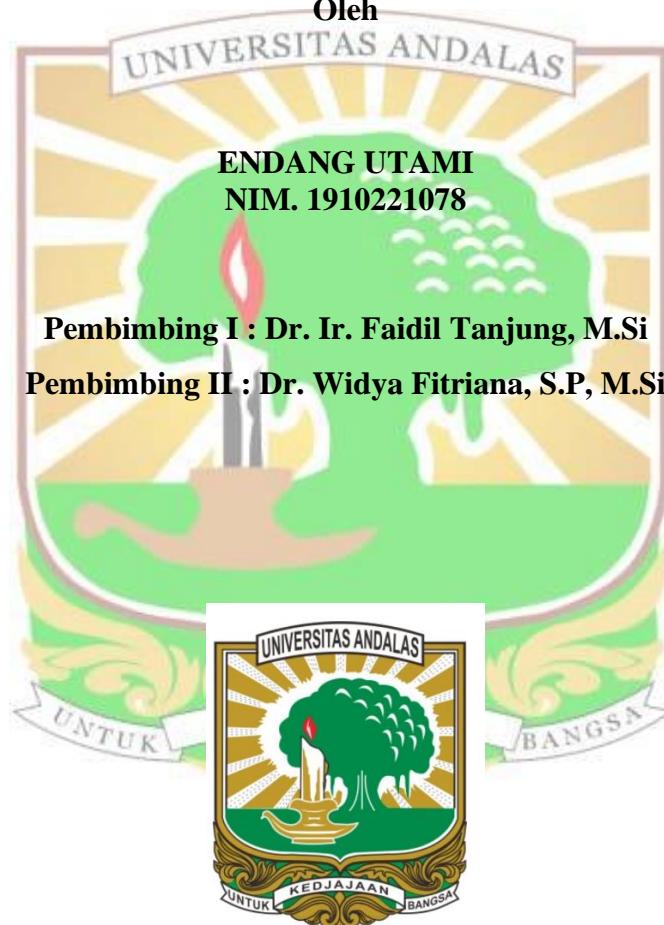


**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KARET (*Hevea
brasiliensis*) DI DESA PARBANGUNAN KECAMATAN
PANYABUNGAN KOTA KABUPATEN MANDAILING NATAL
PROVINSI SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Oleh



**ENDANG UTAMI
NIM. 1910221078**

**Pembimbing I : Dr. Ir. Faidil Tanjung, M.Si
Pembimbing II : Dr. Widya Fitriana, S.P, M.Si**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KARET (*Hevea brasiliensis*) DI DESA PARBANGUNAN KECAMATAN PANYABUNGAN KOTA KABUPATEN MANDAILING NATAL PROVINSI SUMATERA UTARA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis saluran pemasaran karet dan fungsi pemasaran karet di Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. (2) Menganalisis efisiensi pemasaran karet di Desa Parbangunan, Kecamatan Panyabungan Kota, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan survey. Metode pengumpulan data dengan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui wawancara dan literatur lain. Metode Analisis data yaitu deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk menggambarkan saluran pemasaran karet, fungsi pemasaran, menghitung nilai efisiensi pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share*. Penentuan sampel dilakukan dengan acak sederhana, yaitu sebanyak 30 petani dan 4 pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran karet di Desa Parbangunan. Pada Saluran Pemasaran I, nilai efisiensi adalah 0,23, margin pemasaran sebesar 56,45%, dan *farmer's share* adalah 43,54%. Pada Saluran Pemasaran II nilai efisiensi adalah 0,20. margin pemasaran sebesar 55,18, dan *farmer's share* sebesar 44,81%. Berdasarkan analisis efisiensi pemasaran, saluran pemasaran yang lebih efisien adalah Saluran Pemasaran II, karena Saluran Pemasaran II mempunyai nilai efisiensi pemasaran yang lebih kecil, margin pemasaran lebih dan *farmer's share* lebih tinggi.

Kata Kunci : desa parbangunan, efisiensi, karet, saluran pemasaran



ANALYSIS OF RUBBER MARKETING EFFICIENCY IN PARBANGUNAN VILLAGE PANYABUNGAN KOTA DISTRICT MANDAILING NATAL REGENCY NORTH SUMATERA PROVINCY

Abstract

The objectives of this reaserch were to (1) Analyze marketing channels and marketing functions in Parbangunan Village Of Panyabungan District Mandailing Natal Regency North Sumatera Province (2) Analyze rubber marketing efficiency in Village Of Panyabungan District Mandailing Natal Regency North Sumatera Province. The method used in this research is descriptive analysis with survey approach. Methods of data collection with primary data and secondary data through interviews and other literature. Methods of data analysis with qualitative descriptive analysis and quantitative descriptive analysis which used to describe marketing channels, marketing function, calculate the marketing efficiency, marketing margin, and famer's share. respondent was done by simple random sampling that are 30 rubber farmers and 4 traders. The result showed that there are two marketing channels in Parbangunan Village. Efficiency value of first marketing channel is 0,23, marketing margin is 56,45%, and farmer's share is 43,54%. Efficiency value of first marketing channel is 0,20, marketing margin is 55,18%, and farmer's share is 44,81%. The more efficient marketing channel was Marketing Channel II, because has the smaller efficiency value, the smaller marketing margin value, and the larger farmer's share.

Key words :efficiency, marketing channel, parbangunan village, rubber

