

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN *HOME INDUSTRY* KERIPIK
TEMPE KOIN DI DESA BAJING KULON, KECAMATAN KROYA,
KABUPATEN CILACAP**



SKRIPSI

OLEH :

YAYAN DWI KURNIAWAN

1604010016

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

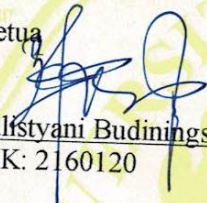
**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN *HOME INDUSTRY* KERIPIK
TEMPE KOIN DI DESA BAJING KULON, KECAMATAN KROYA,
KABUPATEN CILACAP**

Oleh:
YAYAN DWI KURNIAWAN
1604010016

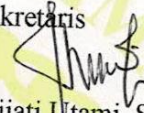
Telah dipertahankan di depan panitia ujian skripsi
pada hari Rabu, 17 Juni 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN PANITIA

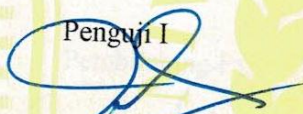
Ketua


Sulistyani Budiningsih, S.P., M.P
NIK: 2160120

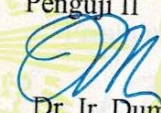
Sekretaris


Pujiati Utami, S.P., M.P
NIK: 2160241


Penguji I


Watemin, S.P., M.P
NIK: 2160242

Penguji II


Dr. Ir. Dumasari, M.Si
NIK: 2160151

Penguji III


Pujiati Utami, S.P., M.P
NIK: 2160241

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian


Sulistyani Budiningsih, S.P., M.P
NIK: 2160120

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN *HOME INDUSTRY* KERIPIK
TEMPE KOIN DI DESA BAJING KULON, KECAMATAN KROYA,
KABUPATEN CILACAP

Oleh:

YAYAN DWI KURNIAWAN

1604010016

Diperiksa dan disetujui

Pada tanggal: 17 Juni 2020

Pembimbing I

Watemin, S.P., M.P.
NIK: 2160242

Pembimbing II

Dr. Ir. Dumasari, M.Si
NIK: 2160151

Mengetahui,

Dean Fakultas Pertanian



Substyan Budiningsih, S.P., M.P.
NIK: 2160120

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yayan Dwi Kurniawan
NIM : 1604010016
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya penulis dan bukan hasil jiplakan orang lain.

Demikian pernyataan penulis buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, penulis bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 17 Juni 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Yayan Dwi Kurniawan

MOTTO

“Selalu memperbaiki diri agar berguna bagi sesama”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, saya persembahkan hasil skripsi ini untuk:

- ❖ Ayahanda Robangi dan Ibunda Litonita tercinta, yang selalu memanjatkan doa dalam setiap sujudnya. Terimakasih atas kasih sayang yang berlimpah dari lahir hingga sebesar ini dan pengorbanan yang telah kalian berikan selama ini.
- ❖ Mertua saya tercinta Bapak Parso dan Ibu Sumiyati yang selalu memanjatkan doa untuk menantunya dalam setiap sujudnya sudah seperti anak kandung sendiri. Terimakasih tak terhingga atas kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Istri tercinta Anna Ria Rizky, S.Ak yang selalu memanjatkan doa dalam setiap sujudnya, memberikan dukungan dan motivasi tiada henti. Terimakasih tak terhingga atas segala cinta, ketulusan yang telah diberikan selama ini semoga sampai akhir hayat memisahkan kita.
- ❖ Kakak Nanang, adik Wiwin dan Dewi yang selalu menyemangati.
- ❖ Seluruh keluarga besar dan almamater saya tercinta.

