

ABSTRAK

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN MANGGIS DARI DESA MATENGGENG SAMPAI KE KECAMATAN DAYEUHLUHUR KABUPATEN CILACAP

Oleh

Dhia Fauzan Sakti

NPM 205009120

Pembimbing:

Faqihuddin
Suyudi

Manggis (*Garcinia mangostana L.*) merupakan tanaman asli Indonesia yang tumbuh di daerah tropis. Manggis merupakan komoditas yang memiliki peran penting bagi perdagangan nasional dan memiliki potensi ekspor yang sangat besar. Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis saluran pemasaran komoditas manggis (2) Menganalisis efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran manggis. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Penelitian dilaksanakan di Desa Matenggeng, Kecamatan Dayeuhluhur, Kabupaten Cilacap dilakukan pada bulan April hingga Februari 2025. Responden ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling*. Analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk analisis saluran pemasaran manggis dan analisis kuantitatif yang digunakan yaitu margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat 3 pola tingkat saluran pemasaran, yaitu Saluran Satu Tingkat : Produsen – Pedagang Pengumpul – Konsumen Akhir, Saluran Dua Tingkat : Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir, Saluran Tiga Tingkat : Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir. Berdasarkan analisis efisiensi saluran pemasaran yang memiliki nilai paling efisien terdapat pada saluran satu tingkat.

Kata kunci: saluran, pemasaran, efisiensi dan manggis.

ABSTRACT

EFFICIENCY OF THE MANGOSTEEN MARKETING CHANNELS FROM MATENGGENG VILLAGE TO DAYEUHLUHUR DISTRICT CILACAP REGENCY

By

Dhia Fauzan Sakti

NPM 205009120

Supervisor :

Faqihuddin

Suyudi

Mangosteen (Garcinia mangostana L.) is a plant native to Indonesia that grows in the tropics. Mangosteen is a commodity that has an important role for national trade and has a huge export potential. This study aims to (1) Analyze the marketing channels of mangosteen commodities (2) Analyze the marketing efficiency of each mangosteen marketing channel. The method in this study uses a survey method. The research was conducted in Matenggeng Village, Dayeuhluhur District, Cilacap Regency from April to February 2025. Respondents were determined using snowball sampling. Data analysis uses quantitative descriptive methods. Descriptive analysis was used for the analysis of mangosteen marketing channels and quantitative analysis was used, namely marketing margin, farmer's share and marketing efficiency. The results of the study were obtained that there are 3 patterns of marketing channel levels, namely One Level Channel: Producer – Collector Trader – End Consumer, Two-Level Channel: Producer – Collector Trader – Retailer Trader – End Consumer, Three-Level Channel: Producer – Collector Trader – Wholesaler – Retailer – End Consumer. Based on the analysis of the efficiency of the marketing channel the most efficient value is found in the one-level channel.

Keywords: channels, marketing, efficiency, and mangosteen