

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN KENTANG DI DESA TOSARI
KECAMATAN TOSARI KABUPATEN PASURUAN**

SKRIPSI



**Oleh :
Ilfi Nur Diana
(NIM. 201669070004)**

**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
FAKULTAS PERTANIAN
JURUSAN AGRIBISNIS
2020**

MOTTO

“Kebahagiaan terbesar adalah saat diri kita dapat bermanfaat untuk sesama dan dapat menciptakan senyuman antar manusia terlepas itu siapa dan dimana”

Iffi Nur Diana

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ilfi Nur Diana
Nim : 201669070004
Fakultas : Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Judul : Analisis Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Tosari
Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri kecuali dari cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi ini adalah karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup , maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Pertanian saya beserta segala pihak hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut.

Pasuruan, 23 Juli 2020



Ilfi Nur Diana

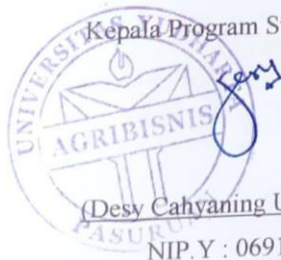
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Tosari
Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan
Disusun Oleh : Ilfi Nur Diana
Nim : 2016.69.07.0004
Program Studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan disetujui
Pasuruan, 24 Juli 2020

Mengetahui,

Kepala Program Studi Agribisnis



(Desy Cahyaning Utami,SP.,MP)

NIP.Y : 0691102026

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



(Desy Cahyaning Utami,SP.,MP)

NIP.Y : 0691102026

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN PADA :

Hari : Senin

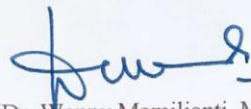
Tanggal : 27 Juli 2017

Jam : 11.00 WIB

Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Tosari Kecamatan
Tosari Kabupaten Pasuruan

DINYATAKAN LULUS


Penguji Utama



(Dr. Wenny Mamilianti, MP)

NIP.Y : 0690202013

Dosen Penguji I



(Idah Lumhatul Fuad, SP., M. Agr)

NIP.Y : 0691109023

Dosen Penguji II



(Desy Cahyaning Utami, SP., MP)

NIP.Y : 0691102026

MENGESAHKAN

Dekan,

Fakultas Pertanian



(Idah Lumhatul Fuad, SP., M. Agr)

NIP.Y : 0691109023

Kepala,

Program Studi Agribisnis



(Desy Cahyaning Utami, SP., MP)

NIP.Y : 0691102026

v

PERSEMBAHAN

Untuk Apa?

Untuk tiap tawa yang tak ternilai

Untuk tiap tangis yang tak terhapus

Untuk tiap jatuh bangun

Untuk tiap peluang di tengah keputus asa

untuk setiap doa dan dukungan

Untuk segala macam cacian dan hinaan

Untuk segala macam pembelajaran

Untuk Siapa ?

*Untuk Allah yang telah melukis alur kehidupan & segala rencana
indah-nya*

Untuk Ibu yang tak henti mendoakan dan memberi dorongan

*Untuk Ayah yang selalu memberi segalanya dengan segala
usahanya*

Untuk Kakak (mas) yang lebih dulu di berada sisi-Nya

Untuk semua keluarga atas segala bentuk perhatiannya

Untuk Siapa Lagi ?

untuk siapapun yang percaya bahwa

*“ Kebahagiaan tidak selamanya diukur dengan banyaknya uang,
melainkan indahnya kebersamaan ”*

ABSTRACT

Domestic demand for potato consumption is considered to continue to increase, both for food consumption and for processed products. The demand for potatoes, which always increases from year to year, is an opportunity as well as a challenge that must be faced by farmers in terms of both the quality and quantity expected by consumers. The problems faced by farmers are price instability during major harvests and inefficient marketing channels. The objectives of this study were 1) to analyze the marketing channels, marketing institutions, and marketing functions formed in Tosari Village, 2) to analyze the efficiency of potato marketing in Tosari Village in terms of the marketing margin approach, *farmer's share*, and profit to profit ratio. cost. The location of the research was in the village of Tosari, Tosari District, Pasuruan, *purposive* sampling with the consideration that Tosari Village is one of the villages that produces the most potatoes at harvest. In this study, researchers used the *snowball sampling method*. in this study shows that 1) there is more than one marketing channel, 2) in the first marketing channel there is no margin because it does not involve a marketing agency, while in the second marketing channel it has a bigger margin compared to the third marketing channel, namely Rp. 2,500 dam margin in the third marketing channel, namely Rp. 1,500, 3) in the research conducted in Tosari Village, Tosari District, the more efficient marketing channel is the first marketing channel, this can be seen from the smallest margin value, namely Rp. 0 and the *share* highest is 100, compared to the second marketing channel with a margin of Rp. 2,500 with a value of *share* 87.5 and the third marketing channel with a margin of Rp. 1,500 with the *share*, smallest which is 14.92.

