

LIS APRIANTI JAMAL (04371611046) : ANALISIS SALURAN PEMASARAN BIJI PALA DI DESA KIPAI KECAMATAN PATANI KABUPATEN HALMAHERA TENGAH.

Pebimbingan : Nurdiyanawati Djumadil, SP.,M.P

Mardiyani Sidayat, SP.,MA

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemasaran dan margin pemasaran yang ada di Desa Kipai Kecamatan Patani Kabupaten Halmahera tengah. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan data kualitatif dan kuantitatif, yang dimulai sejak desember 2020 di Desa Kipai Kecamatan Patani. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan bantuan kuisisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran biji pala, menggunakan rumus untuk menghitung margin pemasaran pada setiap lembaga dan untuk mengetahui nilai *Farmer's shar*. Hasil penelitian yang diperoleh adalah saluran pemasaran biji pala yang ada di Desa Kipai Kecamatan Patani terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu pada saluran I dimulai dari petani, pedagang desa kemudian ke pedagang kecamatan dan untuk saluran II yaitu dimulai dari petani ke pedagang kecamatan. Pada saluran I untuk biji pala memiliki selisi harga Rp. 10.000/kg dan untuk fuli pala Rp. 15.000/kg sedangkan pada saluran II tidak memiliki selisi harga, hal ini dikarenakan pada saluran II tidak melibatkan pedagang perantara. Lembaga pemasaran yang memperoleh margin yaitu pedagang desa dari saluran pemasaran I. saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran II yakni sebesar 100%, hal ini disebabkan karena pada saluran dua tidak melibatkan pedagang perantara, sedangkan pada saluran I untuk biji pala sebesar 87,5% dan fuli pala 93,8%, efisien namun lebih rendah dari saluran II.

Kata kunci: saluran pemasaran, biji pala Patani Kipai.

**LIS APRIANTI JAMAL (04371611046): ANALYSIS OF
MARKETING CHANNELS FOR NUTMEG IN KIPAI VILLAGE, PATANI
DISTRICT, CENTRAL HALMAHERA REGENCY.**

Mentor : Nurdiyanawati Djumadil, SP.,M.P

Mardiyani Sidayat, SP.,MA

SUMMARY

This study aims to determine the marketing patterns and marketing margin in Kipai Village, Patani District, Central Halmahera Regency. The type of research used is descriptive using qualitative and quantitative data, which began in December 2020 in Kipai Village, Patani District. Data collection was carried out through interviews with the help of a questionnaire. The data analysis used was descriptive analysis to determine the marketing channel of nutmeg seeds, using a formula to calculate the marketing margin at each institution and to determine the value of the farmer's share. The results obtained are the nutmeg seed channel in Kipai Village, Patani District, consists of two marketing channels, namely channel I where farmers, village traders, then district traders, and channel two II, starting from farmers to the sub-district merchants. In channel I for nutmeg seeds, the price difference is Rp.10.000/Kg and for mace at Rp.15.000/Kg while channel II does not have a price difference, this is because channel II does not involve middlemen. Marketing institutions that have margin marketing are village traders from marketing channel I. The efficient channel is marketing channel II, which is Rp.100%, this is because channel two does not involve intermediary 93,8%, efficient but lower than channel II.

Key words: Marketing channels, Patani Kipai nutmeg.