



Intisari

PEMASARAN BIT PRODUKSI KECAMATAN NGABLAK KABUPATEN MAGELANG

Alfiyatul Laeli Mutafa'ah, Lestari Rahayu Waluyati, Arini Wahyu Utami

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Bit merupakan komoditas hortikultura yang dimanfaatkan sebagai bahan makanan, pewarna makanan, hingga obat herbal. Permasalahan yang sering dihadapi dalam mewujudkan efisiensi saluran pemasaran bit adalah besarnya margin pemasaran dan rendahnya tingkat harga yang diterima petani. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan marjin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi saluran pemasaran bit di Kecamatan Ngablak kabupaten Magelang. Sampel petani dipilih dengan metode *purposive sampling* dan sampel pedagang ditentukan dengan metode *snowball sampling*. Dalam mengetahui saluran pemasaran digunakan analisis deskriptif. Dalam mengetahui marjin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran digunakan analisis kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran bit yaitu saluran sedang, pendek, dan panjang. Dari ketiga saluran tersebut, saluran pendek merupakan saluran yang paling efisien dengan nilai marjin paling rendah sebesar Rp 7.000,00/Kg, nilai *farmer's share* paling tinggi sebesar 41,67% dan nilai efisiensi pemasaran paling baik sebesar 8,92%.

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



Abstract

PRODUCTION BEET MARKETING EFFICIENCY NGABLAK DISTRICT MAGELANG REGENCY

Alfiyatul Laeli Mutafa'ah, Lestari Rahayu Waluyati, Arini Wahyu Utami

*Departement of Agricultural Socio-Economics, Faculty of Agriculture,
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta*

Beetroots are a horticultural commodity that consumed as a food ingredient, food coloring, and herbal medicine. Problems often encountered in realizing the efficient marketing of carrot is the large marketing margins and the low-price levels received by farmers. This study aims to identify the marketing channels, marketing and margin, the farmer's share, and the efficiency of marketing activities in Ngablak District, Magelang regency. Samples farmers selected by purposive sampling method and samples traders determined using snowball sampling. To determine the marketing channel used descriptive analysis. To determine marketing margin, farmer's share, and marketing efficiency used quantitative analysis. The results showed that beetroot marketing channel is divided into three channels medium, short, and long channels. From the three channels, the short channel is the most efficient marketing channel with the lowest margin value of Rp. 7,000.00/Kg, the highest farmer's share value of 41.67%, and the best marketing efficiency value of 8.92%.

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