

ABSTRAK

ANALISIS JALUR-JALUR PEMASARAN SALAK PONDOKH DI  
KECAMATAN TURI, SLEMAN, YOGYAKARTA

Yosefine Dwi Andayani BW  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2005

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui jalur-jalur pemasaran salak pondokh di Kecamatan Turi Sleman Yogyakarta, (2) untuk mengetahui distribusi margin pemasaran dalam jalur-jalur pemasaran salak pondokh, (3) untuk mengetahui transmisi harga yang terjadi dalam pemasaran salak pondokh. Alat analisis yang digunakan untuk mendapatkan tujuan tersebut adalah analisis margin pemasaran dan *farmer's share* serta analisis elastisitas transmisi harga.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan lokasi penelitian di Desa Girikerto Kecamatan Turi Sleman Yogyakarta. Populasinya adalah semua petani dan pedagang salak pondokh di Desa Girikerto. Adapun dalam pengambilan sampel penulis menggunakan teknik *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung. Data primer diperoleh dari wawancara dengan petani dan pedagang salak pondokh, serta pencatatan secara berkala. Bentuk data yang digunakan dalam analisis ini adalah data *cross-section* dan data *time-series*. Data *cross-section* digunakan dalam analisis jalur-jalur pemasaran dan distribusi margin pemasaran dan data *time-series* digunakan dalam analisis elastisitas transmisi harga.

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa dalam jalur-jalur pemasaran, pada saat tidak musim panen para petani menggunakan jasa perantara pedagang pengumpul, pedagang besar maupun pedagang pengecer. Sedangkan pada saat musim panen semua petani menggunakan jasa perantara pedagang pengumpul. Dari analisis distribusi margin pemasaran dapat disimpulkan bahwa penyebaran margin cukup merata. Dari analisis *farmer's share* disimpulkan bahwa bagian harga yang dinikmati petani cukup besar yaitu dari tingkat petani skala produksi besar sebesar 86,09 persen, dari tingkat petani skala produksi sedang sebesar 84,35 persen, dari tingkat petani skala produksi kecil sebesar 86,09 persen. Dari analisis elastisitas transmisi harga disimpulkan bahwa perubahan harga yang terjadi di tingkat pedagang pengecer ditransmisikan ke tingkat petani, artinya kenaikan harga yang terjadi di tingkat pedagang pengecer juga dinikmati oleh para petani salak pondokh.

**ABSTRACT**

**AN ANALYSIS OF MARKETING CHANNELS OF "SNAKE-SKIN  
FRUIT" IN TURI, SLEMAN, YOGYAKARTA**

**Yosefine Dwi Andayani BW  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2005**

The research was aimed to know (1) the marketing channels of snake-skin fruit in Turi, Sleman, Yogyakarta, (2) the marketing marginal distribution of snake-skin fruit marketing channels, (3) the price transmission occurred in its marketing. Thus, to reach those purposes, marginal marketing analysis, farmer's share analysis, and price transmission elasticity analysis were used as analysis devices.

This research was a case study research located in Girikerto, Turi, Sleman, Yogyakarta. The population was all of the farmers in that district. The writer, then, used snowball sampling technique as the way of taking samples. This research used both primary data as the principle data and secondary data as its supporting. Primary data were collected from the interview with both farmers and seller of snake-skin fruit, besides from temporary data recording. The forms of data used in this analysis were cross-section and time-series data. The former was used in marketing channels analysis and marketing marginal distribution analysis and the later was used in price transmission elasticity analysis.

The result of the research was that in marketing channels, during non-harvest time, farmers used agent service through collector sellers, merchants, or retailers. When in the harvest season, farmers used the agent service of collector sellers. It could be concluded that marginal distribution was evenly spread. Farmer's share analysis showed that the price handed by farmers was high; it was 86.09 % from high-scaled production farmers level, 84.35 % from medium-scaled production farmers level, and 86.09% from lower-scaled production farmers level. The conclusion resulted from the price transmission elasticity analysis was that the price in retailer's level was transmitted to the level of farmer's price. It meant that the raising price in retailer's level also happened in farmers level.