

SKRIPSI

**EFISIENSI PEMASARAN KENTANG (*Solanum tuberosum* L.)
DI DESA PANDANSARI KECAMATAN PAGUYANGAN
KABUPATEN BREBES**



**Oleh :
Bayu Nindar Adhitya
NIM 42216004**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PERADABAN
2021**

SKRIPSI

**EFESIENSI PEMASARAN KENTANG (*Solanum tuberosum* L.)
DI DESA PANDANSARI KECAMATAN PAGUYANGAN
KABUPATEN BREBES**



**Oleh :
Bayu Nindar Adhitya
NIM 42216004**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Peradaban**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PERADABAN
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Efisiensi Pemasaran Kentang (*Solanum Tuberosum* L.) Di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes" :
Nama : Bayu Nindar Adhitya
NIM : 42216004

Telah disetujui oleh dewan penguji Program Studi Agribisnis Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Peradaban pada :
Hari : Senin
Tanggal : 30 Agustus 2021

Penguji I
Niken Hapsari Arimurti, S.P., M.P
NIPY. 24.04.175



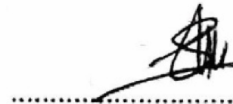
Penguji II
Ivan Akmal Nur, S.P., M.EP
NIDN. 0609108803



Penguji III /Pembimbing II
Siti Mudmainah, S.P., M.Sc
NIDN. 0603018202




Penguji IV/Pembimbing I
Khusnul Khatimah, S.P., M.Si
NIDN. 0627029101




Mengetahui:

Dekan

Fakultas Sains dan Teknologi




Dr. Endjono, SU., Apt
NIPY. 150416

Ketua

Program Studi Agribisnis




Siti Mudmainah, S.P., M.Sc
NIDN. 0603018202

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bumiayu, Agustus 2021

Yang menyatakan



Bayu Nindar Adhitya

NIM. 42216004

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas karunianya, sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Kentang (*Solanum Tuberosum L.*) Di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes” berhasil diselesaikan. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Pudjono, SU., Apt, selaku Dekan Fakultas dan Teknologi, Universitas Peradaban atas izin penyusunan skripsi.
2. Siti Mudmainah, S.P., M.Sc selaku Ketua Program Studi Agribisnis dan dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi.
3. Khusnul Khatimah, S.P., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penulisan skripsi
4. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penelitian maupun penulisan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna. Meskipun demikian penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Bumiayu, Agustus 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Tinjauan Pustaka	11
1. Tanaman Kentang	11
2. Pemasaran	13
3. Lembaga Pemasaran	16
4. Saluran Pemasaran	17
5. Biaya dan Keuntungan Pemasaran	18
6. Efisiensi Pemasaran	19

