



INTISARI

Penelitian yang berjudul “Pemasaran Benih Ikan Nila Di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman” ini bertujuan untuk 1) mengetahui saluran pemasaran benih ikan nila yang terdapat di Kecamatan Ngemplak, 2) mengetahui *farmer share* pada masing-masing saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Ngemplak, 3) mengetahui besarnya margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran benih ikan nila di Kecamatan Ngemplak, Sleman, 4) mengetahui tingkat monopoli setiap lembaga pemasaran pada pemasaran benih ikan nila di Kecamatan Ngemplak, dan 5) mengetahui efisiensi pemasaran benih ikan nila pada masing-masing saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Ngemplak. Sampel petani dipilih dengan metode *purposive sampling* dan sampel pedagang ditentukan dengan dengan metode *snowball sampling*. *Margin* pemasaran ditentukan dari selisih harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. *Farmers share* dihitung dari persentase harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. Nilai *monopoli index* ditentukan dari perbandingan *margin* pemasaran dengan biaya variabel pemasaran. Efisiensi pemasaran dihitung melalui perbandingan biaya pemasaran dengan nilai akhir produk yang dipasarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran benih ikan nila, saluran pendek, saluran sedang, saluran panjang. *Margin* pemasaran terendah, *farmer share* tinggi, nilai efisiensi terendah serta nilai *monopoly index* yang tinggi terbentuk pada saluran pemasaran pendek.

Kata Kunci: benih ikan nila, *margin* pemasaran, *farmer share*, *monopoly index*, efisiensi pemasaran.



ABSTRACT

This research with the title is “Marketing of Tilapia seeds in district of Ngemplak, region of Sleman” this research aims to 1) know the marketing channels of tilapia seeds found in Ngemplak District, 2) know farmer’s share to each marketing channels that exist in Ngemplak District, 3) know the amount of marketing margin in each marketing channel of tilapia seeds in Ngemplak, Sleman, 4) to know the monopoly level of each marketing institution on the marketing of tilapia seeds in Ngemplak District, and 5) know the marketing efficiency of tilapia fish on each marketing channel in Ngemplak District. Sample of farmers are determined by purposive sampling method and sample of sellers are determined by snowball sampling method. Farmer share is measured by percentage of price at farmer level and consumer level. Monopoly index value determined by compared the margin of marketing with variable cost of marketing. Marketing efficiency measured by compared the cost of marketing with final value of product. Result of this research show that exist three marketing channels of tilapia seeds, there are short channel, medium channel, and long channel. The lowest margin of marketing, highest farmer share, and lowest efficiency, and highest monopoly index are available at short channel.

Keyword: tilapia seeds, margin of marketing, farmer share, monopoly index, efficiency of marketing