



Intisari

Penelitian dengan judul, “Pemasaran Salak Pondoh di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman” bertujuan untuk 1) mengetahui saluran pemasaran salak pondoh yang terdapat di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, 2) mengetahui *farmer's share* tertinggi pada masing-masing saluran pemasaran, 3) mengetahui margin pemasaran tertinggi pada masing-masing saluran pemasaran, 4) mengetahui tingkat monopoli saluran pemasaran salak pondoh. Metode dasar yang digunakan yaitu metode deskriptif. Lokasi penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling*, sedangkan sampel petani dengan *simple random sampling* dan sampel pedagang dengan *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran salak pondoh di Kecamatan Turi dibedakan menjadi tiga jenis kualitas, yaitu kualitas A, B, dan C. Saluran pemasaran salak pondoh kualitas A dan B terdiri atas tiga saluran, yaitu saluran panjang, sedang, dan pendek. Salak pondoh kualitas C terdiri atas dua saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran sedang dan pendek. *Farmer's share* tertinggi pada pemasaran salak pondoh kualitas A, B, dan C terdapat pada saluran pendek. Margin pemasaran tertinggi pada pemasaran salak pondoh kualitas A, B, dan C terdapat pada saluran pendek. Pengepul memiliki nilai indeks monopoli tertinggi baik pada saluran panjang, sedang, maupun pendek.

Kata kunci : salak pondoh, saluran pemasaran, *farmer's share*, margin pemasaran, indeks monopoli



Abstract

The research entitled, “Marketing of Salak Pondoh in Turi Districts, Sleman Regency” aims to identify 1) marketing channel of salak pondoh in Turi Districts, Sleman Regency, 2) the highest value of farmer’s share on each marketing channel, 3) the highest value of marketing margin on each marketing channel, 4) monopoly index on each marketing channel. The basic method of this research is descriptive method. The location determined by purposive sampling method, while sample of farmers determined by simple random sampling and sample of merchants by snowball sampling. The result show that marketing channel of salak pondoh in Turi Districts divided by three quality, which are grade A, B, and C. Grade A and B of salak pondoh was marketed in long, medium, and short channel, meanwhile grade C was marketed in medium and short channel. The highest farmer’s share value on A, B, and C quality of salak pondoh is in short marketing channel. The highest marketing margin value on A, B, and C quality of salak pondoh is in long marketing channel. Collectors has the highest monopoly index value either on long, medium, and short marketing channel.

Key word : salak pondoh, marketing channel, farmer’s share, marketing margin, monopoly index