

RINGKASAN

Sub Terminal Agribisnis (STA) merupakan infrastruktur pemasaran sebagai tempat transaksi jual beli hasil pertanian baik transaksi fisik maupun non fisik yang terletak di sentra produksi. STA Kutabawa merupakan pasar yang didirikan oleh pemerintah daerah Purbalingga untuk memfasilitasi pemasaran komoditas pertanian di Desa Kutabawa dan sekitarnya. Meskipun STA telah beroperasi cukup lama namun di Desa Kutabawa masih terdapat lembaga pemasaran tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa petani di desa ini belum seluruhnya menggunakan STA sebagai sarana memasarkan hasil pertaniannya. Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis kinerja Sub Terminal Agribisnis Kutabawa dan 2) Menganalisis peluang pilihan petani dalam memilih kelembagaan pemasaran beserta alasannya.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Penelitian dilaksanakan di Desa Kutabawa, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga pada bulan April 2019. Pengambilan sampel petani sebanyak 56 orang diperoleh menggunakan metode *simple random sampling* dan lembaga pemasaran sebanyak 37 orang diperoleh menggunakan metode *snow ball sampling*. Metode analisis kinerja STA yang digunakan yaitu saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* rasio keuntungan terhadap biaya serta peluang pilihan kelembagaan pemasaran menggunakan *binary logistic regression*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kinerja Sub Terminal Agribisnis Kutabawa menunjukkan bahwa terdapat perbedaan margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya pada setiap saluran pemasaran yang melalui STA Kutabawa dan kelembagaan tradisional. Saluran pemasaran yang melalui STA Kutabawa lebih efisien dari kelembagaan tradisional, karena memiliki margin pemasaran yang lebih rendah, bagian harga yang diterima petani lebih tinggi dan setiap lembaga pemasaran memperoleh keuntungan dari biaya pemasaran yang dikeluarkan. 2) Peluang dipilihnya kelembagaan pemasaran dipengaruhi oleh cara pembayaran, volume penjualan, jarak lahan ke STA dan kepemilikan kendaraan. Peluang petani yang menginginkan hasil panen dibayar langsung, jumlah hasil panen kurang dari sama dengan 140 kilogram, jarak lahan kurang dari dua kilometer dan memiliki kendaraan cenderung memilih menjual langsung ke STA Kutabawa.

SUMMARY

Agribusiness Sub Terminal (STA) is marketing infrastructure as a place for buying and selling agricultural products both physical and non-physical transactions located in the production center. STA Kutabawa is a market established by the local government of Purbalingga to facilitate the marketing of agricultural commodities in kutabawa village and its surroundings. Even though STA has been operating for a long time, there are still traditional marketing institutions in Kutabawa Village. This shows that farmers in this village have not all used STA as a means to market their agricultural products. This study aims to 1) analyze the performance of the Kutabawa Agribusiness Sub-Terminal and 2) Analyze the farmers' choice opportunities in choosing marketing institutional and their reasons.

The research method used was a survey method. The study was conducted in Kutabawa Village, Karangreja Subdistrict, Purbalingga Regency in April 2019. Sampling of 56 farmers was obtained using the simple random sampling method and as many as 37 marketing institutions were obtained using the snow ball sampling method. STA performance analysis methods used are marketing channels, marketing margins, farmer's share and profit-to-cost ratios, and opportunities for marketing institutional choices using binary logistic regression.

The results showed that 1) The performance of the Kutabawa Agribusiness Sub-Terminal shows that there are differences in marketing margins, farmer share and profit-to-cost ratios for each marketing channel through the Kutabawa STA and traditional institutions. Marketing channels through the Kutabawa STA are more efficient than traditional institutions, because they have lower marketing margins, prices received by farmers is higher and each marketing institution get the benefits from the marketing costs incurred. 2) Opportunity to choose it as a place of payment, sales volume, land distance to STA and vehicle ownership. Opportunities for farmers who requested directly, the number of harvests is less than equal to 140 kilograms, planting distance is less than two kilometers and has a vehicle that uses to choose directly to Kutabawa STA.