

## 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%.*