



## **EFISIENSI PEMASARAN KOMODITAS CABAI KERITING DI KAPANEWON PANJATAN KABUPATEN KULON PROGO**

Haris Sakti Yudha, Muh Amat Nasir, Jamhari  
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada  
\*email: [haris.sakti.yudha@mail.ugm.ac.id](mailto:haris.sakti.yudha@mail.ugm.ac.id)

### **INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran komoditas cabai keriting di Kapanewon Panjatan, Kabupaten Kulon Progo. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi pemasaran cabai keriting dengan pengambilan sampel melalui *multistage sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan pencatatan. Analisis saluran pemasaran menunjukkan bahwa Kapanewon Panjatan memiliki tiga saluran pemasaran. Margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran 1 dengan nilai Rp4.500/kg sementara margin pemasaran terkecil terdapat pada saluran pemasaran 3 dengan nilai Rp2.500/kg. Nilai *farmer's share* tertinggi terdapat pada saluran pemasaran 3 yaitu sebesar 90,69%. Efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran 3 memiliki nilai efisiensi pemasaran terendah yaitu 7,57% yang artinya saluran tersebut merupakan saluran paling efisien jika dibandingkan dengan saluran lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan penjualan produksi para petani dapat mempengaruhi margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran cabai keriting.

Kata Kunci: saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran, cabai keriting



***MARKETING EFFICIENCY OF CURLY CHILI COMMODITY IN PANJATAN  
SUBDISTRICT KULON PROGO REGENCY***

Haris Sakti Yudha, Muh Amat Nasir, Jamhari  
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada  
\*email: [haris.sakti.yudha@mail.ugm.ac.id](mailto:haris.sakti.yudha@mail.ugm.ac.id)

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the marketing channels, marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency of curly red chili commodities in Kapanewon Panjatan, Kulon Progo Regency. A descriptive method was employed to illustrate the marketing conditions of curly red chili, with samples collected using a multistage sampling technique. Data were obtained through observation, interviews, and documentation. The analysis of marketing channels revealed that Kapanewon Panjatan has three marketing channels. The highest marketing margin was found in marketing channel 1 at IDR 4,500/kg, while the lowest margin occurred in marketing channel 3 at IDR 2,500/kg. The highest farmer's share was obtained in marketing channel 3, amounting to 90.69%. The marketing efficiency analysis showed that marketing channel 3 had the lowest efficiency value of 7.57%, indicating that it was the most efficient channel compared to the others. The findings of this study suggest that farmers' choice of sales channels can influence the marketing margin, farmer's share, and marketing efficiency of curly red chili.

Keywords: marketing channel, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency, curly chili