

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KANGKUNG DI KABUPATEN GARUT

FAIZ MUHAMMAD ABDURRAHMAN



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- 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

Engan inni saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kangkung di Kabupaten Garut” 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, Agustus 2024

Faiz Muhammad Abdurrahman
H3401201088

- 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

FAIZ MUHAMMAD ABDURRAHMAN. Analisis Efisiensi Pemasaran Kangkung di Kabupaten Garut. Dibimbing oleh YANTI NURAENI MUFLIKH

Kangkung merupakan jenis sayuran dengan jumlah konsumsi tertinggi di Indonesia. Dengan tingkat konsumsi yang tinggi hingga mencapai 0.087 Kg/minggu/orang, Kabupaten Garut merupakan wilayah tertinggi kelima dalam memproduksi kangkung di Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan produksi kangkung paling tinggi di Indonesia. Namun harga kangkung di petani jauh lebih rendah dibanding dengan harga yang diterima oleh konsumen akhir sehingga mengakibatkan margin pemasaran yang cukup tinggi. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis lembaga dan fungsi pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, dan rasio keuntungan terhadap biaya komoditas kangkung di Kabupaten Garut. Responden terdiri dari 39 petani kangkung berdasarkan teknik simple random sampling dan 17 orang lembaga pemasaran berdasarkan teknik snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 lembaga pemasaran yang terlibat yaitu, pedagang pengumpul, pedagang antar daerah, dan pedagang pengecer. Dari 3 lembaga pemasaran terbentuk 3 saluran pemasaran dan saluran 1 dianggap saluran pemasaran paling efisien dikarenakan nilai margin pemasaran yang rendah, farmer's share yang tinggi, dan rasio keuntungan terhadap biaya yang merata walaupun merupakan dengan volume penjualan terendah. Sedangkan saluran pemasaran 2 merupakan saluran pemasaran dengan volume tertinggi.

Kata Kunci: efisiensi pemasaran, kangkung, lembaga pemasaran, margin pemasaran, farmer's share

ABSTRACT

FAIZ MUHAMMAD ABDURRAHMAN. *Analysis of Marketing Efficiency of Water Spinach in Garut Regency*. Supervised by YANTI NURAENI MUFLIKH

Water spinach is one of the most consumed vegetables in Indonesia, with a consumption rate reaching 0.087 kg/person/week. Garut Regency ranks as the fifth-highest producer of water spinach in West Java, which is the leading water spinach producing province in Indonesia. However, the price received by farmers is significantly lower than the price paid by end consumers, resulting in a high marketing margin. This study aims to analyze the marketing institutions and functions, marketing channels, marketing margins, farmer's share, and the profit-to-cost ratio of water spinach in Garut Regency. The respondents included 39 water spinach farmers selected through simple random sampling and 17 marketing institutions chosen through snowball sampling. The findings reveal three marketing institutions: collectors, inter-regional traders, and retailers. These institutions form three marketing channels, with channel 1 being the most efficient due to its low marketing margin, high farmer's share, and balanced profit-to-cost ratio, despite having the lowest sales volume. Conversely, channel 2 had the highest sales volume.

Keywords: *farmer's share, marketing efficiency, marketing institutions, marketing margin, water spinach*



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 2024
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.

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN KANGKUNG DI KABUPATEN GARUT

FAIZ MUHAMMAD ABDURRAHMAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@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:

- 1 Tintin Sarianti, SP, MM
- 2 Dr. Maryono, SP, M.Si



@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.



Judul Skripsi : Analisis Efisiensi Pemasaran Kangkung di Kabupaten Garut
Nama : Faiz Muhammad Abdurrahman
NIM : H3401201088

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Yanti Nuraeni Muflikh, SP., M.Agribus.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis :
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M
NIP. 196802151999031001



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 September 2023 sampai bulan Agustus 2024 ini ialah Pemasaran Agribisnis, dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Kangkung di Kabupaten Garut”

