

RISMAN UMATERNATE, 04371611040. ANALISIS PEMASARAN SAGU KASBI ANEKA RASA (STUDI KASUS PADA KELOMPOK TANI TAGAFURA DI KELURAHAN JAYA KECAMATAN TIDORE UTARA KOTA TIDORE KEPULAUAN)

Pembimbing : Nurdinayawati Djumadil S.P.,M.P
Suhardi S.P.,M.Si

RINGKASAN

Sagu kasbi merupakan makanan khas Maluku Utara dan sagu kasbi aneka rasa merupakan inovasi dari sagu kasbi untuk memperluas pangsa pasar karena memiliki banyak pilihan rasa yaitu rasa jeruk, mangga, strawberry dan coklat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola saluran pemasaran dan besarnya margin pemasaran sagu kasbi aneka rasa pada Kelompok Tani Tagafura di Kelurahan Jaya Kecamatan Tidore Utara Kota Tidore Kepulauan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 pola saluran pemasaran. Dimana keterlibatan lembaga pemasaran yaitu produsen, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pola saluran I yaitu produsen, pedagang pengecer dan konsumen. Kemudian pola saluran II yaitu produsen, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Margin pemasaran sagu kasbi aneka rasa yang paling besar terdapat pada pola saluran pemasaran I yaitu Rp. 7.200,-/pcs. Dan yang paling rendah pola saluran pemasaran II pada pedagang pengumpul yaitu Rp. 5.700,-/pcs. Yang artinya semakin tinggi margin maka semakin besar keuntungan. Sedangkan nilai *Farmer's Share* pada pola saluran pemasaran I sebesar 64% dan pola saluran pemasaran II pada pedagang pengumpul 69%, pada pedagang pengecer 92%. Yang artinya seluruh pola saluran pemasaran sagu kasbi aneka rasa efisien.

Kata Kunci: Sagu Kasbi, Sagu Kasbi Aneka Rasa, Margin Pemasaran

RISMAN UMATERNATE, 04371611040. MARKETING ANALYSIS OF KASBI KASBI VARIOUS FLAVOR (CASE STUDY ON THE TAGAFURA FARMING GROUP IN JAYA KELURAHAN, NORTH TIDORE DISTRICT, TIDORE ISLAND CITY)

**Supervishor : Nurdinayawati Djumadil S.P.,M.P
Suhardi S.P.,M.Si**

SUMMARY

Kasbi sago is a typical food of North Maluku and various flavors of sago kasbi are innovations from sago kasbi to expand market share because it has many choices of flavors, namely orange, mango, strawberry and chocolate flavors. This study aims to determine how the pattern of marketing channels and the amount of marketing margin of sago kasbi of various flavors in the Tagafura Farmer Group in Jaya Village, North Tidore District, Tidore Islands City. The results showed that there were 2 patterns of marketing channels. Where the involvement of marketing institutions, namely producers, collectors and retailers. Channel I pattern is producers, retailers and consumers. Then the second channel pattern is producers, collectors, retailers and consumers. The biggest marketing margin for sago kasbi with various flavors is in the marketing channel pattern I, which is Rp. 7.200,-/pc. And the lowest pattern of marketing channel II on collectors is Rp. 5.700,-/pc. Which means the higher the margin, the greater the profit. Meanwhile, the value of *Farmer's Share* in the marketing channel pattern I is 64% and the marketing channel pattern II is 69% for collectors and 92% for retailers. Which means that the entire pattern of marketing channels for sago kasbi with various flavors is efficient.

Keywords: Sagu Kasbi, Sagu Kasbi Assorted Flavors, Marketing Margin