



ABSTRACT

The process of distributing dried cassava to consumers is done through marketing. This research aims to (1) to know the marketing channel of dried cassava in Gunungkidul Regency (2) to know the amount of dried cassava marketing margin formed on each marketing channel of dried cassava in Gunungkidul Regency (3) to know the farmer's share in each dried cassava marketing channel in Kabupaten Gunungkidul (4) to know the efficiency of dried cassava marketing in Gunungkidul Regency (5) to know the monopoly index that happened in the marketing of dried cassava in Gunungkidul Regency. Determination of location of research conducted by purposive sampling method that is in Gunungkidul Regency of Yogyakarta. Method of sampling for farmer respondents was done by using simple random sampling method to select 30 samples of farmers, while the respondents were conducted by snowball sampling method. Analytical methods used are descriptive analytical, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency and monopoly index. The results show that there are 3 marketing channels of dried cassava: channel I: farmer → retailer → factory, channel II: farmer → collector → retailer → factory and channel III: farmer → collector → retailer → wholesaler → out-of-town trader. Channel I is the most efficient marketing channel of dried cassava because it has the lowest marketing margin of Rp.164,00 per kg and has the highest farmer's share value. Wholesaler have the highest monopoly index.

Keywords: Marketing channel, margin, farmer's share, efficiency, index monopoly



INTISARI

Proses pendistribusian gaplek ke konsumen dilakukan melalui pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran gaplek di Kabupaten Gunungkidul (2) mengetahui besarnya margin pemasaran gaplek yang terbentuk pada masing-masing saluran pemasaran gaplek di Kabupaten Gunungkidul (3) mengetahui besarnya *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran gaplek di Kabupaten Gunungkidul (4) mengetahui efisiensi pemasaran gaplek di Kabupaten Gunungkidul (5) mengetahui tingkat monopoli yang terjadi pada pemasaran gaplek di Kabupaten Gunungkidul. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive sampling* yaitu di Kabupaten Gunungkidul Yogyakarta. Metode pengambilan sampel untuk responden petani dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* memilih 30 sampel petani, sedangkan responden pedagang dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif analitis, margin pemasaran *farmer's share*, efisiensi pemasaran dan indeks monopoli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran gaplek yaitu, saluran I : petani → pengecer → pabrik, saluran II : petani → pengumpul → pengecer → pabrik dan saluran III : petani → pengumpul → pengecer → pedagang besar → pedagang luar kota. Saluran I adalah saluran pemasaran gaplek yang paling efisien karena memiliki margin pemasaran terendah yaitu Rp.164,00 per kg dan memiliki nilai *farmer's share* tertinggi. Pedagang besar memiliki tingkat monopoli yang paling tinggi.

Kata kunci : Saluran pemasaran, margin, *farmer's share*, efisiensi, monopoli indeks