

ANALISIS PEMASARAN BERAS MENTIK UD. NGUDI REJEKI DI DESA SAMBI KECAMATAN SAMBIREJO KABUPATEN SRAGEN

Oleh: Purwanto

Dibimbing oleh: BUDIARTO dan NI MADE SUYASTIRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1). menganalisis margin pemasaran pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II (2). menganalisis efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II (3). mengetahui kendala yang dihadapi dalam pemasaran beras mentik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode pelaksanaan penelitian dengan metode studi kasus. Penentuan sampel pedagang perantara menggunakan teknik *snowball sampling*. Macam data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis dilakukan dengan analisis margin pemasaran, efisiensi pemasaran. Pengujian hipotesis pertama dan kedua dilakukan dengan *Independent Sample T test*. Terdapat dua saluran pemasaran beras mentik pada UD. Ngudi Rejeki. Saluran pemasaran pertama diperoleh margin pemasaran sebesar Rp 1.250,00 dengan tingkat efisiensi sebesar 9,14%. Saluran pemasaran kedua diperoleh margin pemasaran sebesar Rp 2.337,50 dengan tingkat efisiensi sebesar 15,12%. Hasil penelitian ini adalah (1). Margin pemasaran yang diperoleh saluran pemasaran beras mentik I lebih kecil sebesar (Rp 1.250,00/kg) dari saluran pemasaran beras mentik II (Rp 2.337,50/kg). (2). Efisiensi pemasaran beras mentik pada saluran pemasaran I lebih tinggi (9,14%) dari efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran beras mentik saluran pemasaran II (15,12%). (3). Kendala pemasaran yang dihadapi adalah fluktuasi harga yang sering terjadi. Sistem pembayaran yang masih bermasalah antara UD. Ngudi Rejeki dan pedagang pengumpul.

Kata kunci: Margin pemasaran, Efisiensi pemasaran, Saluran pemasaran.

MARKETING ANALYSIS OF MENTIK RICE IN UD. NGUDI REJEKI IN THE VILLAGE OF SAMBI, SAMBIREJO, SRAGEN

By: Purwanto

Supervised by: BUDIARTO and NI MADE SUYASTIRI

ABSTRACT

This study aims to (1). analyze the marketing margins of marketing channel one and marketing channel two (2). analyze the efficiency of marketing channel one and marketing channel two (3). to determine the mentik rice marketing problem. The method used is a descriptive method. The research implementation with case study. Determine the sample middlemen used snowball sampling technique. Kinds of data used are primary data and secondary data. Engineering analysis performed by the analysis of, marketing margin, and marketing efficiency. The first and second hypothesis testing conducted by Independent Sample T test. There are two marketing channels of mentik rice in UD. Ngudi Rejeki. The first marketing channel is obtained a margin of Rp 1.250,00 and an efficiency level of 9,14%. The second marketing channel obtained a margin of Rp 2.337,50 and an efficiency level of 15,12%. It is resulted that (1). marketing margin obtained mentik rice marketing channel I is Rp1250.00 / kg and mentik rice marketing channel II is Rp 2.337,50 / kg (2). the first of channel marketing efficiency is more higher than the second of channel marketing efficiency. (3). marketing constraints that faced is still high labor costs by incurred middlemen and price fluctuation. The payment system were still became a problematic between UD. Ngudi Rejeki and traders.

Keywords: Marketing efficiency, Margin of marketing, Channel marketing.