



Intisari

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) saluran pemasaran Durian Kromo, 2) margin pemasaran Durian Kromo di tiap saluran pemasaran dan faktor yang mempengaruhinya, 3) farmer's share di tiap saluran pemasaran, 4) monopoli indeks pada tingkat pedagang, 5) efisiensi pemasaran Durian Kromo di Kecamatan Kemranjen. Sampel petani dipilih dengan metode simple random sampling dan sampel pedagang ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Margin pemasaran dihitung dari selisih harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima produsen. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran ditentukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda. *Farmer's share* ditentukan dari persentase harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. Nilai indeks monopoli ditentukan dari perbandingan margin pemasaran dengan biaya variable pemasaran. Efisiensi pemasaran dihitung dengan perbandingan total biaya pemasaran dengan total nilai akhir produk yang dipasarkan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat lima bentuk saluran pemasaran Durian Kromo di Kecamatan Kemranjen. Saluran pemasaran terpendek adalah saluran pemasaran 1. Margin pemasaran terendah, farmer's share tertinggi, dan tingkat efisiensi pemasaran tertinggi adalah pada saluran pemasaran 1. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran adalah biaya pemasaran per unit, volume pemasaran dan jarak, dimana faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap margin pemasaran adalah biaya pemasaran per unit. Pedagang besar memiliki tingkat nilai monopoli indeks terbesar

Kata kunci : efisiensi pemasaran, *farmer's share*, margin pemasaran, monopoli indeks



Abstract

This research aims to know and determine: 1) marketing channel of Durian Kromo 2) marketing margin of Durian Kromo on each marketing channel and factors that affected marketing margin, 3) farmer's share on each marketing channel, 4) monopoly index at merchants level, 5) marketing efficiency of Durian Kromo in Kemranjen District. Producers sample were determined by random sampling while sample of merchants were determined by snowball sampling. Marketing margin was calculated from difference between producers' price and consumers' price. The methods used to determine factor of marketing margin was multiple linear regression analysis. Farmer's share was determined by percentage of producers' price and consumers' price. Monopoly index was counted as proportion of marketing margin and marketing variable cost. Marketing efficiency was calculated from proportion of total, marketing cost and total value of final product. Results of the analysis showed that there were five marketing channels of Durian Kromo in Kemranjen District. The shortest marketing channel was marketing channel 1 which have the lowest marketing margin, the highest of farmer's share and the highest of marketing efficiency. Meanwhile, factors that affected marketing margin were marketing cost per unit, marketing volume, and distance, while the factor that significantly affecting was marketing cost per unit. Wholesaler has the highest value of monopoly index.

Keywords: farmer's share, marketing efficiency, marketing margin, monopoli index