Yayan Dwi Kurniawan 1604010016 (2020) “**Analisis Efisiensi Pemasaran Home Industry Keripik Tempe Koin di Desa Bajing Kulon, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap**” Dibawah Bimbingan Watemin, S.P., M.P dan Dr. Ir. Dumasari, M.Si

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola saluran pemasaran, *margin*, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran *home industry* keripik tempe koin di Desa Bajing Kulon, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Teknik pengambilan sampel produsen keripik tempe koin menggunakan metode sensus dengan jumlah *informan* kunci 8 produsen keripik tempe koin, sedangkan teknik pengambilan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling* dan diperoleh 3 pedagang pengepul, 6 pedagang besar, dan 15 pedagang pengecer. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis data kuantitatif *margin* pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pemasaran *home industry* keripik tempe koin di Desa Bajing Kulon, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap terdapat empat pola saluran pemasaran, terdiri dari: saluran I produsen – pedagang pengepul – pedagang besar – pengecer – konsumen. Saluran II produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen, saluran III produsen – pedagang pengepul – pengecer – konsumen, dan saluran IV produsen – pengecer – konsumen. Nilai *margin* pemasaran saluran I Rp 15.000/kg dengan *farmer share* 66,66% serta memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 7,64%, kemudian saluran II memiliki nilai *margin* pemasaran Rp 13.000/kg dengan *farmer share* 71,71% dan memiliki nilai efisiensi sebesar 6,59%, saluran III memiliki nilai *margin* pemasaran Rp 15.000/kg dengan *farmer share* 66,66% serta nilai efisiensinya sebesar 4,33%, dan IV Rp 10.000/kg dengan *farmer share* 77,77% serta memperoleh nilai efisiensi sebesar 3,31%. Saluran pemasaran *home industry* keripik tempe koin di Desa Bajing Kulon, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap yang paling efisien adalah saluran IV produsen – pengecer - konsumen karena memiliki nilai *margin* pemasaran (Rp 10.000/kg), *farmer share* (77,77%), dan nilai efisiensi (3,31%).

Kata kunci: keripik tempe koin, saluran pemasaran, *margin* pemasaran, *farmer share*, efisiensi pemasaran

*The Analysis of The Marketing Efficiency of Coin Tempeh Cracker Home Industry
in Baging Kulon Village, Kroya Sub-district, Cilacap Regency*

By Yayan Dwi Kurniawan

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Yayankurniawan.yd@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to find out the pattern of marketing channel, margin, farmer share, and marketing efficiency of coin tempeh cracker in Baging Kulon village, Kroya sub-district, Cilacap regency using case study method. Census method was used to collect 8 key informants of coin tempeh crackers producers and snowball sampling was used to collect samples of marketing agencies which resulted in 3 collectors, 6 wholesalers, and 15 retailers. The data were collected using interviews, observation, and documentation. The data were analyzed using descriptive analysis and quantitative data analysis of marketing margin, farmer share, and marketing efficiency.

From the results of this research, it could be concluded that the marketing of this tempeh cracker had four marketing channel patterns consisting of Channel I (producer, collectors, retailers, consumers), Channel II (producer, wholesalers, retailers, consumers), Channel III (producer, collectors, retailers, consumers), and Channel IV (producer, retailers, consumers). The value of marketing margin in channel I was IDR 15,000/kg with 66.66% farmer share and the value of marketing efficiency was 7.64%. In channel II, the value of the marketing margin was IDR 13,000/kg with 71.71% farmer share, and the value of marketing efficiency was 6.59%. The value of the marketing margin in channel III was IDR 15,000/kg with 66.66% farmer share and the efficiency value was 4.33%. In channel IV the value of the marketing margin was IDR10,000/kg with 77.77% farmer shares and the efficiency value was 3.31%. The most efficient channel was channel IV (producer, retailers, consumers) because its marketing margin was IDR10,000/kg, farmer share was 77.77%, and efficiency value was 3.31%.

Keywords: *Coin Tempeh Crackers, Marketing Channel, Marketing Margin, Farmer Share, Marketing Efficiency*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahilahirabil'alamiin segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Efisiensi Pemasaran *Home Industry* Keripik Tempe Koin di Desa Bajing Kulon, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap”. Penulisan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

- 1) Sulistyani Budiningsih, S.P., M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan sebagai pembimbing akademik selama kuliah di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- 2) Watemin, S.P., M.P selaku pembimbing I yang telah memberikan kontribusi berupa bimbingan, motivasi, kritik, dan saran atas terselesaikannya skripsi ini.

