

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Tinjauan Pustaka	20
2.1.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Dasar Teori	26
2.2.1 Teori Pemasaran	26
2.2.2 Saluran Pemasaran	28
2.2.3 Lembaga Pemasaran	29
2.2.4 Marjin Pemasaran	30
2.2.5 <i>Farmer's share</i>	32
2.2.6 Efisiensi Pemasaran	32
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Dasar Penelitian	37
3.2 Metode Pengambilan Sampel	37
3.2.1 Penentuan Lokasi	37
3.2.2 Sampel Produsen	37
3.2.3 Sampel Pedagang	38



3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1	Teknik Observasi	39
3.3.2	Teknik Wawancara	39
3.3.3	Teknik Pencatatan	39
3.3.4	Teknik Studi Pustaka	39
3.4	Jenis dan Sumber Data	40
3.4.1	Data Primer	40
3.4.2	Data Sekunder	40
3.5	Asumsi dan Pembatasan Masalah	40
3.6	Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel	40
3.7	Metode Analisis Data	42
3.7.1	Marjin Pemasaran	42
3.7.2	<i>Farmer's share</i>	44
3.7.3	Efisiensi Pemasaran	46
3.7.4	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Pemasaran	48
3.7.5	Uji Asumsi Klasik	49
3.7.6	Uji Statistik	50
BAB IV	KEADAAN DAERAH PENELITIAN	52
4.1	Keadaan Fisik Wilayah	52
4.1.1	Lokasi dan Topografi	52
4.1.2	Keadaan Iklim Wilayah	52
4.2	Keadaan Pertanian	52
4.2.1	Tata Guna Lahan	52
4.2.2	Produksi Pertanian	53
4.3	Keadaan Penduduk	54
4.3.1	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.3.2	Struktur Penduduk Berdasarkan Umur	54
BAB V	KARAKTERISTIK RESPONDEN	56
5.1	Karakteristik Petani	56
5.1.1	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Usia	56
5.1.2	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Pengalaman Dalam Berusahatani	57
5.1.3	Profil Petani Bawang Merah Tingkat Pendidikan	58
5.1.4	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Alasan Memilih Komoditas	59
5.1.5	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Sistem Penjualan	60

5.1.6	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Alasan Memasarkan Hasil	61
5.1.7	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Cara Menentukan Harga	62
5.1.8	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Pihak Dominan Menentukan Harga.....	63
5.1.9	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Hambatan yang Dihadapi Petani dalam Pemasaran	64
5.1.10	Profil Petani Bawang Merah Berdasarkan Sistem Pembayaran	65
5.2	Karakteristik Pedagang.....	66
5.2.1	Profil Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Usia	66
5.2.2	Profil Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Pengalaman Berdagang.....	67
5.2.3	Profil Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
5.2.4	Profil Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Sumber Modal.....	69
5.2.5	Profil Pedagang Bawang Merah Berdasarkan Lembaga Pemasaran	70
BAB VI PEMBAHASAN		72
6.1	Saluran Pemasaran	72
6.1.1	Petani	74
6.1.2	Pedagang Pengepul	74
6.1.3	Pedagang Perantara	76
6.1.4	Pedagang Pengecer	77
6.1.5	Konsumen.....	77
6.2	Marjin Pemasaran	79
6.3	<i>Farmer's share</i>	85
6.4	Efisiensi Pemasaran	87
6.5	Faktor – faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Pemasaran	90
6.5.1	Uji Asumsi Klasik	90
6.5.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	92
BAB VII PENUTUP		96
7.1	Kesimpulan	96
7.2	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....		98
LAMPIRAN		102