

**ANALISIS PEMASARAN BERAS BUJANG MARANTAU DARI
NAGARI GANTUNG CIRI KECAMATAN KUBUNG
KABUPATEN SOLOK**



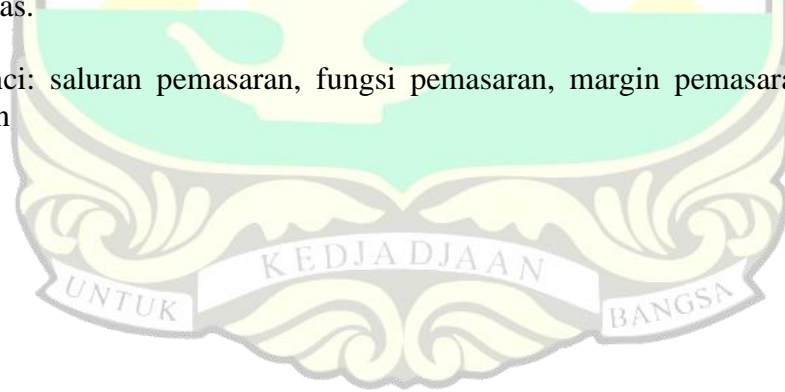
**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ANALISIS PEMASARAN BERAS BUJANG MARANTAU DI NAGARI GANTUNG CIRI KECAMATAN KUBUNG KABUPATEN SOLOK

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran beras Bujang Marantau dari Nagari Gantung Ciri Kecamatan Kubung Kabupaten Solok. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai petani petani dan pedagang yang terlibat dalam pemasaran beras Bujang Marantau dengan metode analisis data deskriptif kuantitatif. Penelitian ini mendeskripsikan saluran, lembaga, dan fungsi pemasaran serta menghitung margin dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian terdapat tiga pola saluran pemasaran yaitu Saluran I: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar A – Pedagang Pengecer Kabupaten Sarolangun – konsumen, saluran II: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar B – Pedagang Pengecer Nagari Alahan Panjang – Konsumen, dan saluran III: Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar B – Pedagang Pengecer Kota Padang - Konsumen. Terdapat fungsi pemasaran seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Margin pada saluran I adalah Rp2.976,79/Kg, pada saluran II adalah Rp2.476.79/Kg, dan pada saluran III adalah Rp2.676,79/Kg. Efisiensi pemasaran saluran I sebesar 13,16%, pada saluran II 12,92%, dan pada saluran III 13,69%, artinya saluran yang paling efisien adalah pada saluran II. Saran dari penelitian ini adalah sebaiknya petani melakukan pengolahan gabah menjadi beras untuk dapat menjual langsung beras kepada konsumen agar mendapatkan bagian yang lebih dan petani harus melakukan fungsi informasi pasar agar mengetahui informasi mengenai harga jual gabah/beras.

Kata Kunci: saluran pemasaran, fungsi pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran



MARKETING ANALYSIS OF BUJANG MARANTAU RICE IN NAGARI GANTUNG CIRI KUBUNG DISTRICT SOLOK REGENCY

Abstract

This study aims to analyze Bujang Marantau rice's marketing from Nagari Gantung Ciri, Kubung District, Solok Regency. Data was collected by interviewing farmers and traders involved in the marketing of Bujang Marantau rice with a quantitative descriptive data analysis method. This study describes the marketing channels, agency, and functions and to calculate the margins and marketing efficiency. The results found three marketing channels. Channel I: farmer – collector – wholesaler A – retailer in Sarolangun District – the consumer, Channel II: farmer – collector – wholesaler B – retailer in Alahan Panjang – the consumer, and channel III: farmers – collector – wholesaler B – retailer in Padang - the consumer. Marketing functions consist of an exchange function, a physical function, and a facility function. Margin on Channel I was Rp 2,976.79/Kg, on Channel II was Rp 2,476.79/Kg, and on Channel III was IDR 2,676.79/Kg. Marketing efficiency on Channel I was 13.16%, Channel II was 12.92%, and Channel III was 13.69%, meaning that the most efficient Channel was Channel II. This research suggests that farmers should process grain into rice to sell directly to consumers to get more shares, and they also should have market information about the selling price of grain/rice.

Keywords: marketing channel, marketing function, marketing margins, marketing efficiency

