

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHATANI UBI CILEMBU DI DESA RANCAKALONG KABUPATEN SUMEDANG

BERLIANDA RAHMAWATI



**DEPARTEMEN EKONOMI SUMBERDAYA DAN LINGKUNGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Ubi Cilembu di Desa Rancakalong Kabupaten Sumedang” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2026

Berlianda Rahmawati
NIM. H4401221030

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

BERLIANDA RAHMAWATI. Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Ubi Cilembu di Desa Rancakalong Kabupaten Sumedang. Dibimbing oleh ADI HADIANTO dan DEA AMANDA.

Ubi cilembu merupakan komoditas pertanian unggulan Kabupaten Sumedang. Desa Rancakalong merupakan salah satu daerah penghasil ubi cilembu terbesar di Kabupaten Sumedang, karena memiliki potensi produksi yang tinggi. Meskipun demikian, jangkauan pemasaran secara langsung dari petani ke pasar luar daerah masih terbatas, yang disebabkan oleh sistem penjualan masih didominasi pedagang pengumpul. Kondisi tersebut menyebabkan ketergantungan terhadap pedagang pengumpul, sehingga saluran distribusi yang terbatas, belum optimalnya pendapatan dan kesejahteraan petani, serta terhambatnya pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis saluran, lembaga, dan fungsi pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong; (2) menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap kinerja pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong; (3) merumuskan strategi pengembangan pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong. Metode yang digunakan, yakni analisis deskriptif, *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) berbasis bauran pemasaran (4P), dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sembilan saluran pemasaran serta enam lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas. Kemudian, variabel harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, sedangkan variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong. Pemasaran ubi cilembu berada pada kuadran V, yakni *Hold and Maintain* dengan prioritas strategi pemanfaatan teknologi dan kerja sama luar daerah.

Kata kunci: bauran pemasaran, saluran pemasaran, SEM-PLS, strategi pemasaran, ubi jalar

ABSTRACT

BERLIANDA RAHMAWATI. Marketing Development Strategy for Cilembu Sweet Potato Farming in Rancakalong Village, Sumedang Regency. Supervised by ADI HADIANTO and DEA AMANDA.

Cilembu sweet potatoes are leading agricultural commodity of Sumedang Regency. Rancakalong Village is one of the largest cilembu sweet potato producing areas in Sumedang Regency, because it has high production potential. Nevertheless, the direct marketing reach from farmers to markets outside the region is still limited, which is caused by the sales system still being dominated by middlemen. This condition leads to dependence on middlemen, resulting in limited distribution channels, suboptimal income and welfare for farmers, and hindered regional economic growth. This study aims to: (1) analyze the channels, institutions, and marketing functions of Cilembu sweet potatoes in Rancakalong Village; (2) analyze the influence of the marketing mix on the marketing performance of Cilembu sweet potatoes in Rancakalong Village; (3) formulate strategies for developing the marketing of Cilembu sweet potatoes in Rancakalong Village. The methods used are descriptive analysis, Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) based on the marketing mix (4P), and Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) analysis. The research results show that there are nine marketing channels as well as six marketing institutions that carry out exchange, physical, and facilitation functions. Furthermore, the variables of price, place, and promotion have a significant effect on marketing performance, meanwhile the product variable does not have a significant effect on the marketing performance of Cilembu sweet potatoes in Rancakalong Village. The marketing of Cilembu sweet potatoes is in quadrant V, namely Hold and Maintain, with a strategic priority on the utilization of technology and cooperation outside the region.

Keywords: marketing channels, marketing mix, marketing strategy, SEM-PLS, sweet potato



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN USAHATANI UBI CILEMBU DI DESA RANCAKALONG KABUPATEN SUMEDANG

BERLIANDA RAHMAWATI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan

**DEPARTEMEN EKONOMI SUMBERDAYA DAN LINGKUNGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

Dr. Nia Kurniawati Hidayat, S.P., M.Si.
2 Arini Hardjanto, S.E., M.Si.



**Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Ubi Cilembu di
Desa Rancakalong Kabupaten Sumedang**

Nama : Berlianda Rahmawati
NIM : H4401221030

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Adi Hadiano, S.P., M.Si.

Pembimbing 2:
Dea Amanda, S.E., M.Si





Diketahui oleh

**Ketua Departemen Ekonomi Sumberdaya dan
Lingkungan:**
Dr. Adi Hadiano, S.P., M.Si.
NIP. 197906152005011004



Tanggal Ujian:
18 Juni 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari sampai bulan April 2026 ini ialah Ekonomi Pertanian, dengan judul “Strategi Pengembangan Pemasaran Usahatani Ubi Cilembu di Desa Rancakalong Kabupaten Sumedang”.

