

ABSTRAK

KERAGAAN PEMASARAN KUNYIT DI DESA CIRAPUHAN KECAMATAN SELAAWI KABUPATEN GARUT

Oleh

**Pramadhika Mardani
NPM 205009093**

**Dosen Pembimbing :
Faqihuddin
Tedi Hartoyo**

Kunyit merupakan salah satu komoditas tanaman herbal yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak diminati kalangan masyarakat. Desa Cirapuhan dikenal sebagai salah satu daerah penghasil kunyit yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Meskipun demikian, pemasaran kunyit masih menghadapi berbagai tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran dan fungsi pemasaran, menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran serta menganalisis bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) pada pemasaran kunyit di Desa Cirapuhan Kecamatan Selaawi Kabupaten Garut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Penentuan responden lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran yaitu Saluran I (Petani – Konsumen Akhir). Saluran II (Petani – Pedagang Pengumpul – Konsumen Akhir). Saluran III (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir). Fungsi pertukaran dan fungsi fisik dilakukan oleh semua lembaga pemasaran. Biaya pemasaran total kunyit solor, kepala dan cabang pada saluran II Rp. 775 per kg dan saluran III Rp. 2.686,1 per kg. Keuntungan total saluran II sebesar Rp. 725 per kg. Keuntungan pemasaran kunyit solor, kepala dan cabang sebesar Rp. 5.313,95 per kg, Rp. 3.313,95 dan Rp. 2.313,95. Margin pemasaran saluran II Rp. 1.500 per kg. Untuk margin saluran II dan saluran III pemasaran kunyit solor, kepala dan cabang memiliki margin sebesar Rp. 4.000 per kg saluran II dan Rp. 4.000 per kg saluran III pemasaran kunyit solor, Rp. 2.000 per kg saluran II dan Rp. 4.000 per kg saluran III pemasaran kunyit kepala dan Rp. 1.250 per kg saluran II dan Rp. 3.750 per kg saluran III pemasaran kunyit cabang. Saluran I memiliki *farmer's share* 100 persen, saluran II 72,7 persen. Pada saluran pemasaran III kunyit solor, kepala dan cabang memiliki *farmer's share* 33,3 persen, 40 persen dan 44,4 persen.

Kata Kunci : *Farmer's Share*, Margin, Saluran Pemasaran, Kunyit

ABSTRACT
**MARKETING PERFORMANCE OF TURMERIC IN CIRAPUHAN VILLAGE,
SELAWI DISTRICT, GARUT REGENCY**

By

**Pramadhika Mardani
NPM 205009093**

***Supervisor*
Faqihuddin
Tedi Hartoyo**

Turmeric is one of the herbal plant commodities that has a high economic value and is highly sought after by the community. Cirapuhan Village is known as one of the turmeric-producing areas with great potential for development. However, the marketing of turmeric still faces various challenges. This study aims to describe the marketing channels and functions, analyze the costs, benefits, and marketing margins, as well as analyze the price share received by farmers (farmer's share) in the marketing of turmeric in Cirapuhan Village, Selaawi District, Garut Regency. The research method used is a survey method. The data used consists of primary and secondary data. The determination of marketing institution respondents was carried out using snowball sampling. The results of the study indicate that there are three marketing channels: Channel I (Farmers – End Consumers). Channel II (Farmers – Collecting Traders – End Consumers). Channel III (Farmers – Collecting Traders – Retail Traders – End Consumers). The exchange function and physical function are performed by all marketing institutions. The total marketing cost of solar turmeric, heads, and branches in channel II is Rp. 775 per kg and in channel III is Rp. 2.686,1 per kg. The total profit in channel II is Rp. 725 per kg. The marketing profit of solar turmeric, heads, and branches amounts to Rp. 5.313,95 per kg, Rp. 3.313,95, and Rp. 2.313,95. The marketing margin for channel II is Rp. 1,500 per kg. For the margins of channel II and channel III, the marketing of solar turmeric, heads, and branches have margins of Rp. 4,000 per kg for channel II and Rp. 4.000 per kg for channel III for solar turmeric, Rp. 2,000 per kg for channel II and Rp. 4.000 per kg for channel III for head turmeric, and Rp. 1,250 per kg for channel II and Rp. 3,750 per kg for channel III for branch turmeric. Channel I has a farmer's share of 100 percent, while channel II has 72.7 percent. In the marketing channel III of solar turmeric, the head and branches have a farmer's share of 33.3 percent, 40 percent, and 44.4 percent.

Keywords: Farmer's Share, Margin, Marketing Channel, Turmeric