

ANALISIS EFISIENSI TATANIAGA MENTIMUN (*Cucumis sativus L*) DARI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG

SKRIPSI

**OLEH
M. HAFIDH SHALAHUDDIN
1210222001**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2016**

ANALISIS EFISIENSI TATANIAGA MENTIMUN (*Cucumis sativus* L) DARI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus s.d. September 2016 bertujuan untuk mengetahui saluran dan fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing – masing lembaga tataniaga yang terlibat dalam tataniaga mentimun dari petani hingga konsumen akhir di Kecamatan Kurangi Kota Padang, dan menganalisis efisiensi tataniaga menurut saluran dan keuntungan yang diterima serta masing – masing lembaga tataniaga yang terlibat. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan jumlah petani sampel 13 orang. Pedagang pengumpul dan pedagang pengecer berjumlah 9 orang. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh 2 (dua) pola saluran tataniaga mentimun dari petani sampai ke konsumen akhir yaitu saluran tataniaga pola I : Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Saluran tataniaga Pola II : Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Hasil perhitungan efisiensi tataniaga menurut saluran maka didapatkan efisiensi tataniaga saluran tataniaga Pola I sebesar 61,93%. Saluran tataniaga pola II sebesar 26,18%. Jadi saluran tataniaga Pola II (26,18%) paling efisien karena mempunyai nilai efisiensi paling kecil. Sedangkan berdasarkan hasil perhitungan keuntungan, tidak ada saluran tataniaga yang menerima keuntungan sebagaimana mestinya. Disarankan kepada petani mentimun untuk menghitung biaya yang diperhitungkan agar dapat mengetahui keuntungan sebenarnya dari suatu usahatani. Diharapkan juga kepada pemerintah untuk membantu petani dalam informasi pasar pada periode tersebut sehingga petani tidak menjual dibawah harga yang seharusnya.

Kata Kunci : Tataniaga, Efisiensi, Saluran, Keuntungan, Mentimun

AN ANALYSIS OF MARKETING EFFICIENCY OF CUCUMBER (*Cucumis sativus* L) FROM KURANJI SUB DISTRICT, PADANG

ABSTRACT

This research was conducted on August until September 2016 with the purposes to identify the distribution channel and marketing functions applied by each parties involved in cucumber marketing in Kuranji as well as to analyze the marketing efficiency of each distribution channel. The research used survey method and sample for this study consists of 13 farmers and 9 wholesalers and retailers. The research finds that there are two patterns of distribution channel of cucumber from the farmers in the research site to consumers, which are: pattern I: Farmers → Retailers → Consumers, and Pattern II: Farmers → Wholesalers → Retailers → Consumers. Moreover the marketing efficiency of Pattern I was 61.93% and pattern II was 26.18%, hence pattern II was the most efficient distribution channel of cucumber in the research site. However, based on profitability analysis, none of these distribution channels are profitable for farmers. Based on research findings, it is suggested to the cucumber farmers to calculate the production costs in order to estimate the benefits of cucumber farming. Furthermore, the government should provide market information for the farmers, so the farmers do not sell their product below the market price.

Keywords: Marketing, Efficiency, Line, Benefit, Cucumbers

