

ABSTRAK

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN BROKOLI ORGANIK (Kasus di Kelompok Tani Mandiri di Desa Ciputri Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur)

Oleh:

**Muhammad Kamil Abdurrozaq
NPM. 195009030**

Dosen Pembimbing:

**Tenten Tedjaningsih
Suyudi**

Perubahan pola konsumsi menuju gaya hidup sehat mendorong peningkatan produksi sayuran organik, termasuk brokoli yang dikenal mengandung senyawa antikanker. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran, fungsi, biaya, margin, keuntungan, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran brokoli organik. Penelitian dilakukan di Kelompok Tani Mandiri, Desa Ciputri, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur pada September 2024 – Oktober 2025 menggunakan metode survei dan pengambilan sampel dengan teknik *snowball sampling*. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengidentifikasi pola saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil menunjukkan dua saluran pemasaran: Saluran I yaitu produsen–pengecer–konsumen akhir dan Saluran II yaitu produsen–pedagang besar–pengecer–konsumen akhir. Fungsi pemasaran yang dilakukan meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Sedangkan fungsi standarisasi dan *grading* hanya terdapat pada pedagang besar di Saluran II. Biaya pemasaran Saluran I Rp 2.554,70 dan Saluran II Rp 12.273,45. Keuntungan pemasaran Saluran I Rp 2.945,30 dan Saluran II Rp 34.326,30. Margin pemasaran Saluran I Rp 5.500,00 dan Saluran II Rp 46.600,00. *Farmer's share* masing-masing saluran pemasaran adalah sebesar 56,00 persen dan 34,91 persen, dengan nilai efisiensi 20,43 persen dan 17,14 persen. Kedua saluran efisien, namun Saluran II lebih efisien karena nilai efisiensinya lebih kecil.

Kata Kunci: Brokoli Organik, Pemasaran, Saluran, Efisiensi.