Keywords : Marketing Channels, Marketing Efficiency

ABSTRAK

Kebutuhan konsumsi kentang dalam negeri dinilai terus meningkat, baik kentang untuk konsumsi pangan maupun untuk produk olahannya. Permintaan kentang yang selalu meningkat dari tahun ketahun merupakan sebuah peluang sekaligus tantangan yang harus dihadapi petani baik dari kualitas dan kuantitas yang diharapkan konsumen. permasalahan yang dihadapi petani yaitu ketidakstabilan harga disaat terjadi panen raya dan saluran pemasaran yang belum efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk menganalisis saluran pemasaran, lembaga pemasaran, dan fungsi-fungsi pemasaran yang terbentuk di Desa Tosari, 2) untuk menganalisis efisiensi pemasaran kentang di Desa Tosari ditinjau dari pendekatan margin pemasaran, *farmer's share*, dan juga rasio keuntungan terhadap biaya. Lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di desa Tosari Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa Desa Tosari adalah salah satu desa yang penghasil kentang terbanyak saat panen. pada kajian ini peneliti menggunakan metode *snowball sampling*. dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat lebih dari satu saluran pemasaran, 2) di saluran pemasaran I tidak terdapat margin karena tidak melibatkan lembaga pemasaran, sedangkan pada saluran pemasaran ke II memiliki margin yang lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran ke III yakni Rp. 2.500 dan margin pada saluran pemasaran ke III yakni Rp. 1.500, 3) pada penelitian yang dilakukan di Desa Tosari Kecamatan Tosari saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran pemasaran yang I, hal tersebut dapat dilihat dari nilai margin yang paling kecil yakni Rp. 0 dan *share* tertinggi yakni 100, di bandingkan dengan saluran pemasaran ke II yakni margin Rp. 2.500 dengan nilai *share* 87,5 dan saluran pemasaran ke III dengan margin Rp. 1.500 dengan *share* terkecil yakni sebesar 14,92.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa peneliti curahkan ke hadirat Allah SWT, Dzat yang senantiasa melimpahkan karunia dan kasih-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS SALURAN PEMASARAN KENTANG DI DESA TOSARI KECAMATAN TOSARI KABUPATEN PASURUAN” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Ihya Uddin dan Ibunda tersayang Siti Aminah yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. KH. M. Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa yang menjadi naungan Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Bapak Dr. H. Kholid Murtadlo, SE, ME selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
4. Ibu Idah Lumhatul Fuad, S.P., M.Agr . selaku Dekan Fakultas Pertanian.
5. Ibu Desy Cahyaning Utami, S.P., M.P . selaku Kaprodi Agribisnis dan Dosen Pembimbing yang sabar dan tekun dalam memberikan arahan atas segala waktu dan bimbingannya.
6. Seluruh Dosen Program Studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama kuliah.
7. Seluruh teman-teman seangkatan, terutama kelas Agribisnis 2016 yang selalu memberi semangat dan selalu mengisi hari-hari dengan hal yang menyenangkan.
8. Teman curhat dan sambatku Vivi Fauziyah yang tanpa henti memberi semangat dengan berbagai cara termasuk ghibah di tengah-tengah kefokusannya penulis menatap layar putih berisi ketikan skripsi.
9. Kakak tingkat Totok Fermansyah yang selalu fast respon saat di mintai sumbangan kata dalam dunia online maupun offline.
10. Sosok “MAS” yang selalu menemani dan memberi semangat dalam bayangan penulis, meski tak nampak di mata namun dapat dirasa dengan keyakinan di jiwa.

Sujud dan terima kasih yang dalam penulis persembahkan kepada Ayah dan Ibunda Tercinta atas dorongan yang kuat, kebijaksanaan dan doa.

Pasuruan, 23 Juli 2020

Penulis.

DAFTAR ISI

COVER	I
MOTTO	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
TANDA PENGESAHAN	V
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kentang	6
2.2 Saluran Pemasaran	7
2.3 Fungsi-fungsi Pemasaran	8
2.4 Marjin Pemasaran	8
2.5 Farmer's Share	11
2.6 Efisiensi Pemasaran	11
2.7 Rasio Keuntungan Terhadap Biaya	12
2.8 Kerangka Pemikiran	12
2.9 Penelitian Terdahulu	15
BAB II METODE PENELITIAN	17
3.1 Metode Pengumpulan Data	17

3.2 Jenis-jenis Sumber Data	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data	18
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.5 Pembatasan Masalah	23
3.5 Definisi Operasional	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	26
4.2 Karakteristik Responden Petani	26
4.2.1 Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran	29
4.3 Saluran Pemasaran Kentang	31
4.4 Analisis Lembaga Pemasaran	32
4.5 Analisis Fungsi-fungsi Pemasaran	33
4.6 Margin Pemasaran, Distribusi Share dan Rasio Keuntungan Biaya 3 Pemasaran	37
4.7 Efisiensi Saluran Pemasaran	42
BAB V KESIMPULAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Nama Tabel	Halaman
1	Rata-rata Produksi Kentang Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur 2017-2018	2
2	Penelitian Terdahulu	15
3	Distribusi Responden petani Kentang Berdasarkan Kelompok Umur	27
4	Distribusi Responden petani Kentang Berdasarkan Tingkat Pendidikan	27
5	Distribusi Responden petani Kentang Berdasarkan Pengalaman Usahatani	28
6	Distribusi Responden petani Kentang Berdasarkan Luas Lahan	29
7	Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Umur	30
8	Distribusi Responden Lembaga Pemasaran Berdasarkan Tingkat Pendidikan	30
9	Fungsi-fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Pemasaran	34
10	Hasil Analisis Marjin, Distribusi <i>Share</i> Saluran Pemasaran I..	38
11	Distribusi Margin, Share Harga dan Rasio k/b Pemasaran Kentang Pada Saluran Pemasaran II	39
12	Distribusi Margin, Share Harga dan Rasio k/b Pemasaran Kentang Pada Saluran Pemasaran III	41
13	Perbandingan Nilai Efisiensi Pada Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Tosari	43

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
1.	Gambar Kurva Marjin Pemasaran	11
2.	Kerangka Pemikiran	13

DAFTAR LAMPIRAN

Nomer	Judul
Lampiran 1.	Hasil Perhitungan Efisiensi Saluran Pemasaran Kentang Di Desa Tosari Kecamatan Tosari Kabupaten Pasuruan
Lampiran 2.	Kuisisioner
Lampiran 3.	Dokumentasi
Lampiran 4.	Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 5.	Hasil Revisian Skripsi