

ABSTRAK

ANALISIS SALURAN DAN EFISIENSI PEMASARAN TEPUNG AREN AGROINDUSTRI SUGIH RAHAYU

Oleh :
Ghenia
185009007

Pembimbing :
Hendar Nuryaman
Riantin Hikmah Widi

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran dan kegiatan fungsi pemasaran yang tidak dilakukan oleh setiap lembaga yang terlibat, menganalisis besar biaya, keuntungan, margin, distribusi margin dan *farmer's share* pada setiap saluran, dan menganalisis efisiensi pemasaran tepung aren. Metode penelitian menggunakan survei. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive* di Desa Cibahayu Kecamatan Kadipaten Kabupaten Tasikmalaya dilakukan pada bulan Januari 2022 hingga Agustus 2022. Responden ditentukan dengan menggunakan *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat saluran pemasaran tepung aren, yaitu saluran pemasaran I : Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen, saluran pemasaran II : Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Saluran pemasaran III : Produsen – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen. Saluran pemasaran IV : Produsen – Pedagang Pengecer – Konsumen. Kegiatan fungsi pemasaran yang tidak dilakukan oleh lembaga pemasaran pada setiap saluran yaitu pengolahan dan sortasi. Biaya pemasaran terkecil yaitu pada saluran IV sebesar Rp555,6,-/kg. Keuntungan pemasaran tertinggi yaitu pada saluran II sebesar Rp1.786,1,-/kg. Margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp2.000,-/kg, distribusi margin untuk biaya dan keuntungan pemasaran yaitu 29,9 persen dan 70,1 persen, margin pemasaran saluran II sebesar Rp2.400,-/kg, distribusi margin untuk biaya dan keuntungan pemasaran sebesar 25,6 persen dan 74,4 persen, margin pemasaran saluran III sebesar Rp2.000,-/kg, distribusi margin untuk biaya dan keuntungan pemasaran yaitu 32,9 persen dan 67,1 persen, margin pemasaran saluran IV sebesar Rp2.000,-/kg, distribusi margin untuk biaya dan keuntungan pemasaran 27,8 persen dan 72,2 persen. *Farmer's share* terbesar yaitu pada saluran III dan saluran IV sebesar 81,8 persen. Saluran pemasaran I, II, III, dan IV adalah saluran yang efisien.

Kata kunci : Saluran pemasaran, Efisiensi pemasaran, Tepung aren.

ABSTRACT

CHANNEL ANALYSIS AND MARKETING EFFICIENCY OF AREN FLOUR SUGIH RAHAYU AGROINDUSTRY

By
Ghenia
185009007

Supervisor
Hendar Nuryaman
Riantin Hikmah Widi

This study aims to identify marketing channels and marketing function activities that are not carried out by each institution involved, analyze costs, profits, margins, distribution of margins and farmer's share in each channel, and analyze the marketing efficiency of palm flour. The research method uses a survey. The research area was determined purposively in Cibahayu Village, Kadipaten District, Tasikmalaya Regency, carried out from January 2022 to August 2022. Respondents were determined using snowball sampling. The results showed that there were four marketing channels for palm flour, namely marketing channel I: Producer - Collector - Wholesaler - Consumer, marketing channel II: Producer - Collector Trader - Wholesaler - Retailer - Consumer. Marketing channel III : Producers – Wholesalers – Retailers – Consumers. Marketing channel IV : Producer – Trader Retailer – Consumer. Marketing function activities that are not carried out by marketing agencies in each channel are processing and sorting. The smallest marketing cost is in channel IV of Rp555.6,-/kg. The highest marketing profit is in channel II of Rp.1,786,1, -/kg. The marketing margin in channel I is Rp. 2,000,-/kg, the distribution margin for marketing costs and profits is 29.9 percent and 70.1 percent, the marketing margin for channel II is Rp. 2,400,-/kg, the distribution margin for costs and benefits is Rp. marketing profits of 25.6 percent and 74.4 percent, marketing margins for channel III of Rp. 2,000/kg, distribution of margins for marketing costs and profits of 32.9 percent and 67.1 percent, marketing margins of channel IV of Rp.2 .000,-/kg, distribution margins for marketing costs and profits 27.8 percent and 72.2 percent, respectively. The largest farmer's share is in channel III and channel IV of 81.8 percent. Marketing channels I, II, III, and IV are efficient channels.

Keywords : Marketing channels, Marketing efficiency, Aren flour.