

RINGKASAN

Manggis (*Garcinia mangostana L.*) merupakan komoditas hortikultura yang mempunyai beragam manfaat yaitu dapat dikonsumsi secara langsung atau diolah terlebih dahulu, kemudian untuk bagian kulitnya dimanfaatkan di bidang kesehatan sebagai bahan baku obat herbal yang dapat menyembuhkan berbagai macam penyakit. Komoditas manggis memiliki kontribusi dalam perkembangan produksi buah-buahan di Indonesia serta menempati urutan ketiga dalam kegiatan ekspor buah-buahan setelah komoditas nanas dan pisang. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Ciamis (2018) Kecamatan Cigugur merupakan penghasil manggis dengan jumlah produksi terbesar di Kabupaten Pangandaran yang dapat menghasilkan 800 ton manggis dalam satu kali musim tanam dalam satu tahun. Manggis di Kecamatan Cigugur telah memasuki pasar ekspor sejak 2006, tetapi posisi tawar petani masih lemah sampai saat ini. Sistem pemasaran manggis yang telah berjalan di Kecamatan Cigugur dinilai kurang menguntungkan bagi petani di dukung dengan masih berlakunya sistem tebasan membuat petani semakin ditekan dari segi harga yang diterima, sehingga terdapat selisih harga yang tinggi antara petani dengan konsumen antara (PT Yennn Indo Fresh). Salah satu solusi untuk memberikan harga yang lebih tinggi bagi petani dan keuntungan yang adil bagi setiap lembaga pemasaran manggis yang terlibat perlu diketahui saluran pemasaran manggis yang efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; 1) margin pemasaran manggis pada setiap saluran pemasaran manggis di Kecamatan Cigugur 2) *farmer's share* pada setiap saluran pemasaran manggis Kecamatan Cigugur dan 3) efisiensi pemasaran komoditas manggis di Kecamatan Cigugur Kabupaten Pangandaran. Penelitian dilaksanakan di Desa Cimindi dan Desa Bunisari Kecamatan Cigugur pada 15 April 2019 sampai 23 Mei 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penentuan sampel petani menggunakan metode *Proportional Random Sampling* dan rumus slovin, sedangkan penentuan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* sehingga diperoleh 24 petani, 9 pedagang pengumpul, 2 pedagang besar, dan 1 eksportir.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Nilai margin terendah berada di saluran pemasaran II. 2) *farmer's share* tertinggi berada di saluran pemasaran II 3) Saluran pemasaran manggis di Kecamatan Cigugur, Kabupaten Pangandaran yang efisien terdapat pada saluran pemasaran II.

Kata Kunci : Manggis, *farmer's share*, efisiensi pemasaran

SUMMARY

Mangosteen (Garcinia mangostana L.) is a horticultural commodity that has a variety of benefits that can be consumed directly or processed first, then used for parts of the skin used in the health sector as raw materials for herbal medicines that can cure various diseases. Mangosteen commodity contributes to the development of fruit production in Indonesia and also contributes to the export of fruits after pineapple and banana. According to the Central Statistics Agency of Ciamis Regency (2018) Cigugur District is the producer of mangosteen with the largest amount of production in Pangandaran Regency which can produce 800 tons of mangosteen in one growing season in one year. Mangosteen in Cigugur District has shifted its export market since 2006, but the bargaining position of farmers is still weak. Mangosteen marketing system that has been carried out in the District of Cigugur is not profitable for farmers supported by the implementation of the slash system makes farmers get more in terms of the price received, thus allowing a high price difference for farmers with intermediate consumers (PT Yennn Indo Fresh). One solution to provide higher prices for farmers and fair profits for each mangosteen marketing institute that is needed needs an efficient mangosteen marketing channel.

This study aims to determine; 1) mangosteen marketing margin in each mangosteen marketing channel in Subdistrict of Cigugur 2) farmer's share in each mangosteen marketing channel of Subdistrict of Cigugur and 3) efficiency of marketing of mangosteen commodities in Subdistrict of Cigugur in Pangandaran Regency. The study was conducted in Cimindi Village and Bunisari Village, Cigugur Sub-District on April 15, 2019 until May 23, 2019. The research method used was the survey method. Determination of farmer samples using the Proportional Random Sampling method and Slovin formula, while determining the merchant sample using the snowball sampling method to obtain 24 farmers, 9 collectors, 2 wholesalers, and 1 exporter.

Research results show that 1) The lowest margin value is in marketing channel II 2) the highest farmer's share is in marketing channel II 3) The efficient marketing channel is in marketing channel II.

Keywords: Mangosteen, farmer's share, marketing efficiency