

RINGKASAN

Kecamatan Kedungbanteng merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Banyumas yang menjadi salah satu sentra industri pengolahan emping melinjo di Kabupaten Banyumas. Peningkatan produksi harus diimbangi dengan pemasaran yang tepat. Pemasaran emping melinjo melibatkan beberapa lembaga pemasaran yang akan mempengaruhi panjang pendeknya saluran pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dalam suatu usaha. Penelitian ini bertujuan untuk, (1) Mengidentifikasi saluran pemasaran emping melinjo di Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas, (2) Menganalisis besar margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran emping melinjo di Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas, (3) Menganalisis besar persentase bagian yang diterima perajin (*farmer's share*) dari harga di tingkat konsumen pada setiap saluran pemasaran, (4) Mengetahui saluran pemasaran emping melinjo yang paling efisien.

Penelitian ini dilakukan tanggal 16 Januari sampai 15 Februari 2017 di Desa Dawuhan Kulon dan Desa Kalisalak Kecamatan Kedungbanteng dengan sasaran penelitian perajin emping melinjo dan pedagang perantara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Pengambilan sampel menggunakan metode sensus untuk pengrajin dan metode *snowball sampling* untuk pedagang perantara. Jumlah perajin yang menjadi responden sebanyak 60 orang dan pedagang perantara sebanyak 20 orang. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, analisis margin pemasaran, *farmer's share*, persentase biaya, dan keuntungan dan analisis efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Saluran pemasaran emping melinjo di Kecamatan Kedungbanteng terdiri dari tiga saluran pemasaran : Saluran I yaitu perajin – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer - konsumen, Saluran II yaitu perajin – pedagang pengumpul – pedagang pengecer - konsumen dan Saluran III yaitu pengrajin – pedagang besar – pedagang pengecer - konsumen. (2) Margin pemasaran saluran I sebesar Rp 12.000,00 per kilogram, saluran II sebesar Rp 12.857,00 per kilogram dan saluran III sebesar Rp 11.000,00 per kilogram. (3) *Farmer's share* saluran I sebesar 71,43 persen, saluran II sebesar 69,97 persen dan saluran III sebesar 75 persen. (4) Berdasarkan nilai efisiensi pemasaran diketahui saluran pemasaran emping melinjo yang paling efisien terdapat pada saluran III, karena kurang dari 50 persen dan memiliki nilai efisiensi pemasaran terkecil yaitu 10,425 persen.

SUMMARY

Kedungbanteng District is one of Districts in Banyumas Regency and also one of industrial centers of emping melinjo processing in Banyumas Regency. Increased production must be balanced with appropriate marketing. Marketing of emping melinjo involving several marketing agencies that will affect the short length of marketing channels and the level of marketing efficiency in a business. This research aims to: (1) Identify marketing channel of emping melinjo in Kedungbanteng Districts of Banyumas Regency, (2) Analyze the amount of marketing margin at each marketing channel of emping melinjo in Kedungbanteng Districts of Banyumas Regency, (3) Analyze the amount percentage of share received by craftsmen (Farmer's share) of the consumer-level price on each marketing channel, (4) Knowing the most efficient marketing channel of emping melinjo.

This research was conducted on January 16 to February 15, 2017 in Dawuhan Kulon Village and Kalisalak Village, Kedungbanteng Districts with the aim of researcher crafter of emping melinjo and intermediary trader. The research method used is survey method. Sampling using census methods for craftsmen and snowball sampling method for intermediary traders. The number of craftsmen who become respondents as many as 60 people and intermediary traders as many as 20 people. Data analysis uses descriptive analysis, marketing margin analysis, farmer's share, cost percentage, and profit and marketing efficiency analysis.

The results showed that: (1) marketing channel of emping melinjo in Kedungbanteng Subdistrict consist of three marketing channel: Channel I that is craftsman - collector trader - wholesaler – retailer - konsumen, Channel II that is crafter - collector trader – retailer - konsumen and Channel III that is craftsman - wholesalers – retailers - konsumen. (2) marketing margin channel I of Rp 12,000 per kilogram, channel II of Rp 12,857.00 per kilogram and channel III of Rp 11,000 per kilogram. (3) Farmer's share of channel I of 71.43 percent, channel II of 69.97 percent and channel III by 75 percent. (4) Based on the value of marketing efficiency, it is known that the most efficient marketing channel of emping melinjo is in channel III, because it has the smallest marketing efficiency value is 10,425 percent.