

RINGKASAN

Desa Belik yang terletak di Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang merupakan wilayah agraris di dataran tinggi Pegunungan Serayu Selatan yang memiliki kondisi lahan berlereng, tanah yang subur, dan iklim yang mendukung untuk melakukan kegiatan pertanian. Komoditas unggulan Desa Belik adalah nanas madu, di mana lebih dari 83% lahan desa dimanfaatkan untuk budidaya nanas madu. Petani nanas madu di Desa Belik umumnya berada pada usia produktif dengan pengalaman bertani cukup lama, namun didominasi oleh tingkat pendidikan formal yang rendah serta lahan yang dikelola oleh petani masih dalam skala kecil. Kondisi tersebut berdampak pada produksi dan pendapatan petani yang relatif rendah, di mana sebagian besar petani hanya menghasilkan 5.000 sampai 10.000 butir nanas per musim tanam dengan pendapatan bersih kurang dari Rp 5.000.000 per tahun.

Pemasaran yang digunakan oleh petani adalah sistem tebas panen karena memberikan kemudahan dalam transaksi, penghematan tenaga dan waktu, serta kepastian pendapatan. Namun, sistem ini juga menyebabkan posisi tawar petani menjadi rendah dan nilai tambah komoditas nanas madu lebih banyak dirasakan oleh pihak penebas. Selain itu, dalam pelaksanaannya terdapat risiko keterlambatan bahkan tidak terlaksananya pelunasan pembayaran oleh penebas yang semakin merugikan petani. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi komoditas unggulan dan pendapatan riil yang diterima petani, meskipun nanas madu telah memiliki sertifikasi Indikasi Geografis (IG).

Hasil analisis menunjukkan bahwa keputusan petani nanas madu dalam menggunakan sistem tebas panen dipengaruhi secara signifikan oleh bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, khususnya variabel *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Variabel *people* menjadi faktor paling dominan yang menegaskan bahwa hubungan sosial dan kepercayaan petani dan penebas berperan besar dalam pengambilan keputusan. Model regresi yang digunakan menjelaskan secara kuat dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,929, yang menunjukkan bahwa 92,9% variasi keputusan petani dapat dijelaskan oleh variabel dalam model. Sementara itu, variabel *product* dan *price* tidak berpengaruh signifikan, yang mengindikasikan bahwa kualitas dan harga nanas madu telah dianggap sebagai faktor standar oleh petani.

SUMMARY

Belik Village is an agricultural region in the highlands of the South Serayu Mountains with sloping terrain, rich soil, and a climate that supports farming. It is situated in the Belik District of Pemalang Regency. Belik Village's main product is honey pineapple, which is grown on more than 83% of the village's territory. The majority of Belik Village's honey pineapple growers are of productive age and have a great deal of agricultural experience, although their formal education levels are generally poor, and the amount of land they cultivate is still tiny. Even though honey pineapples have received Geographical Indication (GI) certification, most farmers only produce 5,000 to 10,000 pineapples per planting season and earn less than IDR 5,000,000 annually due to this circumstance.

Farmers adopt the slash-and-harvest approach for marketing because it makes transactions simple, saves time and work, and guarantees revenue. The extra value of honey pineapples is mostly felt by harvesters, and this system also gives farmers a weak negotiating position. Additionally, there is a chance that the harvesters won't pay at all or will pay late, which would hurt the farmers much more. Despite the geographical indication (GI) certification of honey pineapples, this circumstance demonstrates a discrepancy between the potential of superior commodities and the actual income earned by farmers.

The analysis's findings show that the 7P marketing mix—specifically, the variables of site, promotion, people, process, and tangible evidence—has a major impact on honey pineapple growers' decisions to employ the harvest-slash technique. The most important aspect is the people variable, which emphasizes how important trust and social ties are to decision-making between farmers and harvesters. The regression model used provides a strong explanation with an Adjusted R Square value of 0.929, indicating that 92.9% of the variation in farmers' decisions can be explained by the variables in the model. Meanwhile, the product and price variables have no significant effect, suggesting that the quality and price of honey pineapples are regarded as standard factors by the farmers.