

INTISARI

EFISIENSI PEMASARAN BAWANG MERAH GORENG DI KABUPATEN BREBES

Difa Rakhmawati Mahadi
20/462407/PN/16837

Penelitian ini dengan judul “Efisiensi Pemasaran Bawang Merah Goreng di Kabupaten Brebes” bertujuan untuk 1) mengetahui jumlah saluran pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes, 2) mengetahui nilai margin pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes, 3) mengetahui *producer's share* pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes, 4) nilai monopoli index pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes, 5) mengetahui tingkat efisiensi pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes. Metode penelitian menggunakan metode survei dan lokasi dipilih secara sengaja. Sampel pengolah dipilih dengan metode *purposive sampling* berjumlah 30 orang dan sampel pedagang ditentukan dengan metode *snowball sampling* berjumlah 7 orang. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisis data menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian terdapat dua saluran pemasaran yang ada di pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes yaitu secara langsung dan tidak langsung. Saluran langsung terdiri dari pengolah - konsumen, sedangkan saluran tidak langsung terdapat dua saluran yaitu saluran II pengolah - pedagang pengecer - konsumen dan saluran III pengolah - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen. Margin pemasaran dan monopoli index tertinggi didapatkan pada saluran tidak langsung dan nilai *producer's share* yang didapatkan kecil. Efisiensi pemasaran bawang merah goreng di Kabupaten Brebes efisien.

Kata kunci: bawang merah goreng, saluran pemasaran, margin pemasaran, *producer's share*, monopoli index, efisiensi pemasaran.

ABSTRACT

MARKETING EFFICIENCY OF FRIED SHALLOT IN BREBES REGENCY

Difa Rakhmawati Mahadi
20/462407/PN/16837

This research with the title "Marketing Efficiency of Fried Shallots in Brebes Regency" aims to 1) determine the number of marketing channels for fried shallots in Brebes Regency, 2) determine the marketing margin value of fried shallots in Brebes Regency, 3) determine the producer's share of marketing shallots fried shallots in Brebes Regency, 4) monopoly value of fried shallot marketing index in Brebes Regency, 5) determine the level of marketing efficiency of fried shallots in Brebes Regency. The research method uses a survey method and the location was chosen deliberately. The sample of processors was selected using the purposive sampling method, totaling 30 people and the sample of traders was determined using the snowball sampling method, totaling 7 people. This research uses primary data and secondary data. The data analysis method uses descriptive quantitative methods. Based on the research results, there are two marketing channels for marketing fried shallots in Brebes Regency, namely direct and indirect. The direct channel consists of processor - consumer, while the indirect channel consists of two channels, namely channel II processor - retailer - consumer and channel III processor - wholesaler - retailer - consumer. The highest marketing margin and monopoly index are obtained in indirect channels and the producer's share value obtained is small. The marketing efficiency of fried shallots in Brebes Regency is efficient.

Keywords: fried shallots, marketing channel, marketing margin, monopoly index, marketing efficiency.