- 3) Dr. Ir. Dumasari, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan kontribusi berupa bimbingan, motivasi, kritik, dan saran atas terselesainya skripsi ini.
- 4) Pujiati Utami S.P.,M.P selaku penguji III dan Kaprodi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan berbagai pernyataan untuk menguji kelayakan sekaligus memberikan informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- 5) Seluruh Dosen di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang sudah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
- 6) Seluruh staf tata usaha Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah membantu dalam kelancaran dan kelengkapan administrasi.
- 7) Robangi, Litonita, Parso, Sumiyati sekaligus keluarga besar saya yang tak pernah lelah memberikan dukungan, motivasi, dan do'a kepada saya, sehingga saya selalu semangat dalam menyusun skripsi ini.

8) Anna Ria Rizky, S.Ak, yang selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan do'a kepada saya, agar saya selalu semangat dalam menyusun skripsi ini dalam kondisi apapun.

9) Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih do'a yang senantiasa mengalir tanpa sepengetahuan penulis.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya dan berkenan membalas segala kebaikan pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Purwokerto, 17 Juni 2020

Penulis,

Yayan Dwi Kurniawan

DAFTAR ISI

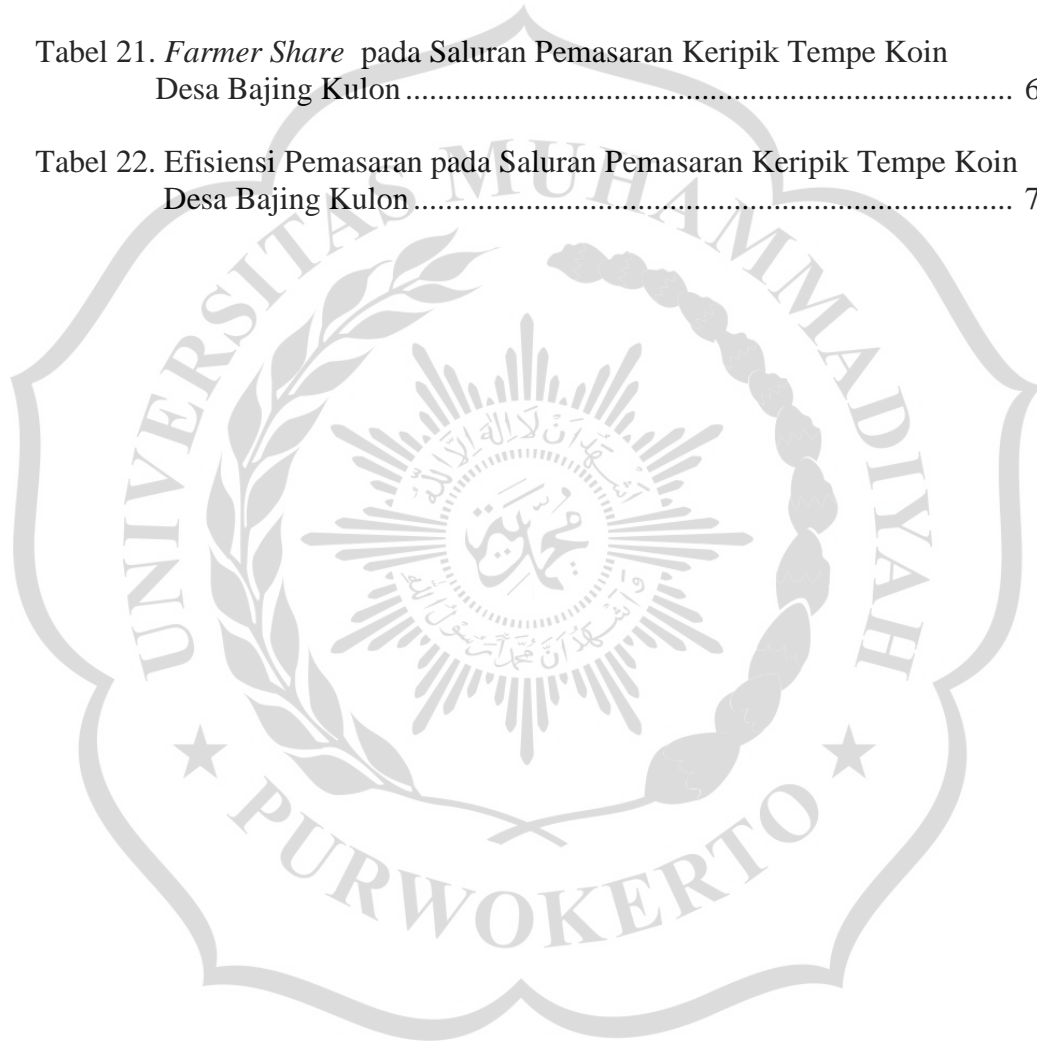
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RINGKASAN	vii
ABSTRACK	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Pembatasan Masalah	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Keripik Tempe	9
B. Pola Saluran Pemasaran	11
C. Definisi Pemasaran	12

