

## RINGKASAN

Kecamatan Somagede merupakan daerah sentra penghasil Kacang Tanah di Kabupaten Banyumas, meskipun demikian para petani Kacang Tanah di Kecamatan Somagede belum mendapatkan keuntungan secara maksimal karena adanya perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat akhir konsumen yang relatif tinggi, sedangkan saluran pemasarannya relatif pendek. Petani menjual produknya ke pedagang perantara yang terlibat, antara lain pengumpul, pedagang lokal dan pengecer, tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui margin pemasaran kacang tanah pada setiap saluran pemasaran di Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas. (2) Mengetahui besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) (3) Mengetahui besarnya *profit margin* yang diterima oleh masing-masing pedagang pada setiap saluran pemasaran (4) Mengetahui efisiensi jalur pemasaran kacang tanah di Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas baik secara operasional maupun efisiensi harga.

Penelitian dilakukan di Desa Plana, dan Desa Sokawera, Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas dan dilaksanakan pada bulan Agustus 2015 – September 2015. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Sensus* dan *snowball sampling*. Jumlah responden petani sebanyak 61 orang dan jumlah pedagang yang dijadikan sampel sebanyak 10 orang yang terdiri dari 3 pedagang pengumpul, 3 pedagang lokal, pedagang besar 1, dan 3 pedagang pengecer. Metode analisis data menggunakan deskriptif, analisis margin pemasaran, *farmer's share*, analisis *profit margin*, analisis efisiensi transmisi harga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Margin pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Somagede di setiap saluran pemasaran yaitu: saluran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp12.952,00/kg, saluran II sebesar Rp9.429,00/kg, saluran III sebesar Rp13.194,00/kg, secara analisis margin dapat disimpulkan bahwa saluran II paling efisien pemasarannya. *Profit margin* Kacang Tanah di Kecamatan Somagede yang diterima paling besar diperoleh pedagang pengecer pada saluran II (petani – pedagang lokal – pengecer – konsumen) yaitu sebesar 50,35 persen dari nilai penjualan. Saluran pemasaran yang memiliki tingkat *farmer's share* paling tinggi adalah saluran II (petani – pedagang lokal – pengecer – konsumen) dengan memperoleh keuntungan sebesar 50,34 persen dan biaya pemasaran 36,34 persen. Ada dua nilai elastisitas transmisi harga yang terbentuk pada saluran pemasaran tersebut yaitu pada saluran I memiliki nilai  $ET < 1$  yaitu 0,60 dan pada saluran II, III memiliki nilai  $ET < 1$  yaitu 0,51. Dapat dikatakan bahwa secara umum efisiensi harga dalam pemasaran kacang tanah di Kecamatan Somagede Kabupaten Banyumas tidak efisien.

## SUMMARY

*Somagede the District is an area of peanut production centers in Banyumas, nevertheless Peanut farmers in Sub Somagede not benefited to the maximum because of the difference in prices at the producer level to the end consumer price levels are relatively high, while the relatively short marketing channels. Farmers their sell products to middlemen involved, local marchants, local traders and retailers, the purpose of this study were (1) Knowing the groundnut marketing margin on each marketing channel in the district Somagede of Banyumas. (2) Determine the amount of parts of prices received by farmers (farmer`s share) (3) Knowing the amount of profit margins earned by each trader for each marketing channel (4) Determine the efficiency of the marketing channels district peanut district Somagede in Banyumas good operational and price efficiency.*

*The study was conducted in the village of Plana and Sokaawer Village, District Somagede Banyumas and implemented in August 2015 - September 2015. Sampling was conducted by the Census and snowball sampling method. The number of respondents farmers as much as 61 and the number of traders who used a sample of 10 people consisting of 3 collectors, 3 local traders, wholesalers 1 and 3 retailers. The method used descriptive data analysis, margin analysis, the farmer's share, profit margin analysis, analysis of price transmission efficiency.*

*The results showed that there are Peanut in Somagede, Peanut marketing margin in District Somagede in each marketing channel, namely: channel I have a marketing margin of Rp12.952,00 / kg, the second channel of Rp9.429,00 / kg, the third channel of Rp13.194,00 / kg, in margin analysis can be concluded that the most efficient marketing channel II. Peanut profit margin in the district received the greatest Somagede obtained retailers on the channel II (farmers - local merchants - retailers - consumers) that is equal to 50.35 percent of the sales value. Marketing channels that have a level of farmer's share is highest channel II (farmers - local merchants - retailers - consumers) with a gain of 50,34 percent and 36,34 percent of marketing costs. There are two transmission elasticity value price formed on the marketing channel is the channel I have value  $ET < 1$  is 0.60 and the channel II, III, has a value of  $ET < 1$  is 0.51. It can be said that the overall efficiency of the price in the marketing of peanuts in the district of Banyumas yet efficient Somagede.*