

## ABSTRAK

### EFISIENSI SALURAN PEMASARAN BAWANG MERAH DI DESA SUKAMAJU KECAMATAN CIMAUNG KABUPATEN BANDUNG

Oleh  
**Revillia Nur Siami**  
**175009052**

**Pembimbing:**  
**Eri Cahrial**  
**Betty Rofatin**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran bawang merah di Desa Sukamaju Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung, menghitung biaya, keuntungan, margin dan *farmer's share*, serta menganalisis efisiensi saluran pemasaran bawang merah di Desa Sukamaju Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan adalah metode survey. Daerah penelitian ditentukan secara *purposive*. Responden lembaga pemasaran ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* dengan sampel pedagang pengumpul 2 orang, pedagang besar 2 orang, dan pedagang pengecer 1 orang. Hasil penelitian menunjukkan: terdapat 2 saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran I: petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen, saluran pemasaran II: petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Biaya pemasaran saluran I Rp. 1.925,20 per kilogram dan saluran II Rp. 2.974,96 per kilogram. Keuntungan pemasaran saluran I Rp. 3.074,80 per kilogram dan saluran II Rp. 9.025,04 per kilogram. Margin pemasaran saluran I Rp. 5.000,- per kilogram dan saluran II Rp. 12.000,- per kilogram. *Farmer's share* saluran I 78,26 persen dan saluran II 55,56 persen. Hasil analisis efisiensi pemasaran saluran I dan II sudah efisien, namun saluran lebih efisien adalah saluran pemasaran I dengan nilai efisiensi 8,37 persen.

Kata Kunci: Saluran, Efisiensi, Pemasaran, Bawang Merah.

## **ABSTRACT**

### **THE EFFICIENCY OF RED ONION MARKETING CHANNELS IN SUKAMAJU VILLAGE, CIMAUNG DISTRICT, BANDUNG REGENCY**

**By**  
**Revillia Nur Siami**  
**175009052**

**Advisers:**  
**Eri Cahrial**  
**Betty Rofatin**

The aims of this research are to know the red onion marketing channel of Sukamaju Village, Cimaung District, Bandung Regency, the calculate costs, the advantage, the margin, the farmer's share, and analyze the efficiency of red onion marketing channel of Sukamaju Village, Cimaung District. The method is used survey method. The research area is determined by purposive. Marketing agency respondent determined using the snowball sampling method with the samples are 2 collector merchants, 2 wholesalers, and 1 retailer. The result of this research is showed: there are 2 marketing channels, the marketing channel I: farmer – collector merchant – wholesaler – consumer, the marketing channel II: farmer – collector merchant – wholesaler – retailer – consumer. The cost of marketing channel I is Rp. 1.925,20 per kilogram and channel II is Rp. 2.974,96 per kilogram. The advantage of marketing channel I is Rp. 3.074,80 per kilogram and channel II is Rp. 9.025,04- per kilogram. The margin of marketing channel I is Rp. 5.000,- per kilogram and channel II is Rp. 12.000,- per kilogram. The farmer's share of channel I is 78,26 percent and channel II is 55,56 percent. The result of channel marketing efficiency analysis I and II are efficient, but the channel that more efficient is the marketing channel I with the efficiency value 8,37 percent.

*Keyword: Channel, Efficiency, Marketing, Red Onion.*