



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) jumlah saluran pemasaran, (2) nilai margin pemasaran, (3) nilai *farmer's share*, dan (4) tingkat efisiensi pemasaran kubis organik Kecamatan Getasan di Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel petani ditentukan dengan metode *proportional random sampling* sehingga diperoleh 40 petani dari Desa Batur dan Desa Tajuk. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* melibatkan 9 pedagang dari Kecamatan Getasan. Saluran pemasaran kubis organik diketahui dengan menggunakan analisis deskriptif. Metode yang digunakan untuk menentukan margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran dengan menggunakan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tiga saluran pemasaran kubis organik. Nilai margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp4.000,00/kg, saluran II sebesar Rp8.000,00/kg, saluran III sebesar Rp602,27/kg. Nilai *farmer's share* yang terbentuk pada saluran pemasaran I adalah 55,56%, saluran pemasaran II adalah 46,67%, dan saluran pemasaran III adalah 80,37%. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran I adalah 19,84%, saluran II adalah 21,96%, dan saluran III adalah 23,23%.

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

ABSTRACT

This research aims to determine: (1) the number of marketing channels, (2) the value of marketing margin, (3) the value of farmer's share, and (4) the level of marketing efficiency of Getasan Sub-district organic cabbage in Semarang Regency. The research location was determined using the purposive sampling method. The sampling of farmers was determined by proportional random sampling method and obtained 40 farmers from Batur Village and Tajuk Village. The sampling of traders was determined by snowball sampling method involved 9 traders from Getasan Sub-district. Organic cabbage marketing channels are known by using descriptive analysis. The results showed that there are three organic cabbage marketing channels formed. The method used to determine marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency using quantitative analysis. The value of the marketing margin on channel I is Rp4.000,00/kg, channel II is Rp8.000,00/kg, and channel III is Rp602,27/kg. The farmer's share value formed in channel I is 55,56%, channel II is 46,67%, and channel III is 80,37%. Marketing efficiency on channel I is 19,84%, channel II is 21,96%, and channel III is 23,23%.

Keywords: *Organic cabbage, marketing channel, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency.*