



INTISARI

Cabai merupakan komoditas pertanian yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sehingga permintaan cabai sangat tinggi. Studi ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Kabupaten Sleman. Studi dilakukan dengan menggunakan data primer yang berasal dari petani cabai dan pedagang cabai. Faktor yang mempengaruhi margin pemasaran cabai dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling* untuk memilih 35 petani cabai rawit dan 13 pedagang cabai rawit di Kabupaten Sleman. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 4 jenis saluran pemasaran cabai rawit di Kabupaten Sleman. Margin pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 3, yaitu dari petani cabai >> pedagang pengumpul >> pedagang besar >> pedagang pengecer >> konsumen. Saluran pemasaran 3 merupakan saluran terpanjang diantara saluran lainnya. Margin pemasaran cabai dipengaruhi secara positif oleh jumlah lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran pemasaran. Rerata nilai *farmer's share* sebesar 74,33%. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi margin pemasaran, namun tingkat efisiensi pemasaran dan nilai *farmer's share*nya semakin rendah.

Kata kunci: cabai rawit, margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran



ABSTRACT

Chili is an agricultural commodity that is often consumed by the people of Indonesia so that demand for chili is very high. This study aims to identify marketing channels, marketing margins, factors affecting marketing margins, farmer's share and marketing efficiency of chili in Sleman District. This study uses primary data derived from chili farmers and chili traders. Factors affecting chili marketing margin were analyzed using multiple linear regression. Sampling method used was snowball sampling to select 35 chili farmers and 13 chili traders in Sleman regency. The results showed there are 4 types of marketing channels of chili in Sleman Regency. The highest marketing margin is on channel 3, from chilli farmers >> collecting traders >> wholesalers >> retailers >> consumers. Marketing channel 3 is the longest channel among other channels. Marketing margins are positively influenced by the number of marketing agencies involved in marketing channels. The average value of farmer's share is 74.33%. The longer the marketing channel the higher the marketing margin, and the lower of marketing efficiency and farmer's share.

Keywords: *chili, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency*