



ABSTRACT

This study aims to (1) determine the marketing channels of lettuce commodities; (2) determine marketing margins; (3) determine farmer's share; (4) determine efficiency of marketing; (5). determine the factors that affect the efficiency of lettuce marketing. The research's location is determined by purposive sampling method, while the sample of farmers were determined by simple random sampling to get 30 lettuce farmers. The sample of merchants were determined by snowball sampling to get 12 lettuce merchants. The marketing channels of lettuce commodities determined by descriptive analysis. The marketing margins, farmer's share, efficiency of marketing determined by quantitative analysis. The factors that affect the efficiency of lettuce marketing determined by multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) there were 3 lettuce marketing channels; (2) the lowest marketing margin is first channel; (3) the lowest farmer's share is third channel; (4) the most efficiency of marketing is second channel; (5) the factors that influence marketing efficiency significantly is the number of marketing institutions, experience, and education of lettuce farmers.

Keywords: *lettuce marketing, marketing channels, marketing margins, farmer's share, efficiency of marketing, factors that affect the efficiency of lettuce marketing*



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran selada; (2) mengetahui margin pemasaran; (3) mengetahui *farmer's share* pemasaran; (4) mengetahui efisiensi pemasaran; (5) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*, sedangkan sampel petani ditentukan dengan metode *simple random sampling* sejumlah 30 petani selada. Sampel pedagang ditentukan dengan metode *snowball sampling* sejumlah 12 pedagang selada. Saluran pemasaran selada dapat diketahui dengan metode deskriptif. Margin, *farmer's share*, efisiensi pemasaran selada dapat diketahui dengan metode kuantitatif. Faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran selada dapat diketahui dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) saluran pemasaran selada terdiri dari 3 jenis saluran; (2) margin pemasaran terkecil terbentuk pada saluran 1; (3) *farmer's share* terkecil terbentuk pada saluran 3; (4) saluran pemasaran selada yang paling efisien adalah saluran 2; (5) faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap efisiensi pemasaran selada adalah jumlah lembaga pemasaran, pengalaman, dan pendidikan petani selada.

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