

ABSTRAK

ABDUL GAFFAR. 105961118917. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Komoditas Jeruk Pamelon di Desa Padang Lampe Kecamatan Marang Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Dibimbing Oleh Reni Fatmasari Syafruddin dan Sumarni B.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran komoditas jeruk pamelon di Desa Padang Lampe Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *snowball sampling* dan yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu petani, pemasok, pedagang besar, dan pedagang pengumpul yang berada di Desa Padang Lampe Kecamatan Ma'rang Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dan rumus margin pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pemasaran jeruk pamelon terdapat tiga saluran pemasaran yaitu saluran I (Petani – konsumen akhir), saluran II (Petani – pedagang pengecer – konsumen akhir), saluran III (petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir) dan margin pemasaran di tiap saluran pemasaran itu berbeda – beda yaitu saluran pemasaran I sebesar Rp. 2.000., Saluran pemasaran II Rp. 1.000., dan Saluran pemasaran III Rp. 1.000., total nilai margin pemasaran dari ketiga saluran pemasaran yaitu sebesar Rp. 5.000.,

Kata Kunci: *Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Jeruk Pamelon*

ABSTRACT

ABDUL GAFFAR. 105961118917. Channel Analysis and Marketing Margins of Pamelorange Commodity in Padang Lampe Village, Marang District, Pangkajene and Islands District. Supervised by Reni Fatmasari Syafruddin and Sumarni B.

This study aims to determine the marketing value chain for pomelo oranges in Padang Lampe Village, Ma'rang District, Pangkajene and Islands District.

The sampling technique in this study used the snowball sampling method and the informants in this study were farmers, suppliers, wholesalers, and collectors in Padanglampe Village, Ma'rang District, Pangkajene and Islands Districts. Data analysis used descriptive qualitative and marketing margin formula.

The results showed that in the marketing of pomelo oranges there are three marketing channels namely channel I (Farmers - final consumers), channel II (Farmers - retailers - final consumers), channel III (farmers - collectors - wholesalers - retailers - final consumers) and marketing margins in each marketing channel are different, namely marketing channel I is Rp. 2,000., Marketing channel II Rp. 1,000., and Marketing Channel III Rp. 1,000., the total marketing margin value of the three marketing channels is Rp. 5,000.,

Keywords: *Marketing Channels, Marketing Margins, Pamelorange*