



## INTISARI

Penelitian efisiensi pemasaran bawang merah dilakukan di Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes bertujuan untuk 1) Mengetahui pola saluran pemasaran bawang merah 2) Menganalisis margin pemasaran dan *farmer's share* dari masing-masing saluran pemasaran bawang merah 3) Mengetahui pola saluran pemasaran bawang merah yang paling efisien 4) Menganalisis hubungan antara panjang saluran pemasaran dengan margin pemasaran dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Wanasari yaitu (I) Petani - Pedagang Pengumpul Kecamatan - Konsumen Akhir Non Lokal, (II) Petani - Pengumpul Desa - Pedagang Pengecer Lokal – Konsumen Akhir Lokal, (III) Petani - Pedagang Pengumpul Desa - Pedagang Pengumpul Kabupaten - Konsumen Akhir Non Lokal. Pada saluran pemasaran I, total margin pemasaran adalah Rp 3.640,00 dan *farmer's share* adalah 75,73%. Pada saluran pemasaran II, total margin pemasaran adalah Rp 5.597,00 dan *farmer's share* adalah 70,10%. Pada saluran pemasaran III, total margin pemasaran adalah Rp 4.530,00 dan *farmer's share* adalah 74,11%. Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien, karena nilai total margin pemasaran yang rendah dan nilai *farmer's share* yang paling tinggi. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi margin pemasaran dan semakin rendah nilai *farmer's share*.

**Kata kunci : bawang merah, efisiensi pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share***



## ABSTRACT

*The research purposed to know (1)knowing marketing channel pattern, (2)analyze marketing margin and farmer's share, (3)knowing the most efficient marketing channel pattern, (4)analyze the correlation between the length of marketing channel with marketing margin and farmer's share. The result showed that there were three marketing channel pattern in Wanasari District: 1)farmer-compiler seller-non local consumer, 2) farmer-compiler seller-retail-local consumer, 3) farmer-compiler seller-wholesaler-non local consumer. At the marketing channel I, the total marketing margin is Rp. 3,640.00 and the farmer's share is 75.73%. At the marketing channel II, the total marketing margin is Rp. 5,597.00 and the farmer's share is 70.10%. At the marketing channel III, the total marketing margin is Rp. 4,530.00 and the farmer's share is 74.11%. The marketing channel I is the shortest marketing channel, margin marketing was lower than others and the value of farmer's share was higher than others, it means the channel marketing I was the most efficient marketing channel. Meanwhile, the longer marketing channel had the higher marketing margin and the lower farmer's share value.*

**Key words : shallot, marketing efficiency, marketing margin, farmer's share**