

## ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk menganalisis 1. Biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, 2. Mengetahu saluran pemasaran. Metode analisis yang digunakan meliputi analisis margin pemasaran, analisis *farmer share* dan analisis efisiensi pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2021. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 30 orang petani dengan metode *simple random sampling* dan lembaga pemasaran ditentukan sebanyak 8 responden dengan metode *snowball sampling*, terdiri dari 4 orang pedagang pengumpul, 4 orang pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, efisiensi pemasaran diperoleh hasil sebagai berikut: 1. Biaya pemasaran yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp 1.000/kg sedangkan biaya pemasaran yang diperoleh pada saluran II sebesar Rp 4.500/kg. 2. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp 2000/kg sedangkan margin pemasaran yang diperoleh pada saluran II sebesar Rp 5.500/kg. *Farmer share* yang diperoleh pada saluran I sebesar 56% , sedangkan *Farmer share* yang diperoleh pada saluran II sebesar 50%. 4 Adapun Efisiensi yang diperoleh pada saluran I sebesar 22% lebih efisien dibandingkan pada saluran II yaitu nilai efisiensinya sebesar 56%. Saluran pemasaran I merupakan saluran yang terpendek terdiri dari (petani-pedagang pengepul-konsumen) dengan biaya pemasaran terendah sebesar Rp 1.000. Namun dapat disarankan yaitu untuk meningkatkan harga yang diterima petani, perlu diupayakan saluran pemasaran yang lebih pendek disamping itu juga diharapkan kepada pemerintah agar frekwensi dalam memberikan penyuluhan lebih ditingkatkan terutama pengetahuan tentang pemasaran kubis kepada petani di Desa Batur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

**Kata Kunci:** Efisiensi pemasaran, *Farmer share* dan , Margin Pemasaran serta Saluran Pemasaran

## ABSTRACT

The research objectives are to analyze 1. Marketing costs, marketing margins, farmer share, 2. To know marketing channels. The analytical methods used include marketing margin analysis, farmer share analysis and marketing efficiency analysis. This research was conducted from June to August 2021. The research location was determined by purposive sampling method. Respondents in this study were determined as many as 30 farmers by simple random sampling method and marketing institutions determined as many as 8 respondents by snowball sampling method, consisting of 4 collectors, 4 retailers.

Based on the results of research on marketing costs, marketing margins, farm share, marketing efficiency, the following results are obtained: 1. The marketing cost earned on channel I is IDR 1,000/kg while the marketing cost earned on channel II is IDR 4,500/kg. 2. The marketing margin obtained in channel I is Rp. 2000/kg while the marketing margin obtained in channel II is Rp. 5,500/kg. Farmer share obtained in channel I is 56%, while the Farmer share obtained in channel II is 50%. 4 The efficiency obtained in channel I is 22% more efficient than channel II, namely the efficiency value is 56%. Marketing channel I is the shortest channel consisting of (farmers-traders-collectors-consumers) with the lowest marketing costs of Rp. 1,000. However, it can be suggested that to increase the price received by farmers, it is necessary to strive for shorter marketing channels. Besides that, it is also expected that the government will increase the frequency of providing counseling, especially knowledge about marketing cabbage to farmers in Batur Village, Kintamani District, Bangli Regency.

*Keywords: Marketing efficiency, Farmer share and Marketing Margin and Marketing Channels*

UNMAS DENPASAR