

## RINGKASAN

**HANDAJANI PANCA SETYAWATI. H2D 003 177. 2007.** Analisis Pola dan Marjin Terhadap Efisiensi Pemasaran Susu Pada Peternak Sapi Perah Anggota KUD Cepogo Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali (*The Analysis Pattern and Margin of Efficiency in Dairy Cattle Farming KUD Cepogo members Cepogo Subdistricts Boyolali Regency*) (Pembimbing : **BAMBANG MULYATNO S dan MUKSON**)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : macam-macam pola pemasaran susu, nilai marjin pemasaran susu, dan pengaruh pola dan marjin terhadap efisiensi pemasaran susu bagi peternak sapi perah anggota KUD Cepogo di Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali serta mengetahui apakah pemasaran yang dilakukan peternak sudah efisien. Manfaat dari penelitian ini adalah bagi peternak yaitu dapat menjadi masukan dalam menentukan pemasaran yang lebih efisien.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2007 di Kecamatan Cepogo. Metode penelitian yang digunakan metode studi kasus. Pengambilan sampel pada peternak dilakukan dengan metode *stratified proportional random sampling*. Sampel yang akan digunakan untuk penelitian adalah 40 peternak. Pengambilan sampel pada lembaga pemasaran tingkat penampung, pengecer dan konsumen dilakukan dengan metode *snowball sampling*, untuk penampung atau KUD hanya ada satu yaitu KUD Cepogo. Data primer dikumpulkan melalui observasi dan wawancara langsung terhadap responden. Data sekunder diperoleh dari catatan-catatan yang dibuat oleh peternak dan instansi terkait seperti BPS Kabupaten Boyolali, Kecamatan Cepogo dan KUD Cepogo.

Hasil perhitungan korelasi Spearman antara pola pemasaran dengan efisiensi pemasaran adalah -0,416, menunjukkan korelasi yang cukup kuat antara pola pemasaran dengan efisiensi pemasaran dan tanda negatif menunjukkan bahwa semakin panjang pola pemasaran maka akan mengurangi tingkat efisiensi. Terdapat hubungan yang signifikan antara pola pemasaran dengan efisiensi pemasaran. Hasil perhitungan korelasi Spearman antara marjin pemasaran dengan efisiensi pemasaran adalah -0,711, menunjukkan korelasi kuat antara marjin pemasaran dengan efisiensi pemasaran dan tanda negatif menunjukkan bahwa semakin besar nilai marjin pemasaran maka akan mengurangi tingkat efisiensi. Berdasarkan analisis dengan menggunakan uji *one sample t test* diperoleh efisiensi pemasaran rata-rata sebesar 71, 711 dengan nilai signifikansi 0,000, ini menunjukkan bahwa rata-rata efisiensi pemasaran susu sudah efisien. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat 3 pola pemasaran yang digunakan pada peternak sapi perah di Kecamatan Cepogo, pola dan marjin memiliki korelasi yang kuat dengan efisiensi pemasaran dan pemasaran susu yang dilakukan peternak sudah efisien.

Kata kunci: susu, pola dan marjin pemasaran, efisiensi pemasaran