

INTISARI

Tanaman pala negeri (*Myristica Argenta* Warb) merupakan tanaman asli kabupaten Fakfak yang memiliki nilai jual ekspor yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam pemasaran pala ,mengukur biaya pemasaran pada setiap saluran pemasaran pala ,mengukur margin pemasaran pala pada setiap saluran pemasaran pala serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran pala mentah yang terjadi di kabupaten Fakfak . Pengambilan responden dilakukan secara *Purposive Sampling* sebanyak 92 produsen petani pala di Kabupaten Fakfak. Metode *snowball sampling* digunakan untuk meneliti saluran pemasaran pala di Kabupaten Fakfak, termasuk lembaga pemasaran yang terlibat. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan saluran pemasaran dan lembaga pemasaran pala yang terdapat di kabupaten Fakfak. Untuk menghitung margin pemasaran diperoleh dengan menghitung selisih harga jual ditingkat petani dan harga jual ditingkat pedagang disetiap tahapan pemasaran yang terjadi. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi margin pemasaran pala mentah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran pemasaran pala yakni saluran pertama meliputi petani→ pedagang pengumpul→ pedagang besar → pedagang antar pulau. Saluran pemasaran kedua meliputi petani→pedagang pengumpul→pedagang antar pulau. Saluran pemasaran ketiga meliputi petani→ pedagang besar→pedagang antar pulau. Saluran pemasaran keempat meliputi petani→ pedagang antar pulau. Margin pemasaran pala yang terjadi sangat bervariasi karena pada setiap saluran pemasaran terdapat perubahan produk pala yang dijual yakni pala mentah, pala kering kulit, pala ketok dan bunga pala atau dinamakan fuli. Margin pemasaran yang tertinggi terdapat pada saluran pemasaran pertama, sedangkan keuntungan pemasaran terbesar terjadi pada saluran pemasaran keempat. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran pala mentah yakni harga jual ditingkat petani, harga jual ditingkat pedagang pengumpul, jarak dari petani ke ibu kota Kabupaten Fakfak .

Kata kunci: Pala,saluran pemasaran, margin pemasaran, biaya pemasaran

ABSTRACT

*Papua nutmeg plant (*Myristica argentea* Warb) is the original plant of Fakfak District which has good export value. This study aims to find out the channels and marketing institutions that play a role in nutmeg marketing, measure marketing costs on each nutmeg marketing channel, measure the marketing margin of nutmeg in each nutritional channel and know the factors affecting the marketing margin of raw nutmeg in Fakfak . Purposive sampling was taken by 92 producers of nutmeg farmers in Fakfak Regency. The side snowball method is used to examine the nutmeg marketing channel in Fakfak District, including the marketing agencies involved. Descriptive analysis is used to describe marketing channels and nutmeg marketing institutions found in Fakfak district. To calculate the marketing margin is obtained by calculating the difference between the selling price at the farmer level and the selling price at the merchant level in every marketing stage. Multiple linear regression analysis is used to see what factors influence the marketing margin of raw nutmeg. The results showed that there are 4 channels of marketing of nutmeg namely the first channel includes farmers → collectors traders → large traders → inter-island traders. The second marketing channel includes farmers → collectors → inter island traders. The third marketing channel includes farmers → wholesalers → inter-island traders. The fourth marketing channel includes farmers → inter-island traders. The nutrient marketing margin that occurs varies greatly because in every marketing channel there is a change of nutmeg products sold: raw nutmeg, dried nutmeg, nutmeg and nutmeg or called mace. The highest marketing margin lies in the first marketing channel, while the biggest marketing advantage occurs in the fourth marketing channel. Factors influencing marketing margin of raw nutmeg at farmer selling price, selling price at merchant gatherer, distance from farmer to capital of Fakfak Regency.*

Keywords: Nutmeg, marketing channels, marketing margins, marketing costs