Pada proses penyusunan karya ilmiah ini, penulis selalu mendapatkan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Ir. Choiril Bashori dan Almh. Ibu Dra. Resmiati; para kakakku A Elgy, Teh Niar, Teh Intany, A Dika; nenekku dan keluarga besar atas doa, kasih sayang, dukungan dan kepercayaan kepada penulis.
2. Bapak Dr. Adi Hadianito, S.P., M.Si. dan Ibu Dea Amanda S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membimbing, mengarahkan, serta memberi masukan kepada penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik.
3. Bapak Danang Pramudita, S.P., M.Si. selaku dosen moderator pada seminar proposal, Ibu Fitria Dewi Raswatie, S.P., M.Si. selaku dosen moderator pada seminar hasil, serta Ibu Dr. Nia Kurniawati Hidayat, S.P., M.Si., dan Ibu Arini Hardjanto, S.E., M.Si. selaku dosen penguji utama dan dosen penguji wakil prodi pada ujian sidang skripsi, yang telah memberikan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi.
4. Bapak Asep Kosasih.S.Pt. selaku kepala Unit Pelaksana Teknis Daerah Pertanian Rancakalong, serta Bapak Karnat, S.P. dan Bapak Hendra Gunawan, S.P. selaku Penyuluh Pertanian Lapang Desa Rancakalong yang telah membantu penulis dalam pengambilan data di lapangan.
5. Bapak Supriatna, Bapak Isur, Bapak Taryat, dan Bapak Tasripin selaku para Ketua Kelompok Tani yang telah membantu serta membersamai penulis dalam pengambilan data kepada para petani ubi cilembu.
6. Teman seperjuangan MOBBS, yaitu Audy, Nabila, Riska, Kaffah. Teman seperjuangan skripsi, yaitu Citra, Lintang, Hasna. Teman dekat penulis lainnya, Windy, Naura, Lulu, Nisriina serta teman-teman ESL angkatan 59, KKNT PASURUHAN, SAHABAT SEMPUR, PERCIB yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan motivasi kepada penulis.
7. Terakhir, kepada seluruh pihak yang telah membersamai dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2026

Berlianda Rahmawati



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komoditas Ubi Cilembu	7
2.2 Usahatani Ubi Cilembu	7
2.3 Sistem Pemasaran Komoditas Pertanian	8
2.4 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran	10
2.5 Strategi Pengembangan Pemasaran Komoditas Pertanian	10
2.6 Penelitian Terdahulu	11
III KERANGKA PEMIKIRAN	15
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	15
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	21
IV METODE PENELITIAN	23
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
4.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	23
4.3 Metode Pengambilan Data	23
4.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	24
V GAMBARAN UMUM	35
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
5.2 Karakteristik Petani Ubi Cilembu	36
5.3 Karakteristik Lembaga Pemasaran Ubi Cilembu	38
5.4 Karakteristik <i>Key Person</i> Strategi Pengembangan Pemasaran	40
5.5 Gambaran Umum Usahatani Ubi Cilembu	40
VI HASIL DAN PEMBAHASAN	45
6.1 Identifikasi Lembaga, Fungsi, dan Saluran Pemasaran	45
6.2 Bauran Pemasaran	68
6.3 Analisis SWOT	75
VII SIMPULAN DAN SARAN	83
7.1 Simpulan	83
7.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89
RIWAYAT HIDUP	125



