



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui margin pemasaran masing-masing saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo, (2) mengetahui *farmer's share* masing-masing saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo, (3) mengetahui tingkat efisiensi pemasaran masing-masing saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo, dan (4) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat efisiensi pemasaran masing-masing saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel petani dilakukan menggunakan teknik *proportional random sampling* dengan melibatkan 40 petani dari Kecamatan Panjatan. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* dengan melibatkan 11 pedagang dari Kabupaten Kulon Progo. Margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran digunakan analisis kuantitatif serta dalam mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi efisiensi pemasaran digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran bawang merah di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Saluran III merupakan saluran pemasaran paling efisien dengan nilai margin paling rendah sebesar Rp 4250/kg, nilai *farmer's share* paling tinggi sebesar 76,39% dan nilai efisiensi pemasaran paling rendah sebesar 1,44%. Jumlah lembaga pemasaran, volume penjualan dan jarak petani ke lembaga terakhir merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap efisiensi pemasaran.

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



ABSTRACT

This study aims to determine: (1) marketing margins of onion marketing in Panjatan, Kulon Progo Regency, (2) farmer's share of onion marketing in Panjatan, Kulon Progo Regency, (3) the level of marketing efficiency of each marketing channel in Panjatan, Kulon Progo Regency, and (4) the factors that affect the level of marketing efficiency. The research location was chosen by purposive sampling technique. The sample of farmers was conducted with proportional random sampling technique involving 40 farmers from Panjatan Subdistrict. The sample of merchants was conducted using snowball sampling method involving 11 merchants from Kulon Progo Regency. Marketing margin, farmer's share, and marketing efficiency were measured by quantitative analysis. Meanwhile, factors that affect marketing efficiency were determined by using multiple linear regression analysis. The result showed that there were 3 onion marketing channels in Panjatan, Kulon Progo Regency. From the three channels, the third channel is the most efficient marketing channel with the lowest margin value of Rp 4250/kg, the highest farmer's share value of 76,39% and the best marketing efficiency value of 1,44%. The results of analysis shown that the factors that influence marketing efficiency significantly is the distance between farmers and the last marketing institution, the number of marketing institutions and also sales volume.

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