

ABSTRAK

MUHAMAD RIAN FADLY S. 2024. Analisis Saluran Pemasaran KERIPIK Ubi Jalar Ungu di Desa Jalatrang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis (Studi Kasus pada UMKM MASIHKKA di Jalatrang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis) Di bawah bimbingan, **Sudrajat** dan **Tiktiek Kurniawati**.

Di Desa jalatrang memiliki potensi pertanian yang besar dengan lahan yang luas dan subur, tanaman padi, jagung, kedelai, dan sayuran, dapat tumbuh dengan subur di desa ini. Dengan hamparan pertanian yang sangat luas dan belum diolah secara maksimal, menjadi potensial untuk mengembangkan pertanian dengan tujuan meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Jalatrang. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui : (1) Saluran pemasaran KERIPIK Ubi Jalar Ungu di Desa Jalatrang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis (2) Margin, Biaya, dan keuntungan pemasaran KERIPIK Ubi Jalar Ungu Di Desa Jalatrang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. (3) Bagian Harga yang diterima Produsen KERIPIK Ubi Jalar Ungu di Desa Jalatrang Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Teknik penarikan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan : Saluran pemasaran pada KERIPIK Ubi Jalatrang Ungu terdapat 2 saluran yaitu : saluran pemasaran 1 : Produsen – Konsumen , saluran pemasaran 2 : Produsen- Pengecer – Konsumen. Pada saluran pemasaran 1 tidak ada margin, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, karena merupakan saluran nol tingkat. Sedangkan pada saluran pemasaran 2 rata-rata margin pemasaran adalah sebesar Rp. 3.000 per Pack dengan biaya pemasaran Rp. 1.400 Sehingga rata-rata keuntungan pemasaran sebesar Rp. 1.600 per kilogram. Bagian harga yang diterima produsen (*producer's share*) pada saluran 1 adalah 100%, dan pada saluran 2 adalah 83,33%.

Kata Kunci : KERIPIK Ubi Jalar Ungu, Pemasaran, Saluran

ABSTRACT

MUHAMAD RIAN FADLYS. 2024. *Marketing Channel Analysis of Purple Sweet Potato Chips in Jalatrang Village, Cipaku District, Ciamis Regency (Case Study at MASIHKA UMKM in Jalatrang, Cipaku District, Ciamis Regency) Under the guidance of, **Sudrajat and Tiektiek Kurniawati.***

Jalatrang Village has great agricultural potential with large and fertile land, rice, corn, soybeans, and vegetables can grow well in this village. With a very large agricultural expanse and not yet maximally processed, it becomes potential to develop agriculture with the aim of increasing people's income in Jalatrang Village. This research was conducted with the aim of knowing: (1) Marketing channels of Purple Sweet Potato Chips in Jalatrang Village, Cipaku District, Ciamis Regency (2) Margins, costs, and marketing profits of Purple Sweet Potato Chips in Jalatrang Village, Cipaku District, Ciamis Regency. (3) The price share received by Purple Sweet Potato Chips producers in Jalatrang Village, Cipaku District, Ciamis Regency. The research method used in this research is the case study method. The data collected includes primary data and secondary data. The sampling technique was carried out by purposive sampling. The results showed: There are 2 marketing channels in Purple Jalatrang Sweet Potato Chips, namely: marketing channel 1: Producers - Consumers, marketing channel 2: Producers - Retailers - Consumers. In marketing channel 1 there are no margins, marketing costs, marketing profits, because it is a zero-level channel. While in marketing channel 2 the average marketing margin is Rp. 3.000 per Pack with marketing costs of Rp. 1.400 so that the average marketing profit is Rp. 1.600 per Pack. The producer's share of the price received in channel 1 is 100%, and in channel 2 is 83.33%.

Keywords: Channel, Marketing, Purple Sweet Potato Chips