Penulis menyadari skripsi ini dapat terselesaikan berkat doa serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Yanti Nuraeni Muflikh, SP., M.Agribus. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan saran dalam penulisan ini dari awal hingga selesainya penulisan skripsi
2. Tintin Sarianti, SP, MM. selaku dosen penguji utama sidang dan Dr. Maryono, SP, M.Si selaku dosen penguji wakil PS
3. Dr. Anisa Dwi Utami, SE, M.Sc. selaku dosen moderator pada kegiatan seminar hasil yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk perbaikan penulisan skripsi ini
4. Rahmat Yanuar S.P., M.Si. selaku dosen evaluator kolokium yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk perbaikan penulisan skripsi ini
5. Kedua orang tua tercinta yang telah memberi dukungan berupa doa dan motivasi serta memfasilitasi penulis hingga dapat melaksanakan studi dan menyelesaikan tugas akhir dengan baik
6. Para dosen, tendik, dan seluruh civitas Departemen Agribisnis IPB yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis
7. Seluruh responden yang telah membantu untuk pengumpulan data melalui pengisian kuesioner penelitian
8. Teman-teman lorem yang sudah membantu memberikan motivasi dan bantuan kepada saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman Agribisnis yang memberikan masukan, dan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis maupun semua pihak yang membutuhkan

Bogor, Agustus 2024

Faiz Muhammad Abdurrahman

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Saluran dan Lembaga Pemasaran	6
2.2 Fungsi Pemasaran	6
2.3 Margin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> , dan Rasio Keuntungan terhadap Biaya	7
III KERANGKA PEMIKIRAN	9
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	9
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	11
IV METODE PENELITIAN	14
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	14
4.2 Jenis dan Sumber Data	14
4.3 Metode Penentuan Sampel	14
4.4 Metode Analisis Data	15
V GAMBARAN UMUM PENELITIAN	17
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	17
5.2 Karakteristik Petani Responden	17
5.3 Karakteristik Pedagang Responden	20
VI HASIL DAN PEMBAHASAN	22
6.1 Analisis Saluran Pemasaran	22
6.2 Analisis Lembaga Pemasaran	23
6.3 Analisis Fungsi Pemasaran	24
6.4 Analisis Margin Pemasaran	26
6.5 Analisis Farmer's Share	28
6.6 Analisis Rasio Keuntungan Terhadap Biaya	29
6.7 Analisis Efisiensi Pemasaran	30
VII SIMPULAN DAN SARAN	32
7.1 Kesimpulan	32
7.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	33



DAFTAR TABEL

1	Rata-rata tingkat konsumsi sayuran tertinggi di Indonesia perkilogram perminggu perorang di Indonesia tahun 2021-2023	1
2	Produksi kangkung di lima provinsi tertinggi di Indonesia tahun 2021-2023	2
3	Produksi kangkung pada Kabupaten Garut tahun 2019-2021	2
4	Harga eceran kangkung di Kota Bandung tahun 2020-2021	4
5	Jenis kelamin responden petani kangkung di Kabupaten Garut	18
6	Golongan usia responden petani kangkung di Kabupaten Garut	18
7	Tingkatan pendidikan responden petani kangkung di Kabupaten Garut	18
8	Status kepemilikan lahan responden petani kangkung di Kabupaten Garut	19
9	Waktu panen kangkung setelah penanaman oleh responden petani kangkung di Kabupaten Garut	19
10	Pendapatan bulanan responden petani kangkung di Kabupaten Garut	19
11	Saluran penjualan kangkung oleh responden petani di Kabupaten Garut	20
12	Jenis kelamin responden pedagang kangkung di Kabupaten Garut	20
13	Tingkat pendidikan responden pedagang kangkung di Kabupaten Garut	20
14	Tingkatan responden pedagang kangkung di Kabupaten Garut	21
15	Fungsi pemasaran di setiap lembaga pemasaran kangkung Kabupaten Garut	24
16	Marjin pemasaran, harga jual, harga beli, di setiap lembaga pemasaran kangkung di Kabupaten Garut	27
17	<i>Farmer's Share</i> pada saluran pemasaran kangkung Kabupaten Garut	28
18	Keuntungan dan biaya (Rp/ikat) di setiap lembaga pemasaran kangkung Kabupaten Garut	29
19	Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran kangkung di Kabupaten Garut	30

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Pemikiran Operasional	13
2	Pola saluran pemasaran kangkung di Kabupaten Garut	22

DAFTAR LAMPIRAN

1	Proses perawatan sayuran kangkung	35
2	Kangkung siap panen	35
3	Proses pemanenan kangkung	36
4	Proses pengikatan kangkung	36
5	Wawancara dengan salah satu petani kangkung	37