

ABSTRACT

Efficiency of Marketing Channels Used by Potato Farmers in Tosari Sub District as the Suppliers of Processed Potato Industry and the Problems Associated with Farmers and Market Intermediaries

Maulida Kusumaningsari

Marketing is a problem for agricultural commodity especially potato in Tosari Sub District. There are several marketing channels available and both farmers and market intermediaries couldn't find out which kind of channel that is efficient and can give benefit for both as well as for the consumers. Some channels used by them to supply to potato industry. The objectives of this research are: (1) to analyze the efficiency of marketing channels used by farmer to supply the processed potato industry (2) to determine the most efficient potato marketing channel (4) to find out the problems perceived by farmers and market intermediaries in the marketing potato. The research was conducted in June to July 2016 in Tosari Sub District and several marketing areas including Pasuruan, Malang, Batu, Sidoarjo, and Mojokerto. The respondents for this research were 100 farmers and 41 market intermediaries. There were 5 channels were examined, two channels connect farmers and industry and the rest ended in consumers for household use. Marketing margin, producer's share, and marketing efficiency index were employed to find each channel's efficiency. The marketing related problems presented in this research were about information, transportation, pricing, capital, and product. The result showed that (1) the channels that connect farmers to industry can perform efficiently, it means that supplying for industry is beneficial for both farmers and market intermediaries (2) all marketing channels in Tosari Sub District can perform efficiently, but the channels used to supply industry have better efficiencies (3) The problems perceived by farmers and market intermediaries are the problems which were hard to be controlled, such as pricing and product.

Keywords: marketing channel, efficiency, potato, farmers, market intermediaries, marketing problems

INTISARI

Efisiensi Saluran Pemasaran yang Digunakan Oleh Petani Kentang di Kecamatan Tosari untuk Memasok Industri Berbahan Dasar Kentang dan Permasalahan yang Dihadapi Oleh Petani dan Pedagang Perantara

Maulida Kusumaningsari

Pemasaran adalah sebuah permasalahan bagi komoditas pertanian, terutama kentang di Kecamatan Tosari. Terdapat beberapa saluran pemasaran di lokasi tersebut, namun petani dan pedagang perantara belum bisa menentukan mana saluran yang efisien dan dapat memberikan keuntungan bagi mereka dan juga bagi konsumen. Beberapa saluran pemasaran memasok industri berbahan dasar kentang. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis efisiensi dari saluran pemasaran yang digunakan petani untuk memasok industri berbahan dasar kentang (2) untuk menentukan saluran pemasaran yang paling efisien (3) untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh petani dan pedagang perantara dalam pemasaran kentang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni hingga Juli 2016 di Kecamatan Tosari dan beberapa daerah pemasaran seperti Pasuruan, Malang, Batu, Sidoarjo, dan Mojokerto. Jumlah responden penelitian adalah 100 petani dan 41 pedagang perantara. Terdapat 5 saluran pemasaran yang diteliti, dua saluran memasok industri berbahan dasar kentang dan sisanya berakhir pada konsumen rumah tangga. Perhitungan margin pemasaran, producer's share, dan index efisiensi pemasaran diperlukan untuk mengetahui efisiensi masing-masing saluran pemasaran. Permasalahan yang ada dalam penelitian ini antara lain permasalahan yang berkenaan dengan informasi, transportasi, penentuan harga, permodalan, dan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) saluran pemasaran yang menghubungkan petani dengan industri sudah efisien, yang berarti bahwa memasok industri memberi keuntungan baik untuk petani maupun pedagang perantara (2) semua saluran pemasaran di Kecamatan Tosari sudah efisien, namun saluran yang memasok ke industri memiliki efisiensi yang lebih baik (3) permasalahan yang dihadapi oleh petani dan pedagang perantara adalah permasalahan yang susah dikontrol oleh mereka, seperti penentuan harga dan produk itu sendiri.

Kata kunci: saluran pemasaran, efisiensi, kentang, petani, pedagang perantara, permasalahan pemasaran