

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran biji pala di kota Ternate, (2) menghitung besar margin pemasaran biji pala pada setiap lembaga saluran pemasaran biji pala di kota Ternate, (3) menghitung efisiensi pemasaran biji pala di kota Ternate. Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif analitis. Penelitian ini dilakukan pada petani dan pedagang biji pala di kota Ternate, Maluku Utara. Pengambilan 63 sampel petani dilakukan dengan menggunakan metode *Insidental* dan pengambilan 7 sampel pedagang dilakukan secara *snow ball*. Analisis data menggunakan analisis uji *t independent t-test* pada margin saluran, *farmer share* dan model Calkins dan Wang untuk menjelaskan efisiensi pada setiap saluran pemasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terbentuk ada tiga saluran dengan margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran II dan yang terkecil pada saluran I, hal ini ditunjukkan dari membandingkan hasil perhitungan nilai margin pemasaran. Pemasaran biji pala paling efisien di kota Ternate adalah pada saluran I (pendek) dengan *farmer share* sebesar 68,18 % dan indeks efisiensi ekonomis sebesar 5,8%.

Kata kunci: biji pala, saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, indeks efisiensi ekonomis,

Abstract

This study aims to (1) determine marketing channels of nutmeg in the city of Ternate, (2) calculate marketing margin on each institution nutmeg marketing channels in the city of Ternate, (3) calculate the marketing efficiency of nutmeg in the city of Ternate. The research method used descriptive analysis. The research was conducted on nutmeg farmers and traders in the city of Ternate, North Maluku. 63 samples of farmer were chosen by Incidental method and 7 traders used snow ball sampling method's. The Analysis used independent t test on the channel margin, farmer share and models Calkins and Wang to explained efficiency in every marketing channel. The analysis showed that the marketing channel were formed three channels with the largest marketing margins in line II and the smallest on the first channel, as shown by comparing the results of the calculation value marketing margin's. Nutmeg most efficient marketing in Ternate city was on channel I (short) by the farmer share of 68.18% and the economic index efficiency of 5.8%.

Keywords: nutmeg, channel marketing, marketing margin, farmer share, economic index efficiency.