

INTISARI

Pemasaran bawang merah yang diproduksi dari Kapanewon Playen tidak hanya dilakukan pada lingkup wilayah Kabupaten Gunungkidul, tetapi juga sampai di luar wilayah Kabupaten Gunungkidul. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran digital bawang merah di Kabupaten Gunungkidul (2) mengetahui *farmer's share* dan efisiensi pemasaran bawang merah di Kabupaten Gunungkidul (3) mengetahui peran pemasaran digital pada fungsi pemasaran bawang merah di Kabupaten Gunungkidul. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini melibatkan 40 petani bawang merah yang ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Sampel pedagang dipilih menggunakan metode *snowball sampling* yang melibatkan 8 pedagang pengecer bawang merah dan 3 pedagang pengumpul bawang merah. Terdapat 4 saluran pemasaran bawang merah di Kabupaten Gunungkidul, petani bawang merah dalam saluran pemasaran I dan II sudah memanfaatkan media digital WhatsApp untuk melaksanakan pemasaran bawang merah. Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran bawang merah paling efisien di Kabupaten Gunungkidul dengan nilai efisiensi pemasaran 0,54%, nilai *farmer's share* 100%, dan margin pemasaran Rp0,00/kg. Pemasaran digital menggunakan WhatsApp berperan pada fungsi-fungsi pemasaran, khususnya fungsi fasilitas.

Kata kunci: saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran, pemasaran digital.

ABSTRACT

The marketing of shallot produced from Kapanewon Playen not only carried out within the scope of the Gunungkidul Regency area, but also outside the Gunungkidul Regency area. This study aims to (1) determine the digital marketing channel of shallot in Gunungkidul Regency (2) determine the farmer's share and marketing efficiency of shallot in Gunungkidul Regency (3) determine the role of digital marketing in the shallot marketing function in Gunungkidul Regency. The research location was determined by purposive sampling method. This study involved 40 shallot farmers who were determined by purposive sampling method. Sample of traders was selected using the snowball sampling method involving 8 shallot retailers and 3 shallot collectors. There are 4 shallot marketing channels in Gunungkidul Regency, shallot farmers in marketing channels I and II have utilized digital media WhatsApp to carry out shallot marketing. Marketing channel I is the most efficient shallot marketing channel in Gunungkidul Regency with a marketing efficiency value of 0.54%, a farmer's share value of 100%, and a marketing margin of Rp0.00/kg. Digital marketing using WhatsApp plays a role in marketing functions, especially the facility function.

Keywords: *marketing channels, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency, digital marketing.*