



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui perkembangan volume penjualan Beras Super Sidomulyo di DIY, (2) mengetahui rantai pasok Beras Super Sidomulyo dari produsen hingga konsumen di DIY yang meliputi aliran produk, aliran uang, dan aliran informasi, dan (3) mengetahui efisiensi pemasaran produk Beras Super Sidomulyo di DIY. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel petani mitra dilakukan menggunakan metode *proportional sampling* serta melibatkan 9 pengecer Beras Super Sdiomulyo di DIY. Aliran barang, aliran uang, dan aliran informasi digunakan sebagai analisis kualitatif dari rantai pasok dan efisiensi pemasaran digunakan sebagai analisis kuantitatif kinerja rantai pasok. Selain itu dilakukan pula analisis tren penjualan Beras Super Sidomulyo dengan regresi linier sederhana. Ketiga analisis ini digunakan untuk mengevaluasi pemasaran Beras Super Sidomulyo di DIY. Hasil penelitian didapatkan dua pola pemasaran dengan Pola I memiliki nilai efisiensi pemasaran yang lebih kecil (10,14%) ketika Gapoktan Sidomulyo menjual langsung kepada *captive market*. Didapatkan pula tren volume penjualan Beras Super Sidomulyo di DIY yang dipengaruhi oleh: (1) pandemi untuk penjualan di DIY dan pasar bebas di DIY dan (2) waktu untuk penjualan kepada *captive market*.

Kata Kunci: rantai pasok, efisiensi pemasaran, tren volume penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) sales volume development of the Super Sidomulyo Rice in DIY, (2) supply chain of Super Sidomulyo Rice from producer to consumers, and (3) marketing efficiency of Super Sidomulyo Rice marketed in DIY. The location of this study is determined using purposive sampling method. Farmer samples are determined using proportional random sampling method which involved 9 rataliers around DIY. The product flow, cash flow, and information flow are used as qualitative analysis of the supply chain. Marketing efficiency is used as quantitative analysis of the supply chain performance. Also, there is sales volume development analysis using simple linear regression. All analysis is used to evaluate the marketing of Super Sidomulyo Rice in DIY. The results of this study showed that there are 2 market channels for Super Sidomulyo Rice in DIY. The first channel has smaller marketing efficiency score (10,14%) when Gapoktan Sidomulyo sold directly to the captive market. There also showed that sales volume trend is influenced by: (1) pandemic for sales in DIY and free market in DIY and (2) time for sales to captive market.

Keywords: supply chain, marketing efficiency, sales volume trend