

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT.....	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1. Tinjauan Pustaka	6
2.2. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2.1. Saluran dan Efisiensi Pemasaran	7
2.2.2. Fungsi Pemasaran	8
2.2.3. Peran Pemasaran Digital pada Fungsi-Fungsi Pemasaran	10
2.3. Landasan Teori.....	11
2.3.1. Pemasaran	11
2.3.2. Fungsi-Fungsi Pemasaran	12
2.3.3. Saluran Pemasaran	13
2.3.4. Lembaga Pemasaran	14
2.3.5. Margin Pemasaran	14
2.3.6. <i>Farmer's Share</i>	15
2.3.7. Efisiensi Pemasaran	15
2.3.8. Pemasaran Digital	15

2.3.9. Saluran Pemasaran Digital	16
2.4. Kerangka Pemikiran	17
2.5. Hipotesis Penelitian	17
III. METODE PENELITIAN	18
3.1. Metode Dasar Penelitian	18
3.2. Metode Penentuan Lokasi	18
3.3. Metode Penentuan Sampel Penelitian	18
3.4. Metode Pengumpulan Data	19
3.4.1. Observasi.....	19
3.4.2. Wawancara.....	19
3.4.3. Teknik Pencatatan	19
3.4.4. Studi Pustaka.....	19
3.5. Jenis Data	20
3.5.1. Data Kualitatif.....	20
3.5.2. Data Kuantitatif.....	20
3.6. Sumber Data	20
3.6.1 Data Primer	20
3.6.2. Data Sekunder	20
3.7. Asumsi dan Pembatasan Masalah	21
3.8. Definisi dan Pengukuran Variabel	21
3.9. Metode Analisis Data	22
3.9.1. Saluran Pemasaran	22
3.9.2. Margin Pemasaran	22
3.9.3. Keuntungan Pemasaran.....	23
3.9.4. <i>Farmer's Share</i>	23
3.9.5. Efisiensi Pemasaran	25
3.9.6. Peran Pemasaran Digital	25
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	26
4.1. Keadaan Geografis Daerah.....	26
4.2. Keadaan Demografis	26
4.2.1. Struktur Penduduk Berdasarkan Kepadatan Penduduk	26
4.2.2. Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27

4.2.3. Struktur Penduduk Berdasarkan Usia	28
4.2.4. Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan	29
4.3. Keadaan Pertanian	29
4.3.1. Tata Guna Lahan	30
4.3.2. Produksi Pertanian	30
V. KARAKTERISTIK RESPONDEN	32
5.1. Identitas Petani	32
5.1.1. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Usia	32
5.1.2. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
5.1.3. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan	33
5.1.4. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Pengalaman Usaha Tani.....	33
5.1.5. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Tujuan Penjualan Hasil Panen.....	34
5.1.6. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Lokasi Penjualan Hasil Panen.....	35
5.1.7. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Sistem Pembayaran Hasil Panen	35
5.1.8. Identitas Petani Bawang Merah Berdasarkan Kegiatan Pemasaran Digital	36
5.2. Identitas Pedagang.....	37
5.2.1. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Usia	37
5.2.2. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Jenis Kelamin..	37
5.2.3. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan	38
5.2.4. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Peran dalam Pemasaran	38
5.2.5. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Pengalaman Usaha	38
5.2.6. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Sumber Modal.	39
5.2.7. Identitas Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Kegiatan Pemasaran Digital.....	40

VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	41
6.1. Saluran Pemasaran	44
6.2. Biaya Pemasaran	42
6.3. Margin Pemasaran	45
6.4. <i>Farmer's Share</i>	46
6.5. Efisiensi Pemasaran.....	47
6.6. Peran Pemasaran Digital dalam Fungsi Fungsi Pemasaran.....	49
6.6.1. Petani.....	50
6.6.2. Pedagang Pengumpul.....	53
6.6.3. Pedagang Pengecer	56
VII. PENUTUP.....	59
7.1. Kesimpulan.....	59
7.2. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	70