

Intisari

PEMASARAN KOPI KECAMATAN KARE DI KABUPATEN MADIUN

Garis Muksa Bimasakti, Jamhari, Agus Dwi Nugroho

Departement Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran komoditas kopi, margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi saluran pemasaran kopi Kecamatan Kare di Kabupaten Madiun, (2) mengukur monopoli indeks masing-masing pelaku pemasaran kopi Kecamatan Kare di Kabupaten Madiun, (3) mengetahui hubungan antara monopoli indeks dengan efisiensi pemasaran dan (4) mengetahui struktur pasar yang terbentuk pada komoditas kopi Kecamatan Kare di Kabupaten Madiun. Dalam mengetahu saluran pemasaran digunakan analisis deskriptif. Dalam mengetahui margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran, monopoli indeks dan struktur pasar digunakan analisis kuantitatif sertadalam mengetahui hubungan monopoli indeks dengan efisiensi pemasaran digunakan analisis *pearson correlation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran kopi Kecamatan Kare di Kabupaten Madiun. Dari ketiga saluran tersebut saluran 3 merupakan saluran pemasaran paling efisien dengan nilai margin paling rendah sebesar Rp 1000,00/Kg, nilai *farmer's share* paling tinggi sebesar 96,36% dan nilai efisiensi pemasaran paling rendah sebesar 0,02. Mengenai monopoli indeks pelaku pemasaran, saluran 2 merupakan saluran dengan nilai monopoli indeks paling tinggi sebesar 9,00. Dari hasil analisis tidak terjadi korelasi antara monopoli indeks dengan efisiensi pemasaran kopi Kecamatan Kare di Kabupaten Madiun. Struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran kopi Kecamatan Kare di Kabupaten Madiun adalah oligopsoni.

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

Abstract

MARKETING OF KARE DISTRICT COFFEE IN MADIUN REGENCY

Garis Muksa Bimasakti, Jamhari, Agus Dwi Nugroho

*Departement of Social and Economic of Agriculture, Faculty of Agriculture,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta*

This study aims to (1) determine the marketing channels of coffee commodities, marketing margins, farmer's share, and the efficiency of marketing channels Kare District coffee in Madiun Regency, (2) measure the index monopoly of each coffee marketing agent in Kare District in Madiun Regency, (3) determine the relationship between index monopoly and marketing efficiency and (4) determine the market structure formed in the coffee commodity in Kare District in Madiun Regency. For determine the marketing channel used descriptive analysis. For determine marketing margin, farmer's share, marketing efficiency, monopoly index and market structure used quantitative analysis and also for determine index monopoly relationship with marketing efficiency used Pearson correlation analysis. The results showed that there were 3 coffee marketing channels in Kare District in Madiun Regency. From the three channels, the channel 3 is the most efficient marketing channel with the lowest margin value of Rp 1000,00 / Kg, the highest farmer's share value of 96,36% and the lowest marketing efficiency value of 0,02. Regarding the monopoly of the marketing index, channel 2 is the channel with the highest index monopoly value of 9,00. From the results of the analysis there was no correlation between the index monopoly and the marketing efficiency of the Kare District coffee in Madiun District. The market structure formed in the marketing of coffee in the Kare District in Madiun Regency is oligopsonic

Key words: *marketing channels, marketing margins, farmer's share, marketing efficiency, oligopsonies.*