

ABSTRAK

Hazral Aswad, NIM 7113210020, Analisis Pemasaran Jeruk (Studi Kasus di Kecamatan Simpang IV dan Merdeka Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara). Skripsi, Medan. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2015.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah "apakah saluran pemasaran jeruk di Kecamatan Simpang IV dan Merdeka Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara sudah dapat dikatakan efisien dan sudah dengan tingkat keuntungan yang adil".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran dengan tingkat keadilan keuntungan dalam pemasaran jeruk di Kecamatan Simpang IV dan Merdeka Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara. Sampel dari penelitian ini adalah petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jeruk, yaitu petani sebanyak 91 KK dan lembaga pemasaran sebanyak 16 orang. Metode penarikan sampel dilakukan dengan dua cara, penarikan sampel petani menggunakan metode *Simple Random Sampling* dan penarikan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *Total Sampling*.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan tabulasi sederhana dengan membandingkan data lapangan dengan ketentuan yang ada. Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh: terdapat 3 jenis saluran pemasaran di daerah penelitian, yaitu saluran pemasaran I : petani → konsumen, saluran pemasaran II : petani → pedagang pengecer → konsumen, dan saluran pemasaran III : petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen. Saluran pemasaran I memiliki total biaya pemasaran Rp 330 per kg, total keuntungan Rp 2.505 per kg, dan tidak memiliki margin. Saluran pemasaran II memiliki total biaya pemasaran Rp 500 per kg, total keuntungan sebesar Rp 4.802 per kg, dan margin sebesar Rp 2.750 per kg,. Saluran pemasaran III memiliki total biaya pemasaran Rp 683 per kg, total keuntungan Rp 4.374 per kg, dan margin sebesar Rp 3.616 per kg. Saluran pemasaran I memiliki tingkat efisiensi sebesar 7,33% dengan *farmer's share* sebesar 100%, saluran pemasaran II memiliki tingkat efisiensi sebesar 8% dengan *farmer's share* sebesar 56%, dan saluran pemasaran III memiliki tingkat efisiensi sebesar 10,15% dengan *farmer's share* sebesar 46,23%.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh, maka dapat dinyatakan bahwa pemasaran jeruk di Kecamatan Simpang IV dan Merdeka Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara sudah efisien dan sudah dengan tingkat keuntungan yang adil.

Kata kunci : pemasaran, biaya, keuntungan, efisiensi, farmer's share

ABSTRACT

Hazral Aswad, NIM 7113210020, Orange Marketing Analysis (Case Study in Simpang IV and Merdeka Sub-district Karo Regency North Sumatra Province). Thesis, Medan. Management Department, Economics Faculty, State University of Medan, 2015.

The problem in this research is "whether the orange marketing channels in the Simpang IV and Merdeka Sub-district Karo Regency North Sumatra Province can already be said to be efficient and has a fair level of profit".

This study aims to determine the type of marketing channels, marketing functions, marketing costs, profit marketing, marketing margin and the level of marketing efficiency with fairness profit level in each of the orange marketing channel in Simpang IV and Merdeka Sub-district Karo Regency North Sumatra Province. Samples from this study are farmers and marketing agencies who involved in the orange marketing, the sample is 91 families of farmers and 16 people marketing agencies. Sampling method is done in two ways, sampling farmers using simple *Random Sampling Method* and sampling method of marketing agency is *Total Sampling*.

The analysis method used in this research is descriptive analysis and simple tabulation by comparing field data with the existing provisions. From the results of research conducted, it is obtained: there are 3 types of marketing channels in the area of research, namely marketing channels (I) : farmers → consumer, marketing channels (II) : farmers → retailers → consumers, and marketing channels (III) : farmers → wholesalers → retailer → consumer. marketing channels (I) has total marketing costs Rp 330 per kg, total marketing profit Rp 2,505 per kg, and has no margin. Marketing channel (II) has total marketing costs Rp 500 per kg, total marketing profit Rp 4,802 per kg, and the margin Rp 2,750 per kg. Marketing channel (III) has a total marketing costs Rp 683 per kg, total marketing profit Rp 4,374 per kg, and the margin Rp 3,616 per kg. Marketing channels (I) has an efficiency percentage 7.33% with *farmer's share* 100%, the marketing channel (II) has an efficiency percentage 8% with *farmer's share* of 56%, and marketing channel (III) has an efficiency percentage 10.15% with *farmer's share* of 46.23%.

Based on analysis of data obtained, it can be stated that the orange marketing in the Simpang IV and Merdeka Sub-district Karo Regency North Sumatra Province has been efficient and has a fair level of profit.

Keywords: marketing, cost, profit, efficiency, farmer's share