

## ABSTRAK

MAURISA, 2022. Analysis of Market Behavior and Marketing Margins for the Tempe Cracker Cap Tiga Bintang Agroindustry in Tanjung Mulia Village, Hinai District, Langkat Regency, North Sumatera Province. Supervised by RITA ARIANI and EMMIA TAMBARTA KEMBAREN.

This study aims to analyze market behavior, marketing margins, farmer share, and marketing efficiency of tempe crackers in the three star stamped tempe cracker agroindustry from June to July 2022. The research method is a case study method on the three star stamped tempe cracker agroindustry in Tanjung Mulia Village. Hinai District, Langkat Regency, North Sumatra Province and to determine the marketing margin using the Snowball Sampling method. Data analysis methods are market behavior which is analyzed by pricing, cooperation between marketing agencies, and marketing channels: marketing margin, farmer share, and marketing efficiency. The results show that producers are price determinants, there are patterns of marketing channels, the margin on channel I is IDR 0, the marketing margin on channel II is IDR 6.000 and the margin on marketing channel III is IDR 6.828. Farmer share (the share received by producers) in marketing channel I is 100%, in marketing channel II it is 72,73% and marketing channel III is 72,1%. Marketing efficiency in marketing channel I with a value of 0%, marketing channel II with an efficiency value of 7,37% and the value of marketing efficiency in III is 9,98%.

**Keywords:** Market behavior, marketing margin, farmer share, marketing efficiency, tempe crackers.

## RINGKASAN

MAURISA, 2022. Analisis Perilaku Pasar dan Margin Pemasaran Agroindustri Kerupuk Tempe Cap Tiga Bintang di Desa Tanjung Mulia Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. Dibimbing oleh RITA ARIANI dan EMMIA TAMBARTA KEMBAREN.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku pasar, margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran kerupuk tempe pada agroindustri kerupuk tempe cap tiga bintang dari Juni sampai Juli 2022. Metode penelitian yang dilakukan berupa metode studi kasus pada agroindustri kerupuk tempe cap tiga bintang di Desa Tanjung Mulia Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara dan untuk mengetahui margin pemasaran menggunakan metode *Snowball Sampling*. Metode analisis data adalah perilaku pasar yang dianalisis dengan penentuan harga, kerjasama antar lembaga pemasaran, dan saluran pemasaran; margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produsen merupakan penentu harga, terdapat tiga pola saluran pemasaran, margin pada saluran I adalah Rp.0, margin pemasaran pada saluran II adalah Rp.6.000 dan margin pada saluran pemasaran III adalah Rp.6.828. *Farmer share* (bagian yang diterima produsen) pada saluran pemasaran I adalah 100%, pada saluran pemasaran II sebesar 72,73% dan saluran pemasaran III sebesar 72,1%. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I dengan nilai 0%, saluran pemasaran II dengan nilai efisiensi adalah 7,37% dan nilai efisiensi pemasaran III adalah 9,98%.

Kata Kunci: Perilaku pasar, margin pemasaran, *farmer share*, efisiensi pemasaran, kerupuk tempe