

ABSTRACT

MARKETING SYSTEM EFFICIENCY OF CLOVE (*Syzygium aromaticum*) ON PESISIR BARAT REGENCY

By

SITI MEISKA AMELIA

This research aims to analyze the efficiency of clove marketing system in Pesisir Barat Regency. The research was conducted in Karya Penggawa and Pesisir Utara Subdistrict of Pesisir Barat Regency in January – February 2017. This location chosen purposively with the consideration that the location was the largest clove producer in Pesisir Barat Regency. Farmer respondents were chosen randomly and marketing channel respondents were taken by tracing marketing networks. Data consisted of primary and secondary data. Data marketing system efficiency analyzed by S-C-P (*Structure, Conduct, Performance*). The results showed that the marketing system of clove in Pesisir Barat Regency was inefficient, because: (a) the market structure was a imperfect competition (oligopsoni), (b) the market conduct shows that farmers tend to act as price takers, clove sales are carried out gradually by farmers, and (c) the market performance shows that marketing margins are relatively high and RPM is still high (93%), although the producer's share gained is high (96.84%).

Keywords: clove, efficiency, marketing system

ABSTRAK

EFISIENSI SISTEM PEMASARAN CENGKEH (*Syzygium aromaticum*) DI KABUPATEN PESISIR BARAT

Oleh

SITI MEISKA AMELIA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Karya Penggawa dan Kecamatan Pesisir Utara Kabupaten Pesisir Barat pada bulan Januari - Februari 2017. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan penghasil cengkeh terbesar di Kabupaten Pesisir Barat. Responden petani dipilih secara acak sederhana dan responden lembaga pemasaran diambil dengan mengikuti alur pemasaran. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah model S-C-P (*Structure, Conduct, Performance*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat belum efisien, karena: a. struktur pasar yang dihadapi adalah oligopsoni, b. perilaku pasar menunjukkan bahwa petani cenderung berperan sebagai *price taker*, penjualan cengkeh dilakukan secara bertahap oleh petani, dan c. keragaan pasar menunjukkan bahwa margin pemasaran relatif tinggi dan RPM masih tinggi (93%), walaupun *producer's share* yang diperoleh sudah tinggi (96,84%).

Kata kunci : cengkeh, efisiensi, sistem pemasaran