



**LAPORAN AKHIR
PROGRAM KREATIFITAS MAHASISWA**

**PENDEKATAN *STRUCTURE, CONDUCT, DAN PERFORMANCE* (SCP) :
UPAYA KETAHANAN PANGAN DALAM PENGEMBANGAN
KOMODITAS UBI JALAR DI KELOMPOK TANI HURIP.**

**BIDANG KEGIATAN :
PKM PENELITIAN**

Diusulkan Oleh :

| | |
|---------------------|-----------|
| Sabilil Hakimi A. | H34100149 |
| Resti Yanuar Akhir | H34100011 |
| Putri Amalia | H34100066 |
| Fajar Febriyadi | F14100060 |
| Putra Agung Prabowo | H34110041 |

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2013**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul kegiatan : Pendekatan *Structure, Conduct, dan Performance* (SCP) : Upaya Ketahanan Pangan dalam Pengembangan Komoditas Ubi Jalar di Kelompok Tani Hurip

2. Bidang kegiatan : (✓) PKM-P () PKM-K () PKMKC
(Pilih salah satu) () PKM-T () PKM-M

3. Ketua Pelaksana Kegiatan :
a. Nama lengkap : Sabilil Hakimi A.
b. NIM : H34100149
c. Jurusan : Agribisnis
d. Universitas/Institut/Politeknik : Institut Pertanian Bogor
e. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Jalan Babakan Lio No.12 RT 02/09
Balumbang Jaya Kecamatan Bogor
Barat 16680

f. Alamat Email : sabililhakimi@ymail.com

5. Anggota Pelaksana Kegiatan/Penulis : 4 orang

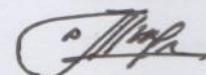
6. Dosen Pendamping :
a. Nama lengkap dan Gelar : Dr.Ir.Dwi Rachmina, M.Si
b. NIP : 196327121990032001
c. Alamat Rumah dan No Tel./HP : Jayasari Rt 05/05 Kelurahan
Ranggamekar, Bogor Selatan, Kota
Bogor/085287836530

7. Biaya Kegiatan Total :
a. DIKTI : Rp 6.443.250,-
b. Sumber Lain (sebutkan) : Rp -

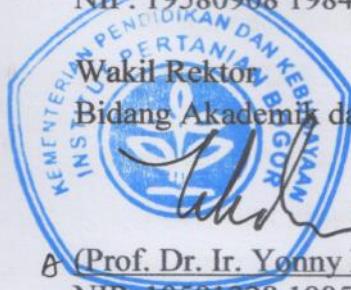
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : 5 Bulan

Bogor, 22 Juli 2013

Menyetujui,
Ketua Departemen Agribisnis



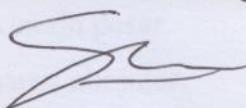
(Dr. Ir. Nunung Kusnadi, MS.)
NIP. 19580908 198403 1002



Wakil Rektor
Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

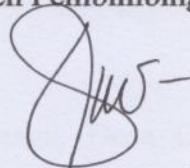
(Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.)
NIP. 19581228 198503 1003

Ketua Pelaksana Kegiatan



(Sabilil Hakimi A.)
NIM. H34100149

Dosen Pembimbing



(Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si)
NIDN. 0027126311

**PENDEKATAN *STRUCTURE, CONDUCT, DAN PERFORMANCE (SCP)* :
UPAYA KETAHANAN PANGAN DALAM PENGEMBANGAN
KOMODITAS UBI JALAR DI KELOMPOK TANI HURIP.**

**Sabilil Hakimi Amizuar¹⁾, Resti Yanuar Akhir²⁾, Putri Amalia³⁾, Fajar Febriyadi⁴⁾, dan
Putra Agung Prabowo⁵⁾**

¹⁾Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
email : sabililhakimi@ymail.com

²⁾Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
email : akhir.resti@yahoo.co.id

