

ABSTRAK

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN GABAH DAN BAURAN PEMASARAN BERAS DI KECAMATAN BUAY MADANG TIMUR KABUPATEN OGAN KOMERING ULU TIMUR

Oleh

Juntaria Putri Altasya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi pemasaran, faktor-faktor yang memengaruhi petani menjual hasil panen dalam bentuk GKP, dan bauran pemasaran beras di Kecamatan Buay Madang Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur. Penelitian ini menggunakan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* di Kecamatan Buay Madang Timur sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan sentra produksi padi di Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur dan terdapat pabrik penggilingan padi sebagai lokasi pemasaran. Responden petani dalam penelitian sebanyak 69 petani dipilih dengan *simple random sampling* dan responden pedagang menggunakan *snowball sampling* berdasarkan dari saluran pemasaran yang dipilih petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran gabah sudah efisien jika di tinjau dari pendekatan SCP dengan struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni dan terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pemasaran I dan II merupakan rantai terpendek (pemasaran langsung) dan tingkat efisiensi pemasaran yang tinggi. Faktor-faktor yang memengaruhi petani menjual hasil panen dalam bentuk GKP adalah produksi padi (X2), luas lahan (X3), jumlah anggota keluarga (X4), dan jarak pemasaran (X5). Bauran pemasaran beras yang dilakukan oleh pabrik penggilingan padi desa telah menerapkan bauran pemasaran 7P.

Kata kunci: bauran pemasaran, beras, efisiensi pemasaran, gabah

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING EFFICIENCY OF PADDY AND MARKETING MIX OF RICE IN BUAY MADANG TIMUR DISTRICT OGAN KOMERING ULU TIMUR REGENCY

By

Juntaria Putri Altasya

This research aims to analyze the efficiency of paddy marketing system, the influence of the factors in the decision of farmers to sell their crops in the form of unhulled rice, and marketing mix of rice in Buay Madang Timur District Ogan Komering Ulu Timur Regency. This research used a survey method. The location of the research was carried out intentionally in Buay Madang Timur District with the consideration that the location was central paddy production and has a rice factory. The samples of this research were 69 paddy farmers by simple random sampling methods and marketing channel respondents were taken by tracing marketing networks by snowball sampling methods. The research showed the marketing system was efficient, it could be seen from the SCP approach the market structure was an oligopsony market and there were three marketing channels. Marketing channel I and II is the shortest chain (direct marketing) and a high level of marketing efficiency. Factors that affecting farmers to sell their crops in the form of unhulled rice are paddy production (X2), land area (X3), number of family members (X4), and marketing distance (X5). The rice marketing mix carried out by the village rice mill factory has implemented the 7P marketing mix.

Keywords: efficiency marketing, marketing mix, paddy, rice