

RINGKASAN

Kecamatan Mrebet merupakan daerah penghasil ubi jalar yang cukup besar di Kabupaten Purbalingga. Meningkatnya produksi ubi jalar di Kecamatan Mrebet harus ditunjang dengan pemasaran yang baik. Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya peningkatan pemasaran ubi jalar di Kecamatan Mrebet adalah meningkatkan efisiensi saluran pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui pola saluran pemasaran ubi jalar dari petani sampai konsumen di Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga, (2) menganalisis margin pemasaran ubi jalar pada setiap saluran pemasaran di Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga, (3) menganalisis besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*), (4) menganalisis saluran pemasaran ubi jalar yang efisien di Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga.

Penelitian dilakukan di Desa Onje dan Selaganggeng Kecamatan Mrebet dan dilaksanakan pada bulan juni 2016. Pengambilan data dilakukan dengan metode sensus untuk petani dengan jumlah 53 orang dan *snowball sampling* untuk pedagang, dengan jumlah pedagang yang dijadikan sampel sebanyak 22 orang. Analisis yang digunakan meliputi: analisis margin, analisis *farmer's share* dan analisis efisiensi saluran pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat dua saluran pemasaran ubi jalar di Kecamatan Mrebet. (2) margin pemasaran ubi jalar di Kecamatan Mrebet pada setiap saluran pemasaran yaitu: saluran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp2.603,77 per kilogram dan saluran II nilai margin sebesar Rp3.103,77 per kilogram. (3) nilai *farmer's share* pada saluran I sebesar 47,93 persen dan saluran II sebesar 43,56 persen. Biaya pemasaran pada saluran I sebesar Rp699,26 per kilogram atau 26,85 persen dari besarnya margin, sedangkan biaya pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp846,07 per kilogram atau 27,26 persen dari total margin. Keuntungan pada saluran pemasaran I sebesar Rp1.904,51 per kilogram atau 73,15 persen dari total margin, sedangkan keuntungan saluran pemasaran II sebesar Rp2.257,70 per kilogram atau 72,74 persen dari total margin. (4) Berdasarkan analisis efisiensi, saluran pemasaran I yang paling efisien dengan persentase sebesar 13,99 persen.

SUMMARY

Subdistrict Mrebet as a sweet potato producing areas is quite large in Purbalingga. Increased production of sweet potato in the Subdistrict Mrebet be supported with good marketing. One aspect of marketing that need to be considered in efforts to improve the marketing of sweet potato in the Subdistrict Mrebet is to improve the efficiency of marketing channels. The purpose of this study is (1) to determine the pattern of marketing channels sweet potatoes from farmers to consumers in the Subdistrict Mrebet Purbalingga District, (2) to calculate the marketing margin sweet potatoes on each marketing channel in Subdistrict Mrebet Purbalingga District, (3) to calculate the part of the price received by farmers (farmer's share), (4) to analyzing marketing channels sweet potatoes efficient in Subdistrict Mrebet Purbalingga District.

The study was conducted in the village of Onje and Selaganggeng Subdistrict Mrebet in June 2016. Data were collected by census method for farmers with the number 53 and snowball sampling to merchants, with the number of traders who used a sample of 22 people consisting of 4 people middlemen, 3 wholesalers, 10 market traders and retailers around 5 people. The analysis includes: margin analysis, analysis farmer's share and analyze the efficiency of marketing channels.

The results showed that: (1) there are two marketing channels sweet potatoes in Subdistrict Mrebet Purbalingga District. (2) marketing margin of sweet potato in the Subdistrict Mrebet Purbalingga District on any marketing channel, namely: channel I have a marketing margin of Rp2.603,77 per kilogram and the second channel margin of Rp3.103,77 value per kilogram. (3) farmer's share value on channel I at 47.93 percent and 43.56 percent channel II. Marketing costs in channel I of Rp699,26 per kilogram or 26.85 percent of the size of the margin, while the cost of marketing on the marketing channel II of Rp846,07 per kilogram or 27.26 percent of the total margin. Gains on the marketing channel I of Rp1.904,51 per kilogram or 73.15 percent of the total margin, while the advantages of marketing channels II of Rp2.257,70 per kilogram or 72.74 percent of the total margin. (4) based on an analysis of efficiency, marketing channels I most efficiently with a percentage of 13.99 percent.