³⁾Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
email : amaliaputri16@gmail.com

⁴⁾Teknik Mesin dan Biosistem, Fakultas Teknologi Pertanian, Institut Pertanian Bogor
email : fajarfebriyadi@gmail.com

⁵⁾Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
email : putragungp@gmail.com

ABSTRAK

Ketahanan pangan juga dapat dikaitkan dengan sektor pemasaran untuk melaksanakan diversifikasi pangan. Salah satu pendekatan pada sektor pasar adalah pendekatan *Structure, Conduct, and Performance (SCP)* yang mencakup dan mengkombinasikan semua aspek dari sistem pemasaran yaitu *market structure*, *market conduct*, dan *market performance*. Salah satu pangan yang berpotensi adalah ubi jalar karena tingkat harga yang fluktuatif di petani. Adapun metode pengambilan data sekunder dan primer dilakukan dengan wawancara, *snowball sampling*, dan *simple random sampling*. Setelah mengetahui kondisi struktur, perilaku, dan kinerja pasar di Kelompok Tani Hurip kita akan dapat mengambil tindakan yang mampu meningkatkan kesejahteraan petani sekaligus untuk meningkatkan ketahanan pangan.

Keywords: *Structure, Conduct, and Performance (SCP)*, Ketahanan Pangan, Diversifikasi Pangan, Ubi Jalar, Kesejahteraan Kelompok Tani Hurip

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan Program Kreativitas Mahasiswa bidang Penelitian (PKM-P) yang berjudul “Pendekatan *Structure, Conduct, dan Performance* (Scp) : Upaya Ketahanan Pangan Dalam Pengembangan Komoditas Ubi Jalar Di Kelompok Tani Hurip”. Shalawat dan salam tercurah pula kepada Nabi Muhammad SAW dan para sahabat. Teriring do'a dan harap semoga Allah merdlo'i usaha yang kami lakukan.

Program yang kami lakukan bertujuan untuk memberikan solusi bagi petani ubi jalar di Kelompok Tani Hurip, Desa Cikarawang, Bogor dalam hal peningkatan upaya ketahanan pangan.

Kami mengucapkan terimakasih kepada Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si, sebagai dosen pembimbing yang banyak memberikan bimbingan dan arahan kepada kami dalam melaksanakan program ini.

Kami berharap program ini bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan petani ubi jalar di Kelompok Tani Hurip, Desa Cikarawang, Bogor pada khususnya. Atas segala kekurangan, kami mohon kebijaksanaan dari semua pihak untuk dapat memaafkannya.

Bogor, 20 Agustus 2013

Tim Penulis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor terbesar kedua dalam total PDB setelah industri pengolahan, dengan memberikan kontribusi sebesar 15,3 persen dari total PDB nasional dan laju pertumbuhannya meningkat sebesar 0,44 persen dari tahun 2009 ke 2010 (BPS, 2010). Tanaman pangan merupakan subsektor pertanian yang paling besar memberikan kontribusi terhadap PDB, yaitu sebesar 7,53 persen dan mengalami pertumbuhan sebesar 0,81 persen (2010). Salah satu kebijakan yang cukup kompeten untuk penyuksesan program diversifikasi pangan adalah pengembangan dan peningkatan daya tarik karbohidrat non beras yaitu ubi jalar.

Menurut BPS (2002-2009) konsumsi ubi jalar selama periode 2001-2009 cenderung naik namun tidak diikuti oleh laju konsumsi per kapitanya yang memiliki *trend* menurun. Keadaan ini disebabkan oleh pertumbuhan penduduk yang meningkat dalam periode yang sama. Hal ini berimplikasi bahwa peluang diversifikasi menggunakan ubi jalar masih memungkinkan untuk ditingkatkan.

