

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui saluran pemasaran bunga sedap malam Desa Doplang, Kecamatan Bawen di Kabupaten Semarang, (2) mengetahui besar margin pemasaran masing-masing saluran pemasaran, (3) mengetahui besar *farmer's share* dari masing-masing saluran pemasaran, (4) mengetahui nilai Indeks Monopoli (MPI) masing-masing lembaga pemasaran, (5) mengetahui tingkat efisiensi pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran, (6) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efisiensi pemasaran, dan (7) mengetahui tingkat kelayakan usahatani bunga sedap malam. Lokasi penelitian dan sampel petani ditentukan dengan metode *purposive sampling* dan pengambilan sampel pedagang dilakukan dengan metode *snowball sampling*. Saluran pemasaran dijelaskan dengan menggunakan metode deskriptif. Margin pemasaran, *farmer's share*, indeks monopoli, dan efisiensi pemasaran didapat dengan menggunakan analisis kuantitatif. Penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Tingkat kelayakan usahatani ditentukan dengan menggunakan analisis *R/C ratio* dan π/C ratio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 saluran pemasaran bunga sedap malam Desa Doplang. Saluran I merupakan saluran dari petani-konsumen akhir, saluran II petani-pedagang pengepul-konsumen lembaga luar daerah. Saluran III petani-pedagang pengepul-pedagang pengecer (Kabupaten Semarang)-konsumen akhir. Saluran IV petani-pedagang pengepul-pedagang perantara-pedagang pengecer (Kota Salatiga)-konsumen akhir. Saluran V petani-pedagang pengepul-pedagang perantara-pedagang pengecer (Kota Semarang)-konsumen akhir. Nilai margin pemasaran terbesar pada saluran V yang merupakan saluran terpanjang. Nilai *farmer's share* terbesar pada saluran I yang merupakan saluran terpendek. Lembaga pemasaran yang memiliki nilai MPI terbesar adalah pedagang pengecer. Saluran V memiliki nilai indeks efisiensi pemasaran terkecil yang menunjukkan bahwa saluran V adalah saluran yang paling tidak efisien. Margin pemasaran dan jumlah lembaga merupakan faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap indeks efisiensi pemasaran dan volume penjualan merupakan faktor yang berpengaruh negatif terhadap indeks efisiensi pemasaran. Usahatani bunga sedap malam berdasarkan analisis usahatani dikategorikan layak untuk dikembangkan.

Kata kunci: bunga sedap malam, saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, indeks monopoli, efisiensi pemasaran, kelayakan usahatani.

ABSTRACT

This study aims to (1) find out marketing channels of tuberose flower of Doplang Village, Bawen District in Semarang Regency, (2) calculate marketing margin of each marketing channel, (3) calculate farmer's share of each marketing channel, (4) calculate Monopoly Index (MPI) of each marketing agency, (5) determine the level of marketing efficiency of each marketing channel, (6) find out the factors that affect the level of marketing efficiency, and (7) calculate the level of feasibility of tuberose flower farming. The location of this study and the samples of the farmers were determined by using purposive sampling method and the samples of the agents were carried out by using snowball sampling method. Marketing channels were explained using descriptive methods. Marketing margins, farmer's share, monopoly index, and marketing efficiency were obtained by using quantitative analysis. Determination of factors which influence marketing efficiency was done by using multiple linear regression analysis. The feasibility level of farming was determined by using the R/C ratio and π/C ratio analysis. The results of the study showed that there are 5 marketing channels of tuberose flower. Channel I is a channel from farmers-final consumers. Channel II farmers-collectors-agents outside the research area. Channel III farmers-collectors-retailers (Regency of Semarang)-final consumers. Channel IV farmers-collectors-middlemen-retailers (City of Salatiga)-final consumers. Channel V farmers-collectors-middlemen-retailers (City of Semarang)-final consumers. The largest marketing margin is on the channel V which is the longest channel. The highest farmer's share is on the channel I which is the shortest channel. The marketing agent which has the largest MPI value is retailers. Channel V has the smallest marketing efficiency index which shows that channel V is the most inefficient channel. Marketing margins and the number of agents are factors that positively affect the index of marketing efficiency and sales volume is a factor that negatively affects the index of marketing efficiency. Tuberose flower farming is categorized as feasible to be developed with R/C ratio is 4,82 and π/C ratio is 262,30%.

Keywords: tuberose flower, marketing channel, marketing margin, farmer's share, monopoly index, marketing efficiency, feasibility of farming.