

Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jahe Emprit (*Zingiber officinale* var. *Amarum*) di  
Desa Sayutan Kecamatan Parang Kabupaten Magetan

Oleh  
Suciati Lestari

**ABSTRAK**

Jahe merupakan tanaman biofarmaka yang telah dikenal di mancanegara dan banyak dibudidayakan di Indonesia. BPS Indonesia menyatakan bahwa hasil produksi jahe di Provinsi Jawa Timur tahun 2020 sebesar 45.092,555 ton atau 25% dari produksi total di Indonesia. Kabupaten Magetan menjadi sentra produksi jahe emprit ke-3 di Jawa Timur dengan Desa Sayutan yang menjadi sentra produksi jahe emprit terbesar di Kabupaten Magetan. Harga jahe emprit yang ditentukan oleh pengepul dan beragamnya pola saluran pemasaran yang ada mengakibatkan penerimaan antar petani berbeda. Maka, perlu dilakukan penelitian efisiensi saluran pemasaran jahe emprit di Desa Sayutan. Tujuan penelitian: 1. Mengidentifikasi pola saluran pemasaran, 2. Menganalisis nilai margin dan *farmer's share*, 3. Mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien. Lokasi dipilih secara sengaja (*purposive*). Metode penelitian kualitatif untuk menganalisis pola saluran pemasaran yang ada dan metode kuantitatif untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran dengan menganalisis nilai margin dan *farmer's share*. Sampel petani menggunakan metode *proportionate stratified random sampling* dan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*. Hasil penelitian bahwa terdapat 3 pola saluran pemasaran jahe emprit di Desa Sayutan: Saluran Pemasaran 1 : Petani – Pengepul - Konsumen, Saluran Pemasaran 2 : Petani – Pengepul – Pengecer - Konsumen, Saluran Pemasaran 3 : Petani – Pengepul - Pedagang Besar - Pengecer – Konsumen. Nilai margin saluran pemasaran 1 sebesar Rp. 6.114/kg, saluran pemasaran 2 sebesar Rp. 8.500/kg, dan saluran pemasaran 3 sebesar Rp. 11.000/kg. Sedangkan nilai *farmer's share* masing-masing saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 sebesar 39%, saluran pemasaran 2 sebesar 32%, dan saluran pemasaran 3 sebesar 27%. Saluran pemasaran yang efisien yaitu saluran pemasaran 1 yang mana memiliki nilai efisiensi paling kecil sebesar 2%.

**Kata kunci:** Efisiensi Pemasaran, Jahe Emprit, Margin Pemasaran, Farmer's Share, Saluran Pemasaran.