

RINGKASAN

Sub Terminal Agribisnis (STA) yang terletak di Kecamatan Panumbangan merupakan institusi pelayanan pemasaran yang dibentuk oleh Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat untuk membantu petani khususnya petani hortikultura dalam memasarkan hasil panennya. Minimnya pengetahuan dan informasi mengakibatkan masih banyak petani yang menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul dan tidak bermitra dengan STA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pola kemitraan pemasaran yang dilakukan antara STA dengan petani mitra, (2) Marjin pemasaran pada setiap saluran pemasaran baik petani mitra maupun non mitra, (3) Bagian yang diterima petani (*farmer's share*), persentase biaya dan keuntungan serta efisiensi teknis dan ekonomis pada pemasaran cabai petani mitra maupun non mitra, dan (4) Saluran pemasaran yang paling efisien pada pemasaran cabai antara petani mitra dan non mitra.

Penelitian dilakukan pada tanggal 2 Februari sampai 16 Maret 2019 dengan metode survei. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus untuk petani dan *snowball sampling* untuk pedagang. Diperoleh 10 responden petani mitra dan 28 responden petani non mitra serta 15 responden pedagang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, marjin pemasaran, *farmer's share*, persentase biaya dan keuntungan pemasaran, serta efisiensi teknis dan ekonomis.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) Pola kemitraan yang terbentuk antara petani mitra dengan STA adalah pola kemitraan kerjasama operasional agribisnis (KOA). (2) Terdapat empat saluran pemasaran cabai di Kecamatan Panumbangan yaitu (I) petani – STA – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen, dengan marjin Rp8.600,00 per kg; (II) petani – STA – pedagang pengecer – konsumen, dengan marjin Rp7.300,00 per kg; (III) petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen, dengan marjin Rp12.000,00 per kg; dan (IV) petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen, dengan marjin Rp10.000,00 per kg. (3) saluran pemasaran I memiliki *farmer's share* 75,64%, persentase biaya 4,76% dan keuntungan 95,24% dengan efisiensi teknis 13,07 dan efisiensi ekonomis 20,00, saluran pemasaran II memiliki *farmer's share* 78,53%, persentase biaya 4,67% dan keuntungan 95,33% dengan efisiensi teknis 10,88 dan efisiensi ekonomis 20,43, saluran pemasaran III memiliki *farmer's share* 65,71% persentase biaya 6,61% dan keuntungan 93,39% dengan efisiensi teknis 27,53 dan efisiensi ekonomis 14,13, saluran pemasaran IV memiliki *farmer's share* 68,75% persentase biaya 5,67% dan keuntungan 94,33%, dengan efisiensi teknis 22,56 dan efisiensi ekonomis 16,62. (4) Saluran pemasaran cabai petani mitra lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran cabai petani non mitra di Kecamatan Panumbangan.

SUMMARY

Sub Terminal Agribusiness (STA) located in Panumbangan Subdistrict is a marketing service institution established by the Office of Food Crops in West Java Province to help farmers especially horticulture farmers in marketing their crops. The lack of knowledge and information resulted in many farmers selling their crops to collecting traders and not partnering with the STA. This study aims to determine: (1) the pattern of marketing partnerships between STA and partner farmers, (2) marketing margins for each marketing channel both partner and non-partner farmers, (3) farmer's share, cost percentage and profits and technical and economic efficiency in the marketing of partner and non-partner chili farmers, and (4) The most efficient marketing channel for chili marketing between partner and non-partner farmers.

The study was conducted on February 2 to March 16, 2019 with the survey method. The sampling method in this study used a census method for farmers and snowball sampling for traders. There were 10 respondents from partner farmers and 28 respondents from non-partner farmers and 15 respondents from traders. The analytical methods used are descriptive analysis, marketing margin, farmer's share, percentage of costs and marketing benefits, and technical and economic efficiency.

The results of the study show: (1) The pattern of partnerships formed between partner farmers and STA is a pattern of agribusiness cooperation cooperation partnerships (KOA). (2) There are four chili marketing channels in Panumbangan District, namely (I) - STA farmers - wholesalers - retailers - consumers, with a margin of Rp.8,600 per kg; (II) farmers - STA - retailers - consumers, with a margin of Rp7,300 per kg; (III) farmers - collectors - wholesalers - retailers - consumers, with a margin of IDR 12,000 per kg; and (IV) farmers - collectors - retailers - consumers, with a margin of IDR 10,000 per kg. (3) marketing channel I has a farmer's share of 75.64%, cost percentage of 4.76% and profit of 95.24% with technical efficiency of 13.07 and economic efficiency of 20.00, marketing channel II has a farmer's share of 78.53%, cost percentage 4.67% and profit 95.33% with technical efficiency 10.88 and economic efficiency 20.43, marketing channel III has farmer's share 65.71% cost percentage 6.61% and profit 93.39% with technical efficiency 27.53 and economic efficiency 14.13, marketing channel IV has a farmer's share 68.75%, cost percentage 5.67% and profit 94.33%, with technical efficiency 22.56 and economic efficiency 16.62. (4) Channels of partner farmers' chili marketing are more efficient than the chili marketing channels of non-partner farmers in Panumbangan District.