

ABSTRAK

**ANALISIS JALUR PEMASARAN, MARJIN PEMASARAN, DAN
TRANSMISI HARGA LATEKS DI DESA PAGAR GADING
KECAMATAN BLAMBANGAN PAGAR
KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

Carolin Ita Wulansari
Universitas Sanata Dharma
2015

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui jalur-jalur pemasaran getah karet di Desa Pagar Gading, (2) untuk mengetahui distribusi marjin pemasaran dalam jalur-jalur pemasaran getah karet di Desa Pagar Gading, (3) untuk mengetahui transmisi harga yang terjadi dalam pemasaran getah karet di Desa Pagar Gading.

Alat analisis yang digunakan untuk mendapatkan tujuan tersebut adalah analisis marjin pemasaran dan *farmer's share* serta analisis elastisitas transmisi harga. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan studi kasus dengan lokasi penelitian di Desa Pagar Gading, Kecamatan Blambangan Pagar, Kabupaten Lampung Utara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani karet dan pedagang karet di Desa Pagar Gading. Adapun dalam pengambilan sampel penulis menggunakan teknik *snowball sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai data utama. Data diperoleh dari wawancara dengan petani dan pedagang getah karet. 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 marjin pemasaran, sedangkan data *time series* digunakan dalam analisis elastisitas transmisi harga.

Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa dalam jalur-jalur pemasaran para petani menggunakan jasa perantara pedagang pengepul, pedagang besar, dan pemasok industri. Dari analisis *farmer's share* disimpulkan bahwa bagian harga yang dinikmati petani cukup besar, yaitu dari tingkat petani skala produksi besar sebesar 70,72 persen, dari tingkat petani skala produksi sedang sebesar 71,11 persen, dan dari tingkat petani skala produksi kecil sebesar 70,57 persen. Dari analisis elastisitas transmisi harga disimpulkan bahwa kepekaan perubahan harga di tingkat petani lebih kecil daripada perubahan harga di tingkat pedagang pemasok industri.

Kata Kunci : *Jalur Pemasaran, Marjin Pemasaran, Elastisitas Transmisi Harga*

ABSTRACT

**ANALYSIS ON MARKETING CHANNELS, MARKETING MARGINAL
AND PRICE TRANSMISSION OF LATEX AT DESA PAGAR GADING
KECAMATAN BLAMBANGAN PAGAR
KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

CarolinItaWulansari
Sanata Dharma University
2015

The goals of this research are: (1) to know the marketing channels of latex at DesaPagarGading, (2) to know the marketing marginal of the latex marketing channels at Desa Pagar Gading, (3) to know the price transmission which happens in marketing the latex at Desa Pagar Gading.

The means of analysis to reach those goals are the marginal analysis, farmer's share and elasticity of price transmission. The type of this research is descriptive. It is a case study. The research location is at Desa Pagar Gading, Kecamatan Blambangan Pagar, Kabupaten Lampung Utara. Population of this research are all latex farmers and latex sellers at Desa Pagar Gading. *Snowball sampling* is a technique to take the samples. The research uses primary data as the main data. The data were maintained from interview with the farmers and sellers of latex. The data in this analysis are *cross-section data* and *time series data*. The *cross-section data* were used in analyzing the marketing channels and distribution of marketing marginal, while the *time series data* were used in analyzing the elasticity of price transmission.

Based on the research, it can be concluded that the farmers use the service of distributors, agents, big sellers and industry suppliers in marketing their products. Based on the farmer's share analysis, it can be concluded that price percentage which is obtained by the farmers is quite big; the percentage of farmers at the big production scale is 70,72%, percentage of farmers at the medium production scale is 71,11%, and the percentage of the farmers at the small production scale is 70,57%. Based on the analysis on the elasticity of price transmission, it can be concluded that the sensitivity of price change in farmers is smaller than the price change in the level of the supplier.

Keywords: *Marketing Channels, Marketing Marginal, Elasticity of Price Transmission*