

## RINGKASAN

Hana Fatimah. H085055. 2019. “**Analisis Pemasaran Emping Melinjo di Kabupaten Sukoharjo**”. Dibimbing oleh Dr. Ir. Kusnandar, M.Si. dan Wiwit Rahayu, S.P., M.P. Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Emping melinjo merupakan salah satu olahan industri pertanian yang berasal dari biji melinjo yang sudah tua dan bernilai ekonomis. Kegiatan pemasaran merupakan salah satu cara untuk mengembangkan usaha emping melinjo yaitu dengan mengetahui saluran pemasaran mana yang efisien. Marjin pemasaran dan *produsen's share* merupakan indikator dari efisiensi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, struktur dan perilaku pasar, dan efisiensi ekonomis saluran pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sukoharjo.

Metode dasar penelitian adalah deskriptif. Penentuan lokasi secara *purposive*. Penelitian dilakukan di Kabupaten Sukoharjo. Penentuan sampel produsen emping melinjo dilakukan secara *accidental sampling* sebanyak 14 produsen. Penentuan lembaga pemasaran dilakukan secara *snow ball sampling* sebanyak 4 lembaga. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran, analisis struktur dan perilaku pasar, dan analisis efisiensi pemasaran.

Hasil analisis saluran pemasaran menunjukkan bahwa pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sukoharjo terdiri dari 5 saluran pemasaran ; (1) produsen -> konsumen, (2) produsen -> pedagang pegecer luar kota, (3) produsen -> pedagang pengumpul luar kota, (4) produsen -> pedagang pengumpul desa-> pedagang besar luar kota, (5) produsen -> pedagang pengumpul desa -> pedagang besar dalam kota -> pedagang besar luar kota. Struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sukoharjo mengarah pada pasar persaingan sempurna. Hasil analisis perilaku pasar menunjukkan praktek transaksi pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sukoharjo yaitu dengan sistem penyetoran emping secara bertahap dan borongan. Sistem penentuan harga yaitu berdasarkan harga pasar. Sistem pembayaran yaitu lunas dan hutang. Analisis efisiensi pemasaran emping melinjo di Kabupaten Sukoharjo dengan analisis *produsen's share* menunjukkan bahwa *produsen's share* pada saluran I sebesar 87%, saluran II sebesar 82%, saluran III sebesar 88%, saluran IV sebesar 72,85%, dan saluran V sebesar 73,24%.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disarankan bagi produsen agar memilih saluran pemasaran yang relatif lebih efisien untuk meningkatkan keuntungan bagi produsen.