

ANALISIS PEMASARAN BAWANG MERAH DI DESA JATIREJO KECAMATAN REJOSO KABUPATEN NGANJUK JAWA TIMUR

Oleh : Miranda Laraswati

Dibimbing oleh : Ni Made Suyastiri dan Budiarto

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Membandingkan margin pemasaran bawang merah pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II di Desa Jatirejo Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk Jawa Timur, (2) Membandingkan *farmer's share* pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II di Desa Jatirejo Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk, (3) Membandingkan efisiensi pemasaran bawang merah pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II di desa Jatirejo Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan metode dasar deskriptif. Metode pelaksanaan dilakukan secara survei. Metode penentuan lokasi yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Proportional Stratified Random Sampling* untuk sampel petani dan *Snowball Sampling* untuk sampel lembaga pemasaran. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran, *Farmer's Share* dan efisiensi pemasaran. Pengujian hipotesis margin pemasaran yaitu *Independent Sample T-Test*, *Farmer's Share* dan Efisiensi Pemasaran menggunakan Uji *Man-Whitney*. Hasil penelitian ini yaitu (1) Margin Pemasaran pada saluran pemasaran I tidak terdapat perbedaan secara nyata dengan saluran pemasaran II. (2) *Farmer's share* saluran I tidak terdapat perbedaan secara nyata dengan saluran pemasaran II. (3) Efisiensi saluran pemasaran I tidak terdapat perbedaan secara nyata dengan saluran pemasaran II.

Kata Kunci : Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran.

**ANALYSIS OF ONION MARKETING IN JATIREJO VILLAGE, REJOSO
DISTRICT, NGANJUK REGENCY, EAST JAVA**

By : Miranda Laraswati

Supervised By : Ni Made Suyastiri and Budiarto

ABSTRACT

The aims of this research are (1) Compare the marketing margins of onion on marketing channel I than marketing channel II in Jatirejo Village, Rejoso District Nganjuk Regency East java (2) Compare Farmer's Share of onion on marketing channel I than marketing channel II in Jatirejo Village, Rejoso District Nganjuk Regency East java (3) Compare the efficiency marketing of onion on marketing channel I than marketing channel II in Jatirejo Village, Rejoso District Nganjuk Regency East Java. The basic method used descriptive method. Meanwhile the implementation of this research used survey method. The research area used Purposive Sampling method which farmer samples were determined by Proportional Stratified Random Sampling method. The determination of the sample of intermediary traders uses Snowball Sampling method. Types of data used are primary data and secondary data. The analysis technique is done by using the analysis of marketing margins, Farmer's Share and efficiency marketing. The first hypothesis use Independent Sample T-Test and second hypothesis use the Man Whitney test. The result of this research showed that (1) Margin of marketing channel I was not difference significantly with marketing channel II. (2) Farmer's Share of marketing channel I was not difference significantly with marketing channel II (3) Efficiency marketing of channel I was not difference significantly with marketing channel II.

Keywords : *Marketing Margins, Farmer's Share, Marketing Eficiency.*