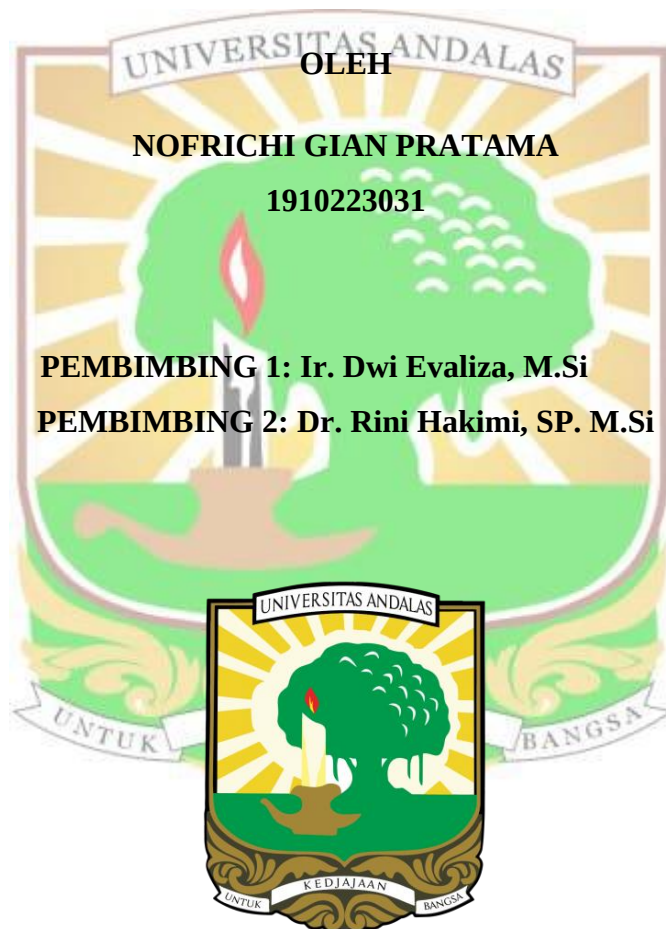


**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN INDUSTRI MIKRO
KECIL GULA AREN DI NAGARI ANDALEH BARUH
BUKIK KECAMATAN SUNGAYANG**

SKRIPSI



OLEH

NOFRICHI GIAN PRATAMA

1910223031

PEMBIMBING 1: Ir. Dwi Evaliza, M.Si

PEMBIMBING 2: Dr. Rini Hakimi, SP. M.Si

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

EFISIENSI SALURAN PEMASARAN INDUSTRI MIKRO KECIL GULA AREN DI NAGARI ANDALEH BARUH BUKIK KECAMATAN SUNGAYANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saluran tataniaga serta efisiensi margin tataniaga yang diterima petani aren asal Nagari Andaleh Baruh Bukik Kecamatan Sungayang Kabupaten Tanah Datar. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif dimana dalam pengambilan datanya menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode disproportionate stratified andom sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran, yaitu saluran I (petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer), saluran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pengecer), saluran III (petani-pedagang pengecer) untuk saluran IV penulis tidak mendapatkan data lengkap dari saluran IV ini. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang besar aren terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Margin pemasaran paling kecil terdapat pada saluran III yaitu Rp.4.000,00/kg sedangkan untuk margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran II yaitu Rp.8.200,00/kg. *Farmer's share* paling besar terdapat pada saluran III yaitu sebesar 84%. Saluran pemasaran yang efisien berdasarkan efisiensi biaya dan keuntungan yang di dapat yaitu saluran II. Hal ini disebabkan karena saluran II memiliki nilai presentase efisiensi pemasaran paling kecil yaitu sebesar 65,34%. Hal ini disebabkan selisih harga dari petani ke konsumen yang cukup jauh dari saluran I dan III. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan kepada petani untuk tetap mempertahankan memilih saluran III dengan harga beli ditingkat petani lebih tinggi yaitu Rp 21.000,00/kg dan lembaga pemasaran diharapkan dalam memberikan harga pada petani mempertimbangkan daya upaya dan input yang dikeluarkan oleh petani, sehingga usahatani petani tetap berlanjut dan kebutuhan hidupnya terpenuhi.

Kata kunci: Pemasaran, Margin, Efisiensi, dan Gula Aren.

ANALYSIS OF MARKETING CHANNEL EFFICIENCY FOR PALM SUGAR IN MICRO AND SMALL INDUSTRIES IN NAGARI ANDALEH BARUH BUKIK SUNGAYANG DISTRICT

ABSTRACT

This study aims to describe the marketing channels of sugar palm in the Micro and Small industries in Nagari Andaleh Baruh Bukik, Sungayang District, Tanah Datar Regency, and analyze its marketing efficiency. The methods used in this research are descriptive qualitative and descriptive quantitative with a survey approach. The results showed that there are three marketing channels for palm sugar in Nagari Andaleh Baruh Bukik; channel I (farmers-collectors-retailers), channel II (farmers-collectors- wholesalers-retailers), channel III (farmers-retailers). The marketing functions carried out by farmers, collectors, and wholesalers are exchange functions, physical functions, and facility functions. The smallest marketing margin is in Channel III, which is Rp 4,000.00/kg, while the highest marketing margin is in Channel II, which is Rp.8,200.00/kg. The highest farmer's share is in channel III, which is 84%. However, based on cost efficiency and profit, channel II is the most efficient marketing channel. Channel II has the lowest marketing efficiency value, which is 65.34%. The price gap between farmers and end consumers in Channel II is relatively higher than in Channel I and III. Based on the results of the study, the farmers should choose channel III because it has a higher purchasing price at the farmer level, which is Rp 21,000.00/kg.

Keywords: Marketing, Margin, marketing channel, Efficiency, and Palm Sugar.

