



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISARI	xv
ABSTRACT.....	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan	7
1.4. Kegunaan	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Tinjauan Pustaka	9
2.2. Landasan Teori	13
2.3. Kerangka Pemikiran.....	17
2.4. Hipotesis	18
III. METODE PENELITIAN	19
3.1. Metode Dasar	19
3.2. Metode Pengambilan Sampel	19
3.2.1. Lokasi Penelitian	19
3.2.2. Sampel Penelitian	19
3.3. Teknik Pengumpulan Data	21
3.4. Jenis Data	22
3.4.1. Data Kualitatif	22
3.4.2. Data Kuantitatif	22
3.5. Sumber Data.....	22
3.5.1. Data Primer	22
3.5.2. Data Sekunder.....	22
3.6. Asumsi dan Pembatasan Masalah	23



3.7.	Definisi dan Pengukuran Variabel.....	23
3.8.	Metode Analisis Data	26
3.8.1.	Marjin Pemasaran	26
3.8.2.	<i>Farmer's Share</i>	29
3.8.3.	Efisiensi Pemasaran	29
3.8.4.	Indeks Monopoli	30
IV.	KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	31
4.1.	Kondisi Wilayah.....	31
4.2.	Keadaan Penduduk.....	33
4.2.1	Struktur Penduduk Berdasarkan Umur	33
4.2.2	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.3.	Keadaan Pertanian	35
4.3.1.	Kondisi Lahan Pertanian.....	35
4.3.2.	Produksi Pertanian	36
4.3.3.	Luas Panen dan Produksi Bawang Merah Jawa Tengah.....	37
4.3.4.	Luas Panen dan Produksi Bawang Merah Kabupaten Brebes.....	39
V.	KARAKTERISTIK RESPONDEN	42
5.1.	Identitas Petani Bawang Merah	42
5.1.1.	Identitas Petani Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	42
5.1.2.	Identitas Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan	43
5.1.3.	Identitas Petani Berdasarkan Jenis Pekerjaan	45
5.1.4.	Identitas Petani Berdasarkan Pengalaman	45
5.2.	Identitas Pedagang Bawang Merah.....	46
5.2.1.	Identitas Pedagang Berdasarkan Usia.....	46
5.2.2.	Identitas Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
5.2.3.	Identitas Pedagang Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
5.2.4.	Identitas Pedagang Berdasarkan Pengalaman	49
5.2.5.	Identitas Pedagang Berdasarkan Sumber Modal	50
5.2.6.	Identitas Pedagang Berdasarkan Kategori Lembaga Pemasaran...	51
5.3.	Gambaran Pemasaran Bawang Merah	52
5.3.1.	Produksi Bawang Merah.....	52
5.3.2.	Pemasaran Bawang Merah	55
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
6.1.	Lembaga dan Saluran Pemasaran	59
6.2.	Marjin Pemasaran	73



6.3. <i>Farmer's share</i>	82
6.4. Efisiensi Pemasaran	84
6.5. Indeks Monopoli	85
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	93
7.1. Kesimpulan	93
7.2. Saran Penelitian	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	102