut sap and then printed. The marketing of printed coconut sugar in Sumbang District has a short marketing channel pattern but high selling prices and involves several marketing agencies. This study aims to determine: 1) the pattern of marketing channels of coconut sugar in Sumbang District, 2) the costs, benefits, and margins of marketing coconut sugar in each marketing channel for printed coconut sugar in Sumbang District, 3) coconut sugar marketing channels in Sumbang District most efficient. The research was carried out in Sikapat and Susukan Villages, Sumbang Subdistrict on March 11, 2019 to March 30, 2019. The sample of craftsmen using the two-stage cluster sampling method and for intermediary trade sample determinants using snowball sampling, obtained samples of 20 craftsmen, 2 traders collector, 2 wholesalers, and 5 retailers. The data analysis used is marketing margin analysis, farmers 'share and marketing efficiency. The results of the study showed that (1) marketing institutions involved in the marketing of printed coconut sugar in Sikapat Village and Susukan Village, Sumbang District consisted of craftsmen, collectors, wholesalers, and retailers and there were four marketing channels. (2) Marketing costs in channel II are Rp.489.9 per kg, a channel I is Rp.421.00 per kg, marketing channel IV is Rp.149.00 per kg and marketing channel III is Rp.115.00 per kg. The marketing profit on channel II is 2511.00 per kg, a channel I is 1,929.00 per kg, channel IV is Rp913.00 per kg and channel III is Rp.885.00 per kg. The marketing margin on channel II is Rp. 3,000.00 per kg, a channel I is Rp. 2,350.00 per kg, channel IV is Rp1,052.00 per kg and channel III is Rp1,000.00 per kg. (3) The most efficient marketing channel is in the marketing channel III.*

*Keywords: Print coconut sugar, Marketing Channels, Marketing Margin, Marketing Efficiency*