

Lilis Hidayati. NIM. 150321100053. Saluran dan Margin Pemasaran Bawang Merah di Desa Mungkung Kecamatan Rejoso Kabupaten Nganjuk. Dibawah bimbingan Dr. Isdiana Suprapti, SP., MM.

ABSTRAK

Kecamatan Rejoso merupakan sentra produksi bawang merah di Kabupaten Nganjuk. Permasalahan yang ditemui adalah harga bawang merah yang mengalami fluktuasi harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran dan mengetahui saluran pemasaran mana yang lebih efisien. Metode penentuan sampel menggunakan purposive sampling dan snow ball sampling. Sedangkan metode analisis menggunakan deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran bawang merah di Desa Mungkung Kecamatan Rejoso: 1. petani ke penebas ke pedagang ke pedagang pengecer ke konsumen, 2. Petani ke pedagang ke pedagang pengecer ke konsumen. Total margin pemasaran bawang merah yang diperoleh saluran pemasaran pertama Rp. 11.000 dan total margin pemasaran bawang merah yang diperoleh saluran pemasaran kedua sebesar Rp 10.000. Bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran pertama sebesar 50% dan bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran kedua 54%. Sehingga bagian harga yang paling besar diterima petani adalah pada saluran pemasaran kedua.

Kata kunci: Bawang Merah, Saluran Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Margin Pemasaran.

Lilis Hidayati. NIM. 150321100053. Channels and Marketing Margin of Onion in Village of Mungkung Sub-Regency of Rejoso Regency of Nganjuk. Supervised by Dr. Isdiana Suprapti, SP., MM.

ABSTRACT

Sub-regency of Rejoso is known as the center of onion in Nganjuk Regency. However the price fluctuation of onion becomes a problem. The aim of this study is to know the shape of the marketing channel, the margin of the marketing, and to identify which channel is more efficient. The method of sampling used is purposive sampling and snow ball sampling. While the method to analyze this research uses descriptive and quantitative methods. Then, the result of this research is shown there are two onion marketing channels in Mungkung village Rejoso Sub-regency: 1. Farmers to collecting traders to middlemen to retailers to costumers; 2. Farmers to collecting traders to retailers to customers. The sum of the onion marketing margin gained from the first channel is 11.000 rupiahs and for the second channel is 10.000 rupiahs. In the first channel, the farmers gain 50% of the price while for the second channel the farmers gain 54% of the price. Thus, the biggest price gained by the farmers is from the second channel.

Keywords: Onion, Marketing Channel, Marketing Profit, Marketing Margin.