

INTISARI

Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang merupakan salah satu daerah penghasil sayuran terbanyak di Jawa Tengah, dengan produksi sayuran terbanyak adalah brokoli. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran brokoli Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, (2) mengetahui besarnya margin pemasaran brokoli Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, (3) mengetahui besarnya *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran brokoli Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, (4) mengetahui efisiensi pemasaran brokoli Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, (5) mengetahui faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran brokoli Kopeng, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel petani dilakukan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan melibatkan 30 petani dari Kecamatan Getasan. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* dengan melibatkan 12 pedagang dari Kecamatan Getasan. Saluran pemasaran brokoli diketahui dengan menggunakan analisis deskriptif. Margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran menggunakan analisis kuantitatif dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 3 saluran pemasaran brokoli di Kopeng. Saluran II merupakan saluran pemasaran paling efisien dengan nilai efisiensi pemasaran paling rendah yaitu 7,75% dilanjutkan dengan nilai margin pemasaran sebesar Rp. 6.551,29 /Kg dan nilai *farmer's share* sebesar 55,33%. Jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dan lama pendidikan petani merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap jalannya efisiensi pemasaran.

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

ABSTRACT

Kopeng, Getasan Sub-district, Semarang Regency is one of the highest vegetable production region in Indonesia, with broccoli as the main production. This research's objectives are (1) to understand the flow channel of broccoli marketing in Kopeng (2) to understand broccoli marketing margin in Kopeng (3) to understand the amount of farmer's share on each channel (4) to understand the efficiency of broccoli marketing in Kopeng, and (5) to understand factors related to the efficiency of broccoli marketing in Kopeng. The location of the study was determined by purposive sampling method. Farmer sampling was carried out using a simple random sampling technique involving 30 farmers from Getasan Subdistrict. Sampling of traders using the snowball sampling method involving 12 traders from Getasan Subdistrict. Channels of broccoli marketing are known by using descriptive analysis. Marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency use quantitative analysis and in knowing the factors that influence marketing efficiency, multiple linear regression analysis is used. The results showed that there were 3 marketing channels of broccoli in Kopeng. Channel II is the most efficient marketing channel with the lowest marketing efficiency value of 7.75% followed by marketing margin value of Rp. 6,551.29 /Kg and the farmer's share value is 55.33%. The number of marketing agencies involved and the duration of education of farmers is a factor that significantly influences the course of marketing efficiency.

Keyword: *marketing channel, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency, factors of marketing efficiency.*