DAFTAR TABEL

1	Daerah penghasil ubi jalar tertinggi di Jawa Barat tahun 2022	3
2	Daerah penghasil ubi cilembu tertinggi di Kabupaten Sumedang tahun 2022	3
3	Matriks penelitian terdahulu	12
4	Matriks metode analisis data	24
5	Indikator bauran pemasaran dan kinerja pemasaran ubi cilembu	26
6	Pengukuran Skala Likert bauran pemasaran	27
7	Indikator dasar dalam penentuan faktor-faktor SWOT pemasaran ubi cilembu	31
8	Matriks SWOT	33
9	Matriks QSP	34
10	Karakteristik responden petani ubi cilembu berdasarkan jenis kelamin di Desa Rancakalong tahun 2026	36
11	Karakteristik responden petani ubi cilembu berdasarkan usia di Desa Rancakalong tahun 2026	36
12	Karakteristik responden petani ubi cilembu berdasarkan pendidikan di Desa Rancakalong tahun 2026	37
13	Karakteristik responden petani ubi cilembu berdasarkan status pekerjaan di Desa Rancakalong tahun 2026	37
14	Karakteristik responden petani ubi cilembu berdasarkan pengalaman usahatani di Desa Rancakalong tahun 2026	38
15	Jenis responden lembaga pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	39
16	Karakteristik responden lembaga pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	39
17	Karakteristik <i>key person</i> strategi pengembangan pemasaran ubi cilembu	40
18	Fungsi pemasaran setiap lembaga pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	52
19	Marjin pemasaran ubi cilembu super per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	58
20	Marjin pemasaran ubi cilembu TO per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	59
21	Marjin pemasaran ubi cilembu dongdot per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	60
22	Marjin pemasaran ubi cilembu arben per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	61
23	Marjin pemasaran ubi cilembu ares per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	62
24	<i>Farmer's share</i> ubi cilembu super per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	63
25	<i>Farmer's share</i> ubi cilembu TO per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	64
26	<i>Farmer's share</i> ubi cilembu dongdot per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	64

27	<i>Farmer's share</i> ubi cilembu arben per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	65
28	<i>Farmer's share</i> ubi cilembu ares per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	65
29	Rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran ubi cilembu per kg di Desa Rancakalong tahun 2026	66
30	Hasil nilai <i>loading factor</i> dan <i>average variance extracted</i> bauran pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	70
31	Hasil nilai <i>cross loading</i> bauran pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	72
32	Hasil nilai <i>cronbach alpha</i> dan <i>composite reability</i> bauran pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	73
33	Hasil nilai <i>R-Square</i> bauran pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	73
34	Hasil tingkat signifikansi konstruk terhadap kinerja pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	74
35	Hasil identifikasi faktor internal pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	75
36	Hasil identifikasi faktor eksternal pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	76
37	Hasil matriks IFAS pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	77
38	Hasil matriks EFAS pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	78
39	Hasil matriks SWOT pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	80
40	Hasil matriks QSP pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	81

DAFTAR GAMBAR

1	Rata-rata konsumsi ubi jalar per kapita di Indonesia tahun 2022-2025 (Statistik Konsumsi Pangan Kementerian Pertanian 2025)	2
2	Lima provinsi penghasil ubi jalar tertinggi di Indonesia tahun 2021-2025 (dimodifikasi dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian (2025))	2
3	Produksi ubi cilembu di Kecamatan Rancakalong tahun 2023-2025 (UPTD Pertanian Kecamatan Rancakalong 2025)	4
4	Tingkatan saluran pemasaran (Kotler dan Keller 2009)	15
5	Kurva marjin pemasaran (dimodifikasi dari Asmarantaka (2014))	18
6	Kerangka pemikiran operasional	22
7	Peta lokasi penelitian (diolah ArcGIS 2026)	23
8	Model struktural SEM-PLS (dimodifikasi dari Kotler dan Armstrong (2006), Syabawaihi dan Primalasari (2025))	29
9	Matriks IE (Putri <i>et al.</i> 2022)	32
10	Ubi cilembu super (Dokumentasi pribadi 2026)	42
11	Ubi cilembu TO (Dokumentasi pribadi 2026)	42
12	Ubi cilembu dongdot (Dokumentasi pribadi 2026)	43

13	Ubi cilembu arben (Dokumentasi pribadi 2026)	43
14	Ubi cilembu ares (Dokumentasi pribadi 2026)	44
15	Hasil identifikasi saluran pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026 (Data primer diolah 2026)	47
16	Hasil estimasi model algoritma SEM-PLS pada pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026 (Data primer diolah 2026)	68
17	Hasil estimasi model algoritma SEM-PLS modifikasi pada pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026 (Data primer diolah 2026)	69
18	Hasil matriks IE pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026 (dimodifikasi dari Putri <i>et al.</i> (2022))	79

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian petani ubi cilembu	91
2	Kuesioner penelitian lembaga pemasaran ubi cilembu	98
3	Kuesioner penelitian <i>key person</i>	105
4	Indikator penilaian persepsi bauran pemasaran	108
5	Data responden petani ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	114
6	Data responden lembaga pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	116
7	Tabulasi data Skala Likert pada bauran pemasaran ubi cilembu di Desa Rancakalong tahun 2026	117
8	Dokumentasi wawancara dengan petani ubi cilembu	121
9	Dokumentasi wawancara dengan lembaga pemasaran	122
10	Dokumentasi wawancara dengan <i>key person</i>	122
11	Dokumentasi kondisi lokasi penelitian	123