Pada umumnya produksi ubi jalar di Kabupaten Bogor mengalami peningkatan tiap tahunnya. Pada tahun 2005 Kabupaten Bogor memproduksi 50.811 ton mengalami peningkatan sampai tahun 2008 sebesar 58.309 ton (BPS, 2008) dan terus meningkat pada tahun 2010 sebesar 59.574 ton (Deptan 2011).

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji lebih spesifik dalam penulisan ini yaitu:

1. Bagaimana struktur pasar ubi jalar Kelompok Tani Hurip ?
2. Bagaimana perilaku pasar ubi jalar pada Kelompok Tani Hurip?
3. Bagaimana kinerja pasar ubi jalar Kelompok Tani Hurip?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah, mengetahui :

- a. Menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja (SCP) pasar ubi jalar pada Kelompok Tani Hurip di Desa Cikarawang.
- b. Menganalisis kelemahan yang terdapat dalam Kelompok Tani Hurip dengan pendekatan *Structure, Conduct, and Performance* sehingga mampu memberikan alternatif terbaik yang dapat meningkatkan *value added*.

Luaran Yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari program ini adalah :

1. Dapat mendeskripsikan struktur, perilaku, dan kinerja pasar.
2. Dapat memperhitungkan nilai margin pasar dari perhitungan *farmer share* dan *value added* sehingga mampu meningkatkan kinerja pasar.
3. Dapat merumuskan strategi pengembangan pemasaran ubi jalar.
4. Dapat dikaji dalam konferensi International mengenai pemasaran ubi jalar dengan pendekatan SCP sebagai upaya ketahanan pangan.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yaitu :

1. Bagi Petani Ubi Jalar
Membantu Kelompok Tani Hurip mengembangkan usaha ubi jalar dalam sektor pemasaran yang dapat meningkatkan nilai tambah.
2. Bagi Industri Pengolahan
Sebagai bahan masukan dan informasi yang terkait dengan keunggulan kualitas ubi jalar, margin yang dihasilkan dan harga yang ditawarkan oleh petani.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Pemasaran

Levens (2010), pemasaran adalah sebuah fungsi organisasi dan kumpulan dalam rangka untuk merencanakan, menciptakan, mengkomunikasikan, dan mengantarkan nilai – nilai (*values*) kepada pelanggan. Tiga kategori fungsi tersebut yaitu :

- a. Fungsi pertukaran (*exchange function*)
- b. Fungsi fisik (*physical function*)
- c. Fungsi fasilitasi (*facilitating function*)

Konsep Efisiensi Pemasaran

Sudiyono (2002) mengemukakan bahwa indikator yang biasa digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran. Ukuran efisiensi operasional dari biaya pemasaran dan margin pemasaran. Semakin besar biaya pemasaran maka margin pemasaran semakin besar yang menyebabkan sistem pemasaran menjadi tidak efisien. Efisiensi harga diukur oleh korelasi harga akibat adanya pergerakan produk tersebut dari pasar satu pasar lainnya.

Konsep *Structure, Conduct, dan Performance* (SCP)

Tabel 1. Indikator dan Analisis Pemasaran *Structure, Conduct, dan Performance* (SCP)

| No | Analisis | Indikator | Kriteria | |
|----|----------------|--------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| | | | Efisien | Tidak Efisien |
| 1 | Struktur Pasar | a. Jumlah Pedagang | Banyak | Sedikit |
| | | b. <i>Barrier Entry</i> | Mudah | Sulit |
| | | c. Ada Tidaknya Kolusi | Tidak Ada | Ada |
| | | d. Konsentrasi Pasar | Tidak Hanya Satu Orang | Terkonsentrasi |
| 2 | Perilaku Pasar | a. Penentuan Harga | Tidak Ditentukan Satu/Beberapa orang | Ditentukan oleh satu/ beberapa orang |
| | | b. Pembentukan Harga | Standarisasi | Tidak Normal |
| 3 | Kinerja Pasar | a. <i>Share Produsen</i> | Besar | Kecil |
| | | b. Distribus Margin | Adil | Tidak Adil |
| | | c. Integrasi Pasar | Terintegrasi | Tidak Terintegrasi |
| | | d. Elastisitas Transmisi Harga | Elastis | Tidak Elastis |

