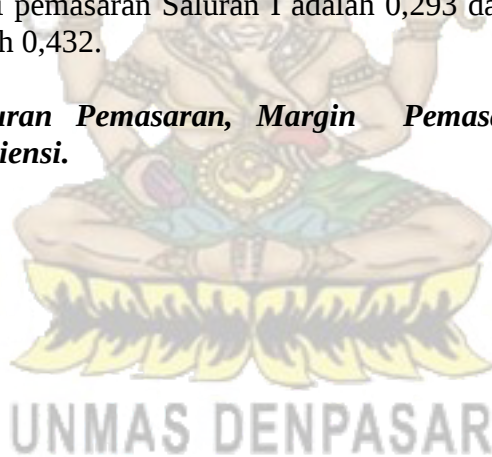


ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) Menganalisis saluran pemasaran produk wortel di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. (2) Menganalisis biaya keuntungan dan margin pemasaran produk wortel di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. (3) Menganalisis farmer share dan efisiensi pemasaran produk wortel di Desa Baturiti, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. Penentuan responden pedagang wortel menggunakan *snowball sampling*, dan penentuan responden petani wortel menggunakan metode sensus dengan jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 69 orang. Data tersebut dianalisis menggunakan analisis margin pemasaran, pendapatan pedagang, keuntungan pedagang, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian Saluran pemasaran di daerah penelitian terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu Saluran I: Petani-Pengumpul-Pengecer-Konsumen; Saluran II: Petani- Pengecer-Konsumen; dan Saluran III: Petani-Konsumen. Keuntungan pemasaran wortel saluran III dengan besarnya keuntungan sebesar Rp 459000. Sedangkan keuntungan pemasaran saluran II dengan besarnya keuntungan sebesar Rp 284000. Farmer share saluran I sebesar 64,2%, Farmer share pada saluran II adalah sebesar 71,4%, farmer share saluran III 100%. Efisiensi pemasaran Saluran I adalah 0,293 dan efisiensi untuk saluran pemasaran II adalah 0,432.

Kata Kunci : *Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Farmer Share, Efisiensi.*



ABSTRACT

The purpose of this research is to (1) analyze the product marketing channel system carrots in Baturiti Village, Baturiti District, Tabanan Regency (2) Analyze cost profit and marketing margin of carrot products in Baturiti Village Baturiti Subdistrict Tabanan Regency (3) Analyzing farmer share and efficiency carrot product marketing Baturiti Village Baturiti District Tabanan. Determination of carrot trader respondents using snowball sampling, and determining the respondents of carrot farmers using the census method with the total number of respondents in this study amounting to 69 people. Data were analyzed using marketing margin analysis, revenue merchant, merchant profit. Farmer Share, and marketing efficiency Based on the research results, the marketing channel in the research area consists of three marketing channels, namely Channel 1: Petani-Gatherers-Retailers-Consumers Farmer-Retailer-Consumer Channel and Farmer-Consumer Channel. Carrot marketing benefits channel I with a profit of IDR 459000. Meanwhile, the profit of channel 1 marketing is profit of IDR 84000. farmer share channel I is 64.20, Farmer share on channel II is 1.4, farmer share on channel III is 10000 Channel I marketing efficiency is 0.293 and efficiency I for marketing channel I is 0.432

Keyword : Marketing Channel, Marketing Margin, Farmer Share, Efficiency

