

ABSTRAK

SHELLY MUSEU DEWI. 2024. Saluran Pemasaran Manisan Terong Di Desa Selamanik Dusun Cikembang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis (Studi Kasus Pada UMKM Skala Rumahan Olahan Manisan Terong Ungu di Desa Selamanik Dusun Cikembang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis) di bawah bimbingan, **H.Dedi Herdiansah** dan **Benidzar M. Andrie**.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui : (1) Saluran pemasaran UMKM Manisan Terong Ungu di Desa Selamanik Dusun Cikembang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis (2) Biaya, margin pemasaran, dan keuntungan yang diterima produsen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan : Saluran pemasaran pada Manisan Terong Ungu terdapat 2 saluran yaitu : Pada saluran 1 : Produsen – Konsumen , saluran 2 : Produsen- Pengecer – Konsumen. Pada saluran 1 besarnya rata-rata margin pemasaran adalah Rp.60.000 per kilogram tanpa biaya pemasaran sehingga keuntungan pemasaran sebesar Rp. 60.000 per kilogram. Sedangkan pada saluran 2 rata-rata margin pemasaran adalah sebesar Rp. 15.000 per kilogram tanpa biaya pemasaran. Sehingga rata-rata keuntungan pemasaran sebesar Rp. 15.000 per kilogram. Bagian harga yang diterima produsen (*producer's share*) pada saluran 1 adalah 100%, dan pada saluran 2 adalah 80 %. Artinya besarnya bagian harga yang diterima produsen pada saluran 1 lebih tinggi daripada saluran 2 dari harga yang dibayarkan konsumen.

Kata Kunci : Saluran, Pemasaran, Manisan Terong

ABSTRACT

SHELLY MUSEU DEWI. 2024. *Marketing Channels of Manisan Terong Ungu in Selamanik Village, Cikembang Hamlet, Cipaku District, Ciamis Regency (Case Study on Home-Scale UMKM Processed Manisan Terong Ungu in Selamanik Village, Cikembang Hamlet, Cipaku District, Ciamis Regency) under the guidance of, H.Dedi Herdiansah and Benidzar M. Andrie.*

This research was conducted with the aim of knowing: (1) Marketing channels of Manisan Terong Ungu UMKM in Selamanik Village, Cikembang Hamlet, Cipaku District, Ciamis Regency (2) Costs, marketing margins, and profits received by producers. The research method used in this research is the case study method. The data collected include primary data and secondary data. The sampling technique was carried out by purposive sampling. The results showed: There are 2 marketing channels in Candied Purple Eggplant: In channel 1: Producers - Consumers, channel 2: Producers-Retailers-Consumers. In channel 1, the average marketing margin is Rp. 60,000 per kilogram without marketing costs so that the marketing profit is Rp. 60,000 per kilogram. While in channel 2 the average marketing margin is Rp. 15,000 per kilogram without marketing costs. So that the average marketing profit is Rp. 15,000 per kilogram. The producer's share of the price received by the producer in channel 1 is 100%, and in channel 2 is 80%. This means that the share of the price received by producers in channel 1 is higher than channel 2 of the price paid by consumers.

Keywords: Channel, Marketing, Manisan Terong