7. Margin Pemasaran	20
8. <i>Farmer's share</i>	21
B. Kerangka Teori Pendekatan Masalah	21
C. Batasan Penelitian	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN	26
A. Waktu dan Tempat Penelitian	26
B. Jenis dan Sumber Data	26
C. Populasi dan Penentuan Sampel	27
D. Teknik Pengumpulan Data	29
E. Metode Analisis Data	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Kondisi Umum Wilayah Penelitian	34
1. Keadaan Alam	34
2. Keadaan Penduduk	35
3. Keadaan Sektor Pertanian	39
4. Identitas Responden Penelitian	40
B. Hasil dan Pembahasan	50
1. Analisis Saluran Pemasaran Kentang di Desa Pandasari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes	50
2. Analisis Biaya dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Kentang di Desa Pandasari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes	56
3. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Kentang di Desa Pandasari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes	61
BAB V KESIMPULAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Luas Panen dan Produksi Kentang Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Tengah Tahun 2019 Waktu dan Tempat Penelitian	3
Tabel 2. Kandungan Gizi Kentang (Per 100 g Bahan)	13
Tabel 3. Struktur Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kelurahan Pandansari	37
Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Tingkatan Pendidikan masyarakat di Desa Pandansari Tahun 2020	38
Tabel 5. Jumlah Luas Panen dan Produksi Komoditas Sayuran di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	39
Tabel 6. Identitas Responden Petani Berdasarkan Usia	41
Tabel 7. Identitas Responden Petani Berdasarkan Tingkat Pendidikan	42
Tabel 8. Identitas Responden Petani Berdasarkan Pengalaman Usaha Tani	44
Tabel 9. Identitas Responden Petani Berdasarkan Luas Lahan	44
Tabel 10. Identitas Responden Tengkulak	45
Tabel 11. Identitas Responden Pedagang Besar	46
Tabel 12. Identitas Responden Pedagang Kecil	48
Tabel 13. Identitas Responden Pedagang Pengecer	49
Tabel 14. Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani Responden di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	52
Tabel 15. Jenis Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani Responden di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	56
Tabel 16. Analisis Margin Pemasaran Di Setiap Lembaga Pemasaran	61
Tabel 17. Bagian Yang Diterima Petani (<i>Farmer's share</i>)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Golongan Varietas Kentang Kuning , Kentang Putih dan Kentang Merah	12
Gambar 2. Konsep Pemasaran	15
Gambar 3. Saluran Pemasaran	17
Gambar 4. Skema Kerangka Teoritis	24
Gambar 5. Pola Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian Petani	70
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian Pedagang	75
Lampiran 3. Data Responden Petani Kentang	79
Lampiran 4. Data Responden Tengkulak	80
Lampiran 5. Data Responden Pedagang Besar	80
Lampiran 6. Data Responden Pedagang Kecil	80
Lampiran 7. Data Responden Pedagang Pengecer	81
Lampiran 8. Luas Lahan, Biaya, Produksi, Hasil Produksi, Harga, Penerimaan dan Keuntungan Petani Kentang Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	82
Lampiran 9. Harga Beli, Harga Jual, Biaya Pemasaran, Jumlah Pesanan, Keuntungan dan Margin Per Kilogram Kentang Tengkulak Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	83
Lampiran 10. Harga Beli, Harga Jual, Biaya Pemasaran, Permintaan, Keuntungan dan Margin Per Kilogram Kentang Pedagang Besar Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	83
Lampiran 11. Harga Beli, Harga Jual, Biaya Pemasaran, Keuntungan dan Margin Per Kilogram Kentang Pedagang Kecil Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	84
Lampiran 12. Harga Beli, Harga Jual, Biaya Pemasaran, Keuntungan dan Margin Per Kilogram Kentang Pedagang Pengecer Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan	85
Lampiran 13. Surat Izin Penelitian	86
Lampiran 14. Dokumentasi Penelitian	88
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup	89

RINGKASAN

BAYU NINDAR ADHITYA, Program Studi Agribisnis – Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Peradaban, Efisiensi Pemasaran Kentang (*Solanum tuberosum* L.) Di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes, Pembimbing I: Khusnul Khatimah S.P., M.Si., Pembimbing II: Siti Mudmainah S.P., M.Sc.

Kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan hasil pertanian yang layak diprioritaskan karena mempunyai arti penting dalam perwujudan ketahanan pangan. Peningkatan konsumsi kentang pada setiap tahun menandakan bahwa produksi kentang perlu dijaga ketersediaannya. Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi yang besar dalam hal produksi kentang. Besarnya potensi perkebunan kentang di daerah tersebut perlu diperhatikan pola pemasaran yang baik guna meningkatkan kesejahteraan petani dan juga akan meningkatkan minat petani dalam membudidayakan kentang. Salah satu indikator keberhasilan pemasaran yang baik adalah sistem pemasaran yang terjadi berlangsung secara efisien.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran kentang yang ada di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes. Responden dalam penelitian ini adalah 40 orang petani, 4 orang tengkulak, 7 orang pedagang besar, 21 orang pedagang kecil dan 29 orang pedagang pengecer. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan metode wawancara menggunakan kuisioner pada responden petani dan lembaga pemasaran kentang di lokasi penelitian. Metode yang digunakan adalah analisis saluran pola pemasaran dengan metode deskriptif, analisis biaya dan keuntungan, analisis margin pemasaran, dan analisis *farmer's share*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran di Desa Pandansari Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes, yaitu terdapat empat pola saluran pemasaran kentang: Saluran Pemasaran I : Petani – Tengkulak – Pedagang Besar – Pedagang Kecil – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir, Saluran Pemasaran II : Petani – Tengkulak – Pedagang Besar – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir, Saluran Pemasaran III : Petani – Pedagang Besar – Pedagang Kecil – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir, dan Saluran Pemasaran IV : Petani – Pedagang Besar – Pedagang Kecil – Konsumen Akhir. Biaya pemasaran Saluran I adalah sebesar Rp 1.000/Kg dengan keuntungan sebesar Rp 4.000/Kg. Biaya pemasaran Saluran II adalah sebesar Rp 800/Kg dengan keuntungan sebesar Rp 3.200/Kg. Biaya pemasaran Saluran III adalah sebesar Rp 805/Kg dengan keuntungan sebesar Rp 3.695/Kg. Sedangkan biaya pemasaran Saluran IV adalah sebesar Rp 605/Kg dengan keuntungan Rp 2.895/Kg. Keempat saluran pemasaran tersebut merupakan saluran yang efisien karena memiliki besar *farmer's share* lebih dari 50%.

SUMMARY

*BAYU NINDAR ADHITYA, Program Study of Agribusiness – Faculty of Science and Technology, Peradaban University, Marketing Efficiency of Potato (*Solanum tuberosum* L.) in Pandansari Village, Paguyangan District, Brebes Regency, Supervisor I: Khusnul Khatimah SP, M.Sc., Supervisor II: Siti Mudmainah SP, M.Sc.*

*Potato (*Solanum tuberosum* L.) is one of agricultural product that deserves to be prioritized because it has an important meaning in the realization of food security. The increase in potato consumption every year indicates that potato production needs to be maintained. Pandansari Village, Paguyangan District, Brebes Regency is one area that has great potential in terms of potato production. The large potential of potato plantations in the area needs to be considered a good marketing pattern in order to improve the welfare of farmers and will also increase the interest of farmers in cultivating potatoes. One of the indicators of good marketing success is the efficient marketing system.*

This study aims to determine the marketing efficiency of potatoes in Pandansari Village, Paguyangan District, Brebes Regency. Respondents in this study were 40 farmers, 4 middlemen, 7 wholesalers, 21 small salers and 29 retailers. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data were obtained by interview method using questionnaires to farmer respondents and potato marketing institutions at the research site. The method used is channel analysis of marketing patterns with descriptive methods, cost and profit analysis, marketing margin analysis, and farmer's share analysis.

The results of this study indicate that there are four marketing channels in Pandansari Village, Paguyangan District, Brebes Regency, namely there are four patterns of potato marketing channels: Marketing Channel I: Farmers - Middlemen - Wholesalers - Small Salers - Retailers - Final Consumers, Marketing Channel II: Farmers – Middlemen – Wholesalers – Small Salers — End Consumers, Marketing Channel III : Farmers – Wholesalers – Small Salers – Retailers – Final Consumers, and Marketing Channel IV : Farmers – Wholesalers – Small Salers – Final Consumers. The marketing cost of Channel I is Rp 1,000/Kg with a profit of Rp 4,000/Kg. The marketing cost of Channel I is Rp 800/Kg with a profit of Rp 3,200/Kg. The marketing cost of Channel III is Rp. 805/Kg with a profit of Rp. 3,695/Kg. And, the marketing cost of Channel IV is Rp. 605/Kg with a profit of Rp. 2.895/Kg. The four marketing channels are efficient channels because they have a large farmer's share of more than 50%.