

ABSTRAK

TATA JAENAL MUSTAQIN. 2025. Analisis Saluran Pemasaran Kubis (*Brassica Oleracea L.*) di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis di bawah bimbingan **Rian Kurnia** dan **Agus Yuniawan Isyanto**.

Kubis (*Brassica oleracea*) adalah sayuran yang termasuk dalam keluarga Brassicaceae, yang juga mencakup sayuran seperti brokoli, kembang kol, dan sawi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis jalur pemasaran kubis (*Brassica oleracea L.*) di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum, Kecamatan Sukamantri, Kabupaten Ciamis, serta menghitung margin pemasaran, biaya, keuntungan, dan bagian petani dalam setiap jalur pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara langsung kepada para petani dan pihak terkait dalam lembaga pemasaran menggunakan kuesioner, serta data sekunder dari instansi terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga jalur pemasaran kubis di lokasi penelitian, yaitu: (1) petani langsung ke konsumen; (2) petani ke pengecer lalu ke konsumen; dan (3) petani ke pedagang pengumpul, kemudian ke pengecer, lalu ke konsumen. Margin pemasaran tertinggi ada pada jalur ketiga sebesar Rp3.500 per kilogram, sedangkan margin terendah ada pada jalur pertama dengan margin nol karena transaksi dilakukan langsung antara petani dan konsumen. Biaya pemasaran tertinggi juga berada pada jalur ketiga, sementara biaya terendah berada pada jalur pertama. Bagian petani terbesar ada pada jalur pertama sebesar 100%, sedangkan bagian terkecil ada pada jalur ketiga karena melibatkan lebih banyak pihak dalam pemasaran. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa semakin pendek jalur pemasaran, semakin besar bagian harga yang diterima petani. Oleh karena itu, pengembangan jalur pemasaran langsung antara petani dan konsumen menjadi strategi penting untuk meningkatkan pendapatan petani.

Kata kunci: bagian petani, Ciamis, saluran pemasaran, kubis, margin pemasaran, , saluran pemasaran

ABSTRACT

TATA JAENAL MUSTAQIN. 2025. Analisis Saluran Pemasaran Kubis (*Brassica Oleracea L.*) di Kelompok Tani Gunung Sari Desa Cibeureum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis **Rian Kurnia dan Agus Yuniawan Isyanto.**

*Cabbage (*Brassica oleracea*) is a vegetable that belongs to the Brassicaceae family. This study aims to analyze the marketing channels of cabbage (*Brassica oleracea L.*) in the Gunung Sari Farmers Group, Cibeureum Village, Sukamantri Subdistrict, Ciamis Regency, as well as to calculate marketing margins, costs, profits, and farmer's share in each channel. The research method used was descriptive with both qualitative and quantitative approaches. Primary data were obtained through structured interviews with farmers and marketing institutions using questionnaires, while secondary data were collected from relevant agencies. The results of the study indicate that there are three marketing channels for cabbage in the research area: (1) farmers → consumers; (2) farmers → retailers → consumers; and (3) farmers → wholesalers → retailers → consumers. The highest marketing margin was found in channel III at IDR 3,500/kg, while the lowest margin was in channel I with zero margin, as transactions were carried out directly between farmers and consumers. The highest marketing costs were also found in channel III, whereas the lowest costs occurred in channel I. The largest farmer's share was found in channel I at 100%, while the smallest farmer's share was in channel III due to the involvement of more marketing intermediaries. The conclusion of this study is that the shorter the marketing channel, the higher the share of price received by farmers. Therefore, strengthening direct marketing channels between farmers and consumers is an important strategy to increase farmers' income.*

Keywords: marketing channel, cabbage, marketing margin, farmer's share, Ciamis