

ABSTRAK

ALFIDHIA PRATAMA KUSNANDAR, 2024. Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Desa Sukajaya Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis. Di bawah bimbingan **AGUS YUNIAWAN ISYANTO** dan **SAEPUL AZIZ**.

Permasalahan dalam pemasaran ubi kayu di Desa Sukajaya menjadi hambatan yang dialami oleh petani diantaranya yaitu harga jual yang rendah dan saluran pemasaran yang belum efisien. Penelitian ini bertujuan menganalisis saluran pemasaran, margin, biaya, keuntungan, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran ubi kayu. Pengambilan sampel petani dilakukan secara total sampling, sedangkan pengambilan sampel lembaga pemasaran dilakukan secara *snowball sampling*. Penelitian dilakukan di Desa Sukajaya, Kecamatan Rajadesa, Kabupaten Ciamis. Penelitian deskriptif kualitatif ini melibatkan 32 petani, 1 pedagang besar, 1 Pengepul dan 6 pedagang pengecer di Desa Sukajaya, Kecamatan Rajadesa, Kabupaten Ciamis. Hasilnya menunjukkan dua saluran pemasaran, pada saluran I ada petani-pedagang besar-konsumen industri dan pada saluran II petani-pengepul-pedagang pengecer-konsumen, saluran I memiliki total biaya pemasaran yaitu Rp.114/kg, pada saluran II memiliki biaya pemasaran Rp.205/Kg, margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp.2000/Kg dan pada saluran II sebesar Rp.3000/Kg, keuntungan pemasaran pada saluran I sebesar Rp.3360/Kg dan pada saluran II sebesar Rp.4750/Kg. Saluran II memiliki biaya, margin, dan keuntungan tertinggi, tetapi Saluran I lebih efisien dengan *farmer's share* lebih tinggi (43% dibanding 40% pada Saluran II) dan efisiensi pemasaran 3,25% dibandingkan 4,1% pada Saluran II

Kata kunci: efisiensi pemasaran, saluran pemasaran dan ubi kayu.

ABSTRACT

ALFIDHIA PRATAMA KUSNANDAR, 2024. *Efficiency Analysis of Cassava Marketing in Sukajaya Village, Rajadesa District, Ciamis Regency. Under the guidance of AGUS YUNIAWAN ISYANTO and SAEPUL AZIZ.*

Problems in cassava marketing in Sukajaya Village are obstacles experienced by farmers, including low selling prices and inefficient marketing channels. This study aims to analyze marketing channels, margins, costs, profits, farmer's share, and marketing efficiency of cassava. Farmer sampling was done by total sampling, while sampling of marketing institutions was done by snowball sampling. The research was conducted in Sukajaya Village, Rajadesa District, Ciamis Regency. This descriptive qualitative research involved 32 farmers, 1 wholesaler, 1 collector and 6 retailers in Sukajaya Village, Rajadesa District, Ciamis Regency. The results show two marketing channels, in channel I there are farmers - wholesalers - industrial consumers and in channel II farmers - collectors - retailers - consumers, channel I has a total marketing cost of Rp.114 / kg, in channel II has a marketing cost of Rp.205 / kg, marketing margin in channel I of Rp.2000 / kg and in channel II of Rp.3000 / kg, marketing profit in channel I of Rp.3360 / kg and in channel II of Rp.4750 / kg. Channel II has the highest costs, margins, and profits, but Channel I is more efficient with a higher farmer's share (43% compared to 40% in Channel II) and marketing efficiency of 3.25% compared to 4.1% in Channel II.

Keywords: cassava, marketing channels and marketing efficiency.