

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang dan Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	12
C. Kegunaan Penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	14
A. Landasan Teori	14
1. Produk Duku	14
2. Teori Pemasaran	17
a. Fungsi Pemasaran	17
b. Lembaga Pemasaran	19
c. Efisiensi Pemasaran	20
3. Kajian Penelitian Terdahulu	25
B. Kerangka Pemikiran	29
III. METODE PENELITIAN	33
A. Konsep Dasar dan Batasan Operasional	33
B. Penentuan Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian	40
C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	41
D. Metode Analisis Data	42
1. Fungsi-Fungsi Lembaga Pemasaran	42
2. Struktur Pasar	45
3. Perilaku Pasar	45
4. Keragaan Pasar	46
a. Analisis Pangsa Produsen (<i>producer share</i>)	46

b. Analisis Marjin Pemasaran	47
<i>Ratio Profit Marjin (RPM)</i>	47
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	49
A. Lokasi Penelitian	49
B. Topografi, Iklim dan Tata Guna Lahan	50
C. Sarana dan Prasarana	51
D. Keadaan Demografi	53
E. Usaha Tani Duku di Kabupaten Lampung Selatan	53
F. Kondisi Umum Pasca Panen dan Perdagangan Duku di Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan	58
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Responden Penelitian	60
B. Karakteristik Duku	60
C. Karakteristik Pemasaran Duku Lampung	61
1. Lembaga Pemasaran Duku	61
a. Produsen (Petani Duku)	61
b. Pedagang Pengumpul (Pedagang Kecil)	65
c. Pedagang Besar	69
d. Pedagang Pengecer	70
D. Analisis Efisiensi Pemasaran	71
1. Fungsi-Fungsi Pemasaran	71
2. Organisasi Pasar	80
a. Struktur Pasar	81
b. Perilaku Pasar	86
c. Keragaan Pasar	89
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106
Tabel 24 – 43	107-124