Sumber: Wardiyati dalam Sri (2004)

METODE PELAKSANAAN

Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari Kelompok Tani Hurip, pedagang ubi jalar, dan industri pengolahan ubi jalar. Sedangkan data sekunder berasal dari Dinas Pertanian, Kementerian Pertanian, BPS Pusat, Jurnal, Perpustakaan IPB, dan Dinas Perindustrian.

Analisis Struktur Pasar

Analisis yang dilakukan terhadap struktur pasar yaitu pangsa pasar, konsentrasi pasar, dan hambatan masuk pasar (Kohls dan Uhl, 2002)

1. Pangsa pasar

Pangsa pasar Kelompok Tani Hurip diperoleh melalui rasio produksi ubi jalar Kelompok Tani Hurip terhadap total produksi ubi jalar di Jawa Barat. Semakin tinggi persentase pangsa pasar menunjukkan kekuatan (*Market Power*) perusahaan tersebut di dalam industri ubi jalar Jawa Barat.

$$Market Share (MS) = \frac{\text{Produksi Perusahaan}}{\text{Total Produksi}} \times 100\%$$

$$MS = 0-100\%$$

Produksi perusahaan = Produksi gula tebu Kelompok Tani Hurip (Ton/ Tahun)

Total Produksi = Total produksi ubi jalar Jawa Barat (Ton/ Tahun)

2. Konsentrasi pasar

Jika nilai C4 mendekati satu maka diindikasi pasar tersebut mengalami sedikit persaingan (pasar terkonsentrasi) antara produsen untuk menjualnya ke konsumen (Baye, 2010). Adapun perhitungan C4 yaitu:

$$C4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_T}$$

C4 = konsentrasi rasio (pasar)

Si = Penjualan Poktan terbesar i (Ton/ Tahun)

ST = Total penjualan seluruh Poktan ubi jalar di Bogor (Ton/ Tahun)

3. Hambatan masuk pasar

Jika hambatan masuk tinggi maka tingkat persaingannya sangat rendah. Maka pasar berada pada kondisi kurang efisien.

$$MES = \frac{\text{Produksi Ubi Jalar Poktan Terbesar}}{\text{Total Produksi Ubi Jalar di Bogor}}$$

Analisis Perilaku Pasar

Analisis yang diamati yaitu pemasaran, kegiatan praktik penjualan dan pembelian, penentuan dan pembentukan harga, dan kerjasama lembaga pemasaran (Soekartawi, 2002).

Analisis Kinerja Pasar

1. Margin Pemasaran

Semakin tinggi biaya pemasaran menyebabkan semakin tingginya marjin pemasaran. Secara sistematis, dapat dituliskan sebagai berikut :

$$M = \sum_{i=1}^n M_i$$

2. Farmer Share

Semakin tinggi *farmer share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima oleh petani. Adapun perhitungan *farmer share* dapat dilihat di bawah ini :

$$FS = Pf/Pr \times 100\%$$

PELAKSANAAN PROGRAM

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Bogor, Kecamatan Dramaga, Desa Cikarawang, Kelompok Tani Hurip. Lokasi dipilih karena merupakan salah satu kelompok tani teladan di Kecamatan Dramaga yang mengusahakan komoditas ubi jalar. Waktu Penelitian dimulai bulan Januari sampai bulan Mei 2013 (Tabel 5). Tahapan penelitian dimulai dengan penyusunan proposal usulan program kreativitas mahasiswa di bidang penelitian.

Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan dilakukan selama 5 bulan yaitu dimulai dari bulan Januari sampai dengan Mei 2013. Jadwal kegiatan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 2. Jadwal Kegiatan

| Rencana Kegiatan | Bulan ke- 1 | | | | Bulan ke-2 | | | | Bulan ke-3 | | | | Bulan ke-4 | | | | Bulan ke-5 | | | |
|------------------------------|-------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Persiapan dan Observasi Awal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data Sekunder | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data Primer | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tabulasi dan Analisis Data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pembuatan Draft Laporan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Monitoring dan Evaluasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Laporan Akhir | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Instrumen Pelaksanaan

1. Metode Pengumpulan Data dan Penentuan Sampel

Metode pengumpulan data berupa pengamatan langsung di lapangan (observasi), wawancara, dan diskusi kelompok (FGD). Sedangkan metode penentuan sampel yang digunakan yaitu :

- Metode *simple random sampling* dengan sampel sebanyak 45 orang
- Metode *snow ball* untuk menentukan pedagang dan industri pengolahan ubi jalar yang sesuai dengan saluran pemasaran ubi jalar.

2. Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data

Pendekatan yang dilakukan dalam menganalisis sistem pemasaran ubi jalar melalui pendekatan *market structure* (struktur pasar), *market conduct* (perilaku pasar), dan *market performance* (kinerja pasar). Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan kuantitatif. Pengolahan data kuantitatif menggunakan Microsoft Excel 2007 dan Minitab 13.2

3. Rancangan Biaya

Penggunaan biaya Program Kreativitas Mahasiswa di Bidang Penelitian SCP sebesar 80,54% yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. Rancangan Biaya

| Jenis Biaya | | Rincian | Nilai Rupiah |
|-------------|------------------------------|---------------------------------|--------------|
| 1 | Penggandaan / Foto copy | | |
| a. | Proposal | Rp 150 x 15 hal x 5 eks | Rp 11.250 |
| b. | Kuisoner | Rp 150 x 50 hal x 40 orang | Rp 300.000 |
| c. | Data Sekunder | Rp 150 x 100 hal | Rp 15.000 |
| d. | Draft Laporan | Rp 150 x 6 eks x 15 hal | Rp 13.500 |
| e. | Laporan Akhir | Rp 150 x 6 eks x 15 hal | Rp 13.500 |
| f. | Penjilidan | Rp 5.000 x 9 eks | Rp 45.000 |
| 2 | Transportasi | | |
| a. | Transportasi lokal | Rp 25.000 x 18 kali x 5 anggota | Rp 2.250.000 |
| b. | Transportasi Bogor – Jakarta | Rp 60.000 x 3 kali x 5 anggota | Rp 900.000 |
| C | Transportasi Informan | Rp 75.000 x 1 kali x 5 orang | Rp 375.000 |
| 3 | Konsumsi | | |
| a. | Konsumsi FGD | Rp 30.000 x 45 orang | Rp 1.350.000 |
| b. | Konsumsi informan | Rp 30.000 x 5 orang | Rp 150.000 |
| 4 | Dokumentasi | Rp 3.000 x 15 hal x 6 eks | Rp 270.000 |
| 5 | Komunikasi | Rp 150.000 x 5 bulan | Rp 750.000 |
| | Total | | Rp 6.443.250 |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kecapaian Target (100%)

Pencapaian tim SCP yaitu :

- Struktur pasar diseluruh saluran pemasaran sudah dapat diketahui yakni, struktur pasar di petani cenderung pasar persaingan sempurna, di pedagang pengumpul cenderung oligopoli, dan di grosir juga pengecer cenderung mendekati pasar persaingan sempurna
- Perilaku pasar yang terjadi di masing – masing saluran pemasaran yakni mudahnya keluar masuk pasar, namun informasi mengenai harga masih kurang dijangkau oleh petani
- Kinerja pasar yang diperoleh melalui margin pemasaran dan farmer share.

