ABSTRAK

KAJIAN EFISIENSI PEMASARAN UBI JALAR DI DESA BANDORASA KULON KECAMATAN CILIMUS KABUPATEN KUNINGAN

Oleh

Suci Fitria Bratha
NPM 195009022

Dosen Pembimbing
Riantin Hikmah Widi
H. D Yadi Heryadi

Ubi jalar merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Kuningan dengan sentra produksi di Desa Bandorasa Kulon Kecamatan Cilimus. Dalam proses memasarkan ubi jalar tentunya harus berjalan dengan efisien. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan: a) saluran pemasaran; b) fungsi pemasaran; c) menganalisis besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, serta; d) menganalisis efisiensi pemasaran ubi jalar. Metode penelitian yang digunakan adalah survei, dengan penentuan responden menggunakan *snowball sampling* terdiri dari 6 orang pedagang pengumpul, 4 orang pedagang besar, dan 20 orang pedagang pengecer. Penelitian ini dilakukan di Desa Bandorasa Kulon dari Desember 2022-Juli 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat tiga saluran pemasaran, yaitu: Saluran I: Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar Bandorasa Kulon → Konsumen Antara; Saluran II: Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar Cikurubuk → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir; Saluran III: Produsen → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar Bandorasa Kulon → Pedagang Besar Cikopo-Purwakarta → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. (2) Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran bervariasi, yaitu fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi fisik meliputi penyimpanan dan pengangkutan, dan fungsi fasilitas meliputi sortasi, pendanaan, penanggungan risiko, *market intelligence function*, dan riset pasar. (3) Biaya pemasaran pada saluran pemasaran I, II, dan III berturut-turut yaitu Rp255,07/kg, Rp1.664,75/kg, dan Rp1.754,66/kg. Keuntungan saluran pemasaran I, II, dan III yaitu Rp444,93/kg, Rp1.598,89/kg, dan Rp1.895,34/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran I, II, dan III adalah Rp700/kg, Rp3.263,64/kg, dan Rp3.650/kg. Nilai *farmer's share* pada masing-masing saluran I, II, dan III yaitu 80 persen, 52,45 persen, dan 44,70 persen. (4) Saluran pemasaran I, II, dan III sudah efisien.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Ubi Jalar

ABSTRACT

MARKETING EFFICIENCY STUDY OF SWEET POTATO IN BANDORASA KULON VILLAGE, CILIMUS DISTRICT, KUNINGAN REGENCY

By

Suci Fitria Bratha
NPM 195009022

Supervisors
Riantin Hikmah Widi
H. D Yadi Heryadi

Sweet potato is a leading commodity in Kuningan Regency, with its production center located in Bandorasa Kulon Village, Cilimus District. In the process of marketing sweet potatoes, efficiency is essential. The purpose of this research is to describe: a) marketing channels; b) marketing functions; c) analyze the magnitude of marketing cost, marketing profits, marketing margins, farmer's share, and; d) analyze the efficiency of sweet potato marketing. The research method used is a survey, with the selection of respondents using snowball sampling consisting of 6 collectors, 4 wholesalers, and 20 retailers. This study was conducted in Bandorasa Kulon Village from December 2022 to July 2023. The results of the study show that (1) there are three marketing channels, namely: Channel I: Producer $\rightarrow$ Collector $\rightarrow$ Bandorasa Kulon Wholesaler $\rightarrow$ Intermediate Consumer; Channel II: Producer $\rightarrow$ Collector $\rightarrow$ Cikurubuk Wholesaler $\rightarrow$ Retailer $\rightarrow$ Final Consumer; Channel III: Producer $\rightarrow$ Collector $\rightarrow$ Bandorasa Kulon Wholesaler $\rightarrow$ Cikopo-Purwakarta Wholesaler $\rightarrow$ Retailer $\rightarrow$ Final Consumer. (2) The marketing function perfomed by marketing institutions vary, including exchange functions which involve buying and selling, physical function which include storage and transportation, and facilitation functions which include sorting, financing, risk bearing, market intelligence function, and market research. (3) The marketing costs in marketing channels I, II, and III are Rp255.07/kg, Rp1,664.75/kg, and Rp1,754.66/kg, respectively. The profits of marketing channels I, II, and III are Rp444.93/kg, Rp1,598.89/kg, and Rp1,895.34/kg, respectively. The marketing margins in marketing channels I, II, and III are Rp700/kg, Rp3,263.64/kg, and Rp3,650/kg, respectively. The farmer's share value in each channel I, II, and III is 80%, 52.45%, and 44.70%, respectively. (4) Marketing channels I, II, and III are efficient.

Keywords: Marketing Channels, Marketing Efficiency, Sweet Potato.