

ABSTRAK

Sektor hortikultura khususnya kentang merupakan salah satu komoditas teratas negara Indonesia. Kecamatan Poncokusumo adalah kecamatan penyumbang produksi kentang tertinggi di Kabupaten Malang. Hambatan seperti kondisi geografis, resiko pemasaran, ketergantungan pada perantara membuat posisi petani menjadi penerima harga (*price taker*). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran pemasaran kentang di Kecamatan Poncokusumo melalui pendekatan structure, conduct, performance (SCP). Penentuan responden menggunakan snowball sampling yang dilacak dari produsen hingga konsumen. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara. Hasil penelitian didapatkan struktur pasar yang terbentuk adalah oligopoli longgar dan perilaku pasar didapatkan yakni harga ditentukan oleh pedagang dengan adanya pertimbangan. Kinerja pasar menunjukkan saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien. Kegiatan sortasi mandiri oleh petani diperlukan untuk memaksimalkan harga jual serta perlunya dukungan pemerintah untuk menyediakan sarana penunjang bagi para petani.

Kata Kunci: Structure; Conduct; Performance; Kentang; Efisiensi Pemasaran

ABSTRACT

The horticultural sector particularly potatoes is one of Indonesia's top commodities. Poncokusumo Subdistrict is the subdistrict with the highest potato production in Malang Regency. Obstacles such as geographical conditions, marketing risks, and dependence on intermediaries have left farmers in a position where they are price takers. The purpose of this study is to analyze potato marketing channels in Poncokusumo Subdistrict using the structure, conduct, performance (SCP) approach. Respondents were selected through snowball sampling tracked from producers to consumers. The data in this study consists of primary data obtained through observation and interviews. The results indicate that the market structure formed is a loose oligopoly and market behavior reveals that prices are determined by traders based on various considerations. Market performance shows that Marketing Channel I is the most efficient channel. Independent sorting activities by farmers are necessary to maximize selling prices, and government support is needed to provide supporting facilities for farmers.

Keywords: Structure; Conduct; Performance; Potato; Marketing Efficiency