

## RINGKASAN

Petani Kecamatan Karangreja yang mayoritas melakukan kegiatan usaha tani kentang belum berorientasikan bisnis sehingga memerlukan pengetahuan dan pemetaan tentang suatu proses pemasaran yang baik. Petani kentang di Kecamatan Karangreja menggunakan dua saluran rantai pasok yaitu saluran rantai pasok kemitraan dengan perusahaan PT. Indofood Fritolay Makmur dan saluran rantai pasok non kemitraan. Adanya saluran rantai pasok yang baik, akan memberikan manfaat dan keuntungan yang merata pada semua pihak yang terlibat dalam penyaluran produk kentang ke tangan konsumen. Oleh karena itu, efisiensi menjadi elemen penting dalam upaya mencapai keberhasilan kegiatan rantai pasok.

Tujuan dari penelitian ini adalah memetakan rantai pasok, menganalisis keuntungan, margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi, serta menganalisis perbedaan keuntungan, *farmer share*, dan efisiensi rantai pasok pada pola kemitraan dan non kemitraan di Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga. Metode pengambilan sampel petani menggunakan *Simple Random Sampling* diperoleh 42 petani pola kemitraan dan 42 petani pola non kemitraan. Penentuan lembaga pemasaran menggunakan teknik *Snowball Sampling* diperoleh 4 pedagang pengumpul, 1 pedagang besar, dan 5 pedagang pengecer. Analisis data yang digunakan adalah analisis pemetaan rantai pasok, analisis margin pemasaran, analisis *farmer's share*, analisis efisiensi rantai pasok dan analisis uji beda.

Hasil analisis menunjukkan: saluran rantai pasok kentang kecamatan Karangreja mempunyai 3 aliran, memiliki nilai margin pemasaran terkecil pada saluran III sebesar Rp336,00/Kg, dengan keuntungan Rp336,00/Kg dan persentase keuntungan terhadap margin 75,89 persen. Nilai *farmer's share* saluran III menjadi nilai tertinggi dan paling menguntungkan untuk petani dengan nilai 95,51 persen. Berdasarkan analisis efisiensi rantai pasok menunjukkan petani telah beroperasi secara efisien adalah 18 petani pola kemitraan dan 24 petani pola non kemitraan. Analisis uji beda menunjukkan untuk indikator keuntungan dan *farmer's share* terdapat perbedaan signifikan antara pola kemitraan dan pola non kemitraan. Sedangkan untuk indikator margin pemasaran dan efisiensi kinerja tidak dapat perbedaan yang signifikan antara pola kemitraan dan pola non kemitraan.

## SUMMARY

*The majority of farmers in Karangreja Subdistrict who carry out potato farming activities are not yet business oriented so they need knowledge and mapping of a good marketing process. Potato farmers in Karangreja District use two supply chain channels, namely the supply chain channel partnership with PT. Indofood Fritolay Makmur and non-partnership supply chain channels. The existence of a good supply chain channel, will provide benefits and benefits that are evenly distributed to all parties involved in distributing potato products to consumers. Therefore, efficiency is an important element in efforts to achieve the success of supply chain activities.*

*The purpose of this study is to map the supply chain, analyze profits, marketing margins, farmer's share, and efficiency, and analyze the differences in profits, farmer share, and supply chain efficiency in partnership and non-partnership patterns in Karangreja District, Purbalingga Regency. The farmer sampling method using Simple Random Sampling obtained 42 partnership pattern farmers and 42 non partnership pattern farmers. Determination of marketing agencies using the Snowball Sampling technique obtained 4 collectors, 1 wholesaler, and 5 retailers. The data analysis used is supply chain mapping analysis, marketing margin analysis, farmer's share analysis, supply chain efficiency analysis and different test analysis.*

*The results of the analysis show: the potato supply chain channel in Karangreja sub-district has 3 channels, has the smallest marketing margin value on channel III of Rp. 336.00/Kg, with a profit of Rp. 336.00/Kg and a profit percentage to margin of 75.89 percent. The value of channel III farmer's share is the highest and most profitable for farmers with a value of 95.51 percent. Based on supply chain efficiency analysis, it shows that 18 farmer partnerships and 24 non-partner pattern farmers have operated efficiently. The different test analysis shows that for profit and farmer's share indicators there is a significant difference between the partnership pattern and the non-partnership pattern. As for the marketing margin indicators and performance efficiency, there is no significant difference between the partnership pattern and the non-partnership pattern.*