D. Konsep Pemasaran	13
E. Lembaga Pemasaran.....	15
F. Fungsi Pemasaran	16
G. Margin Pemasaran	18
H. <i>Farmer Share</i>	19
I. Efisiensi Pemasaran.....	20
J. Hasil Penelitian Terdahulu	21
BAB III. METODE PENELITIAN	26
A. Tempat dan Waktu Penelitian	26
B. Metode Penelitian	27
C. Jenis Data	27
D. Pengumpulan Data.....	28
E. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	29
F. Definisi Operasional Variabel	30
G. Metode Analisis Data.....	33
BAB IV. KEADAAN UMUM WILAYAH PENELITIAN	
A. Keadaan Geografis	36
B. Keadaan Penduduk	37
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan	52
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Kedelai	1
Tabel 2. Produsen Keripik Tempe Koin di Kabupaten Cilacap	3
Tabel 3. Komposisi Kedelai	9
Tabel 4. Hasil Penelitian Terdahulu	21
Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Desa Bajing Kulon	37
Tabel 6. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian Desa Bajing Kulon	38
Tabel 7. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Bajing Kulon	40
Tabel 8. Jumlah dan Persentase Produsen Responden Berdasarkan Kelompok Usia Desa Bajing	43
Tabel 9. Jumlah dan Persentase Produsen Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Desa Bajing Kulon	44
Tabel 10. Jumlah Produksi Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	45
Tabel 11. Lama Usaha Produsen Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon....	46
Tabel 12. Identitas Responden Pedagang Pengepul Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	47
Tabel 13. Identitas Responden Pedagang Besar Keripik Tempe Koin Desa bajing Kulon	49
Tabel 14. Identitas Responden Pedagang Pengecer Keripik Tempe Koin Desa bajing Kulon	51
Tabel 15. Perbedaan Karakteristik Lembaga Pemasaran dalam Setiap Saluran Pemasaran <i>Home Industry</i> Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	61
Tabel 16. Analisis Margin dan distribusi Margin Pemasaran Keripik Tempe Koin pada Saluran Pemasaran I Desa Bajing Kulon	62
Tabel 17. Analisis Margin dan distribusi Margin Pemasaran Keripik Tempe Koin pada Saluran Pemasaran II Desa Bajing Kulon	64

Tabel 18. Analisis Margin dan distribusi Margin Pemasaran Keripik Tempe Koin pada Saluran Pemasaran III Desa Bajing Kulon.....	65
Tabel 19. Analisis Margin dan distribusi Margin Pemasaran Keripik Tempe Koin pada Saluran Pemasaran IV Desa Bajing Kulon.....	66
Tabel 20. Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	67
Tabel 21. <i>Farmer Share</i> pada Saluran Pemasaran Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	68
Tabel 22. Efisiensi Pemasaran pada Saluran Pemasaran Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Saluran Pemasaran	11
Gambar 2. Saluran Pemasaran I Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	53
Gambar 3. Saluran Pemasaran II Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon....	55
Gambar 4. Saluran Pemasaran III Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon ..	57
Gambar 5. Saluran Pemasaran IV Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon ..	59
Gambar 6. Saluran Pemasaran Temporer Keripik Tempe Koin Desa Bajing Kulon	60

