

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran bunga tabur dan bunga renteng, biaya pemasaran, Keuntungan, margin, *Farmer's Share*, dan efisiensi pemasaran bunga tabur dan bunga renteng di Pasar Blok R Kecamatan Selat Kabupaten Kapuas Kalimantan Tengah. Data yang digunakan berupa data primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuesioner sedangkan data sekunder data yang diperoleh melalui buku, jurnal dan instansi terkait. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu langsung meneliti dengan menggunakan kuesioner atau wawancara kepada pihak yang bersangkutan dalam pengumpulan informasi dan data. Dalam penelitian ini sampel produsen menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu dipilih sebanyak 4 orang dengan kriteria responden produsen sekaligus pemilik kebun bunga itu sendiri, yang mana ada 1 produsen dari Banjarmasin, 1 dari Martapura dan ada 2 produsen bunga yang turut berjualan langsung dilokasi tersebut. Untuk mengetahui saluran pemasaran bunga renteng dilakukan dengan metode *Snawball* (sampel bola salju), yakni berdasarkan data dari produsen bunga kepada siapa mereka menjual bunganya. Efisiensi dapat dilihat pada saluran yang paling pendek yaitu pada saluran I, walaupun saluran I efisien dilihat dari panjang saluran besar margin saluran farmer's share namun volume lebih kecil.

Kata kunci: Pemasaran, Bunga Tabur dan Bunga Renteng, Saluran Pemasaran.

---

## ABSTRACT

*This study aims to determine the marketing channels of sow and joint flowers, marketing costs, profit, margin, Farmer's Share, and marketing efficiency of sow and joint flowers in Blok R Market, Selat District, Kapuas Regency, Central Kalimantan. The data used are primary data, namely data obtained through interviews and filling out questionnaires, while secondary data is data obtained through books, journals and related agencies. The method used in this study is a survey method, namely direct research using questionnaires or interviews with the parties concerned in collecting information and data. In this study, a sample of producers used the purposive sampling method, which was selected as many as 4 people with the criteria of producer respondents as well as flower garden owners themselves, of which there was 1 producer from Banjarmasin, 1 from Martapura and there were 2 flower producers who also sold directly at that location. Efficiency can be seen in the shortest channel, namely channel I, although channel I is efficient in terms of the length of the channel and the large margin of the farmer's share channel, the volume is smaller.*

**Keywords: Marketing, Sow Flowers, Flowers Together, Marketing Channel.**