



## INTISARI

Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang merupakan salah satu daerah penghasil kubis terbesar di Jawa Tengah, tetapi masih ditemui masalah terkait dengan pemasaran kubis yakni rendahnya harga di tingkat petani. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi saluran pemasaran kubis yang terbentuk, 2) mengetahui nilai margin pemasaran, 3) mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi margin pemasaran, 4) mengetahui nilai *farmer's share*, dan 5) mengkaji efisiensi pemasaran kubis pada masing-masing saluran pemasaran kubis yang terbentuk di Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*, sedangkan pengambilan sampel petani ditentukan dengan metode *purposive random sampling* sehingga diperoleh 31 petani dari Desa Ngablak dan Desa Sumberejo. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* melibatkan 14 pedagang dari Kecamatan Ngablak. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama adalah analisis deskriptif; untuk menjawab tujuan kedua, keempat, dan kelima adalah analisis kuantitatif; sedangkan tujuan ketiga menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ditemukan 3 saluran pemasaran kubis yang terbentuk. Nilai margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp1.692,86/kg, saluran II sebesar Rp730,00/kg, dan saluran III sebesar Rp1.262,50/kg. Faktor yang mempengaruhi margin pemasaran adalah biaya pemasaran dan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat. Nilai *farmer's share* yang terbentuk pada saluran I adalah 54,51%, saluran II adalah 76,90%, dan saluran III adalah 63,41%. Efisiensi pemasaran pada saluran I adalah 20,37%, saluran II adalah 14,49%, dan saluran III adalah 17,15%.

**Kata Kunci:** Analisis regresi berganda, efisiensi pemasaran, *farmer's share*, kubis, margin pemasaran

## ABSTRACT

*Ngablak District, Magelang Regency is one of the largest cabbage-producing areas in Central Java, but there are still problems related to cabbage marketing, namely low prices at the farm level. This study aims to: 1) identify the formed cabbage marketing channels, 2) determine the value of marketing margins, 3) determine the factors that affect marketing margins, 4) determine the value of farmer's share, and 5) assess the marketing efficiency of cabbage in each marketing channel formed in Ngablak District, Magelang Regency. The research location was determined by purposive sampling method, while the sampling of farmers was determined by purposive random sampling method and obtained 31 farmers from Ngablak Village and Sumberejo Village. The sampling of traders was determined by snowball sampling method involved 14 traders from Ngablak District. The analytical method used to answer the first objective is descriptive analysis; to answer the second, fourth, and fifth objectives is quantitative analysis; and the third objective used multiple linear regression analysis. The results showed that there were 3 cabbage marketing channels formed. The value of the marketing margin on channel I is IDR 1,692.86/kg, channel II is IDR 730.00/kg, and channel III is IDR 1,262.50/kg. Factors that affect marketing margins are marketing costs and the number of marketing agencies involved. The farmer's share value formed in channel I is 54.51%, channel II is 76.90%, and channel III is 63.41%. Marketing efficiency on channel I is 20.37%, channel II is 14.49%, and channel III is 17.15%.*

**Keywords:** *Cabbage, farmer's share, marketing efficiency, marketing margin, multiple regression analysis,*