Pangsa Pasar

$$\text{Market Share (MS)} = \frac{\text{Produksi Perusahaan}}{\text{Total Produksi}} \times 100\% = 1.300 \text{ ton} / 440.897 \text{ ton} \times 100\% \\ = 0,2\% \text{ (99,8\% dikuasai oleh pihak lain untuk itu)}$$

kelompok tani hurip dapat menanganinya dengan cara peningkatan produk melalui upaya ketahanan pangan dan diversifikasi produk)

Konsentrasi Pasar

$$C_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_T} \quad 1.300 \text{ ton} / 58.309 \text{ ton} \times 100\% = 2.23\%$$

2.23% = penjualan ubi jalar masih menyebar dan tidak terpusat)

Hambatan Masuk Pasar

$$MES = \frac{\text{Produksi Ubi Jalar Pekatan Terbesar}}{\text{Total Produksi Ubi Jalar di Bogor}} = 1.300 \text{ ton} / 58.309 \times 100\% = 2.23\%$$

2.23% = hambatan masuk pasar masih dibawah 10% dengan artian bahwa jika kelompok tani hurip ingin melakukan upaya ketahanan pangan dapat dilakukan dengan cara penambahan jumlah petani baru untuk peningkatan produk

Analisis perilaku Pasar

Dalam menganalisis perilaku pasar dikaji dengan mendalam agar dapat menentukan kinerja pasar. Perilaku pasar merupakan cerminan dari struktur pasar sehingga akan mempengaruhi kegiatan penjualan dan pembelian. Struktur pasar ubi jalar di Desa Cikarawang mendekati pasar persaingan sempurna dengan penetapan harga ditentukan oleh mekanisme pasar.

Analisis Kinerja Pasar

Gabungan kelompok tani hurip menghasilkan 40 ton/bulan dan pembagiannya yaitu 35% untuk pabrik saos, 20% untuk pengecer, 20% untuk grosir, dan 25% untuk homeindustry. Saluran Pemasaran terdiri dari enam saluran yaitu:

Saluran 1 : Petani – Pengumpul – Pabrik Saos – Konsumen

Saluran 2 : Petani – Pengumpul – Homindustry – Konsumen

Saluran 3 : Petani – Pengumpul – Grosir Kramat Jati – Konsumen

Saluran 4 : Petani – Pengumpul – Grosir – Pengecer Pasar Minggu – Konsumen

Saluran 5 : Petani – Pedagang Pengumpul – Pengecer (Pasar Ciputat) – Konsumen

Saluran 6 : Petani – Pedagang Pengumpul – Pengecer (Pasar Minggu) - Konsumen

Tabel 4. Rekapitulasi harga di tingkat petani, konsumen serta margin pemasaran dan farmer share

| Saluran Tataniaga | Harga Petani (Rp/kg) | Tingkat Konsumen (Rp/kg) | Margin Pasar (Rp/kg) | Farmer Share (%) |
|-------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|------------------|
| Saluran 1 | 2000 | 3000 | 1500 | 66,67 |
| Saluran 2 | 2000 | 2500 | 1500 | 80 |
| Saluran 3 | 2000 | 3800 | 2300 | 52,63 |
| Saluran 4 | 2000 | 3500 | 2000 | 57,14 |
| Saluran 5 | 2000 | 3500 | 2000 | 57,14 |
| Saluran 6 | 2000 | 3800 | 2300 | 52,63 |

Fungsi – fungsi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan ubi jalar yaitu :

Tabel 8. Fungsi – fungsi Pemasaran Petani sampai Konsumen Akhir

| No | Fungsi Pemasaran | Petani | Pengumpul | Grosir | Pengecer | Homeindustry | Pabrik Saos |
|-----------------------------|--------------------------|--------|-----------|--------|----------|--------------|-------------|
| 1. Fungsi Pertukaran | | | | | | | |
| a. | Pembelian | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| b. | Penjualan | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2. Fungsi Fisik | | | | | | | |
| a. | Penyimpanan | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| b. | Pengangkutan | - | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| c. | Pengolahan | - | - | - | - | ✓ | ✓ |
| d. | Pengemasan | - | - | - | - | ✓ | ✓ |
| 3. Fungsi Fasilitas | | | | | | | |
| a. | Standarisasi dan Grading | - | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| b. | Pembiayaan | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| c. | Informasi Pasar | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| d. | Penanggungan Risiko | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Keterangan :

