



## **ABSTRACT**

*This research is aimed to (1) know the marketing chanel, (2) know the marketing efficiency of palm sugar on level marketing efficiency, marketing margin, farmer's share, cost and profit ratios, (3) know the factors that influence the marketing margin of palm sugar, (4) knowing the level of monopoly on each marketing institution of palm sugar in Cilacap Regency, and (5) formulate alternatif marketing strategies for palm sugar in Cilacap Regency. The numbers of respondent in this research are 94 farmers which taken randomly and merchants that derived from snowball sampling technique. The method used in this research is descriptive analysis method. The data is analyzed by using the analyzes of marketing efficiency, marketing margin, farmer's share, cost and profit ratios, the level of monopoly on each marketing institution of palm sugar and Multiple Linear Regression Analysis to analyze the factors that influence the marketing margin of palm sugar through SPSS software version IBM 19, and the determination of marketing strategies using SWOT analysis. According to the research results of marketing channel pattern of palm sugar in Cilacap Regency there are 5 marketing channel. The relatively efficient marketing channel is the first channel due to the low value of marketing margin and the conceive a highest farmer's share. Overall, the marketing of palm sugar in Cilacap Regency has been efficient. The factors that influence the marketing margin of palm sugar in Cilacap Regency are marketing distance and marketing channel dummy. The level of monopoly of marketing institutions in each marketing channel is different, and most of the largest monopoly indices are found in small collectors. The position of the palm sugar industry is in cell IV namely the stability phase, and the alternative strategy that can be applied in marketing coconut sugar in Cilacap Regency is the SO strategy found in quadrant I.*

**Keywords** : index monopoly, marketing efficiency, palm sugar, SWOT analysis

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) mengetahui pola saluran pemasaran. (2) mengetahui efisiensi pemasaran gula kelapa berdasarkan tingkat efisiensi pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, rasio keuntungan dan biaya, (3) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran gula kelapa, (4) mengetahui tingkat monopoli pada masing-masing lembaga pemasaran gula kelapa di Kabupaten Cilacap, dan (5) merumuskan alternatif strategi pemasaran gula kelapa di Kabupaten Cilacap. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 94 orang perajin yang diambil secara acak dan pedagang yang diambil dengan teknik snowball sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Data dianalisis menggunakan analisis margin pemasaran, farmer's share, rasio keuntungan dan biaya, tingkat monopoli pada setiap lembaga pemasaran gula kelapa dan Analisis Regresi Linier Berganda untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran gula kelapa yang dianalisis dengan menggunakan software SPSS versi IBM 19, dan penentuan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian pola saluran pemasaran gula kelapa di Kabupaten Cilacap terbentuk ada 5 pola saluran. Saluran pemasaran yang relatif efisien terdapat pada saluran pertama karena memiliki nilai margin pemasaran yang kecil dan farmer's share paling tinggi. Secara keseluruhan pemasaran gula kelapa di Kabupaten Cilacap sudah efisien. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran gula kelapa di Kabupaten Cilacap adalah jarak tempuh pemasaran dan dummy saluran pemasaran. Tingkat monopoli lembaga pemasaran setiap saluran pemasaran berbeda, dan sebagian besar indeks monopoli terbesar terdapat pada pengepul kecil. Posisi industri gula kelapa terdapat pada sel IV yaitu fase stabilitas, dan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran gula kelapa di Kabupaten Cilacap terdapat pada kuadran I yaitu strategi SO.

**Kata Kunci :** *analisis SWOT, efisiensi pemasaran, gula kelapa, monopoli indeks*