

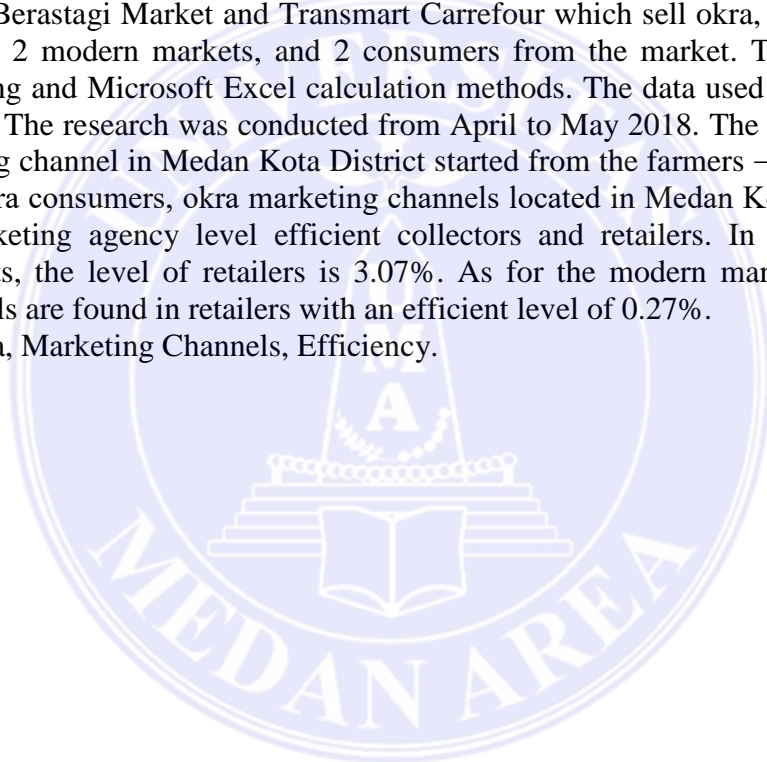
**MARKETING CHANNEL ANALYSIS OF OKRA**  
*(Abelmoschus esculentus L.)*  
**IN MEDAN KOTA SUB-DISTRICT**

**By :**  
**MURNI NILAM CAHYANUM**  
**14.822.0021**

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the okra marketing channel and how the efficiency of the marketing channel of okra in the District of Medan Kota. The research method used was Purposive. The sample of this research is 24. Based on the survey conducted there are 2 modern markets, namely Berastagi Market and Transmart Carrefour which sell okra, then each collector is taken from the 2 modern markets, and 2 consumers from the market. The method used is Snowball Sampling and Microsoft Excel calculation methods. The data used are secondary data and primary data. The research was conducted from April to May 2018. The results showed that the okra marketing channel in Medan Kota District started from the farmers → collecting traders → retailers → okra consumers, okra marketing channels located in Medan Kota District, Medan City, at the marketing agency level efficient collectors and retailers. In the more efficient traditional markets, the level of retailers is 3.07%. As for the modern market, more efficient marketing channels are found in retailers with an efficient level of 0.27%.

**Key words :** Okra, Marketing Channels, Efficiency.



# 摘要

本研究的目的是找出棉花城市黄秋葵的营销渠道，以及棉兰城市秋葵营销渠道的效率。研究方法的使用通常是有目的的（有意），但在这项研究中，传统的市场销售秋葵在棉兰市的样本中有多达 24 位受访者。要获得市场研究的完整结果，请访问棉兰市。根据 prasurey 做的。有两个现代市场，即 Berastagi 市场和 Transmard A Carrefour 超市。从现代市场 2 年开始，每个收集者都会出售秋葵，并且有 2 个来自市场的消费者。确定样品的确定是雪球取样的方法。使用的分析方法是使用 Microsoft Exel 的计算方法。使用的数据是辅助数据和主要数据。该研究于 2018 年 4 月至 5 月进行。结果显示，棉花城市街区的秋葵营销渠道从农民→商人收集者→零售商→消费者，棉兰市棉兰市营销渠道，棉兰市营销机构层面开始贸易商和零售商都有效率。在效率更高的传统市场中，零售率为 3.07%。而对于现代市场而言，零售商可以找到更有效的营销渠道，其有效水平为 0.27%。

关键词：秋葵，渠道营销，效率

## メダンコタ区のオクラ(Abelmoschus Esculentus L.)マーケティングファネルの分析

### 要旨

本研究の目的は、オクラマーケティングチャンネルと、メダンコタ地区のオクラマーケティングチャンネルの効率を判断することである。研究方法は、目的法 (Purpsive) である。サンプルは 24 である。調査に基づいて、オクラを販売する Berastagi Market や Transmart Carefour の現代市場があり、各コレクターは 2 つの現代市場とその市場の 2 つの消費者から取得される。方法論は、Snowball Sampling や Microsoft Excel の計算方法である。データは、セカンドリデータとプライマリデータである。2018 年 4 月から 5 月に実施された。その結果、メダンコタ地区のオクラマーケティングチャンネルは、農民→コレクター→小売業者→オクラ消費者から始まったことが示された。オダンマーケティングチャンネルは、メダン市メダンコタ地区にあり、効率的なトレーダーと小売業者向けのマーケティング機関のレベルにある。より効率的な従来の市場では、小売業者のレベルは 3.07% である。現代市場に関しては、より効率的なマーケティングチャンネルが小売業者にあり、0.27% の効率レベルがある。

キーワード：オクラ、マーケティングチャンネル、効率。