- ✓ = terdapat fungsi pemasaran
- = tidak terdapat fungsi pemasaran

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pendekatan *Structure, Conduct and Performance* (SCP) merupakan analisis struktur pasar yang ternyata mendekati pasar persaingan sempurna, perilaku pasar yang berdasarkan mekanisme pasar serta kinerja pasar yang cenderung efektif di saluran kedua yaitu homeindustry di Kelompok Tani Hurip sehingga dijadikan landasan untuk meningkatkan upaya ketahanan pangan melalui diversifikasi produk yaitu pembuatan brownis ubi jalar sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani yang dilihat dari farmer share sebesar 80%

Saran

Saran yang dapat membantu untuk meningkatkan kesejahteraan petani melalui pengembangan diversifikasi produk, perbaikan kemasan produk, dan perbanyak link pemasaran untuk meningkatkan penjualan yang mengakibatkan kesejahteraan petani pun meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Asmarantaka, R.W. 2012. *Pemasaran Agribisnis* (Agrimarketing). Bogor: Departemen Agribisnis FEM-IPB.

Badan Pusat Statistik.2010. *Data Statistik Sosial dan Ekonomi 2010*.Jakarta: BPS.

Baye, Michael. 2010. *Managerial Economics and Business Strategy*. Seventh Edition. McGraw-Hill /Irwin. Singapore

Besanko *et al*. 2010. *Economics of Strategy*. Fifth Edition. International Student Version. John Wiley & Sons (Asia).

Hudson, Darren. 2007. *Agricultural Markets and Prices*. Blackwell Publishing. United Kingdom.

Kohls dan Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. Pretince Hall, New Jersey.

Kotler. 1993. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi 7. Lembaga Penerbit FE UI. Jakarta.

Levens, Michael. 2010. *Marketing : Defined, Explained, Applied*. International Edition. Pearson : Pretince Hall.

Rosiana,Nia.2012. Sistem Pemasaran Gula Tebu (*cane sugar*) Dengan Pendekatan *Structure, Conduct, Performance* (SCP). *Tesis*. Institut Pertanian Bogor.

Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang

LAMPIRAN

| No | Uraian | Gambar |
|----|--|--|
| 1 | Turun Lapang untuk menemui Bapak Ahmad Bastari terkait dengan pendekatan dan pencarian informasi harga ubi jalar, produksi ubi jalar, dan kemampuan Gapoktan Hurip dalam memproduksi ubi jalar |   |
| 2 | Wawancara dengan Petani terkait dengan harga yang dijual petani dan fungsi pemasaran apa saja yang telah dilakukan |   |
| 3 | Wawancara dengan Pak Pepen selaku pedagang pengumpul |   |
| 4 | Dokumentasi Produk Ubi Jalar |   |
| 5 | Musyawarah dengan Penyuluh, Mahasiswa, Kelompok Wanita Tani, Gapoktan |   |
| 6 | Wawancara ke Pedagang Pengecer di pasar Ciputat dan Pabrik Olahan (Lapis Bogor dan Mr Brown co) |   |
| 7 | Program Kreativitas Mahasiswa Penelitian SCP lolos mengikuti Konferensi AISC Taiwan 2013 |  |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| 8 | Surat Kunjung Lapang dan Surat Undangan Temu Bisnis |  |  |  |
| 9 | Surat Bukti Kerjasama dengan Kemitraan Saos dan domisili usaha |  |  | |
| 10 | Temu Bisnis dengan Lapis Bogor dan Mr Brown Co |  |  | |