

ABSTRAK

Nur Cahaya Intan MD, Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Dibimbing oleh **Prof. Dr. Ir. H. Edison, M.Sc. dan Ardhiyan Saputra, S.P., M.Si.**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mendeskripsikan gambaran umum pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. 2) Untuk menganalisis efisiensi pemasaran berdasarkan nilai margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Desa Bandar Jaya, Desa Marga Mulya dan Desa Harapan Makmur. Jumlah sampel petani yang digunakan dari ketiga desa tersebut adalah sebanyak 42 orang petani. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan Oktober 2023. Metode pengumpulan data terdiri dari data primer dan sekunder dengan analisis kuantitatif menggunakan metode analisis margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan terhadap biaya dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat 2 saluran pemasaran kedelai di Kecamatan Rantau Rasau yaitu, saluran I terdiri dari petani-pedagang besar kabupaten-industri tahu dan tempe dan saluran II terdiri dari petani-pedagang pengumpul desa-pedagang pengumpul kecamatan-pedagang besar kabupaten-industri tahu dan tempe. 2) Saluran pemasaran I memiliki total margin pemasaran Rp.1.766/kg, nilai *farmer's share* 88,04%, dan nilai rasio keuntungan dan biaya Rp150/kg. Saluran pemasaran II memiliki total margin pemasaran Rp5.333/kg, nilai *farmer's share* 64,44% dan nilai rasio keuntungan terhadap biaya yaitu Rp230/kg. Kedua saluran pemasaran yang berada di Kecamatan Rantau Rasau Kabupaten Tanjung Jabung Timur sama-sama memberikan keuntungan. Namun secara ekonomis saluran pemasaran I menjadi yang lebih efisien dibanding saluran pemasaran II. Hal tersebut disebabkan karena semakin rendahnya margin pemasaran, maka semakin tingginya bagian harga yang diterima oleh petani dan semakin pendeknya saluran pemasaran maka akan semakin efisien.

Kata Kunci : Efisiensi, Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Kedelai