

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran padi (oryza sativa l). Penelitian ini dilaksanakan di Subak Delod Sema Desa Sading, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juni 2020. Responden internal dalam penelitian sebanyak 25 orang anggota Simantridengan menggunakan metode *sensus sampling* dan pada lembaga pemasaran sejumlah 6 orang, yaitu : subak delod sema 3 orang dan pedagang pengepul 3 orang menggunakan metode *snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian pada analisis biaya pemasaran, margin pemasaran dan saluran pemasaran padi oryza sativa l, adalah sebagai berikut: 1. Saluran pemasaran tingkat I produk yang dihasilkan oleh petani langsung dijual kepada pedagang pengepul, Saluran pemasaran tingkat II produk dari petani, subak delod sema dijual ke pedagang pengepul. 2. Margin pemasaran padi (oryza sativa l) pada saluran tingkat I: sebesar Rp 1.500, saluran tingkat II: sebesar Rp 2.500. 3. *Farmer Share* saluran I sebesar 70,59% , saluran II sebesar 75,00%. Saluran pemasaran padi (oryza sativa l) blangsinga yang paling efisiensi adalah saluran pemasaran I dengan level efisiensi 0,00%, selanjutnya saluran pemasaran II dengan tingkat efisiensi 26,6%.

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



ABSTRACT

The aim of the study is to analyze marketing channels, marketing costs, margins, farmer share, and rice marketing efficiency (oryza sativa l). The study is carried out in April through June 2020. Internal respondents in the study were 25 members of the simantririans using the method of sampling census and at the marketing society of six people, namely: subak delod sema 3 and cauldrier traders 3 are using the method of snowball sampling. Based on the results of the study on the cost of marketing analysis, the margin of marketing and the oryza sativa l rice marketing channel, is as follows: 1. The l-level marketing channel the product produced by the farmer was sold directly to the filling merchants, the second-level marketing channel of the farmer's products, the harvest of delod sema was sold to the cauldryman. 2. Rice market margin (oryza sativa l) on the I level channel: rp 1,500, level ii channel: rp 2,500. 3. Farmer share I at 7059%, ii at 75.00%. The most efficient rice market tunnel (oryza sativa l) is the I marketing channel, with 0.00% efficiency level, and the second channel with an efficiency level of 26.6%.

Keywords: *Marketing Channel, Marketing Margin, Farmer Share, Marketing Efficiency*

