

Perbedaan pendapatan petani yang menggunakan sub terminal agribisnis (STA) dengan yang tidak menggunakan STA sebagai lembaga pemasaran di kota Payakumbuh Propinsi Sumatera barat

Rozi Saswita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136062&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemasaran hasil menjadi kendala utama bagi petani kita. Posisi petani dalam rantai pemasaran sangat lemah, yang disebabkan oleh : 1) pangsa pasar petani relatif terbatas, 2) komoditas yang dihasilkan umumnya cepat rusak, 3) lokasi produksi yang relatif terpencil, 4) kurangnya informasi harga, kualitas dan kuantitas yang diinginkan oleh konsumen dan 5) kebijakan pemerintah masih jauh dari menguntungkan petani.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan meningkatkan nilai tambah petani dan produk agribisnis, serta meningkatkan kesejahteraan petani adalah mengembangkan lembaga-lembaga pemasaran seperti Sub Terminal Agribisnis (STA). Salah satunya adalah STA di Kota Payakumbuh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan pendapatan petani yang menggunakan STA dengan yang tidak menggunakan STA dan menganalisis pelaksanaan STA dalam memecahkan permasalahan pemasaran produk pertanian di Kota Payakumbuh dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi linier berganda dan deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa STA tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan petani di Kota Payakumbuh, tetapi setelah dilakukan analisis regresi masing-masing untuk petani pengguna STA dan petani yang tidak menggunakan STA diperoleh hasil bahwa terdapat peningkatan pendapatan yang lebih tinggi untuk petani yang menggunakan STA dibandingkan dengan petani yang tidak menggunakan STA. Dengan adanya pembangunan STA Baliak Mayang dan Koto Saiyo di Kota Payakumbuh telah mampu memecahkan permasalahan pemasaran terutama komoditi hortikultura khususnya mentimun di Kota Payakumbuh sehingga pendapatan petani di Kota Payakumbuh dapat lebih meningkat.

Marketing of a major obstacle for our farmers. The position of farmers in the marketing chain is very weak, which is caused by: 1) farmer's market share is relatively limited, 2) the commodities produced are generally easily damaged, 3) production of a relatively remote location, 4) lack of information on price, quality and quantity desired by consumers and 5) government policies are still far from profitable farmers. Efforts that can be done to improve marketing efficiency and increase the added value of farmers and agribusiness products, and improving the welfare of farmers is to develop marketing institutions such as Agribusiness Sub Terminal (STA). One of them is in Payakumbuh. This study purposes to analyze the differences in the incomes of farmers who use that do not use STA by STA and analyze the implementation of the STA in solving problems of marketing agricultural products in Payakumbuh using a quantitative approach with multiple regression and descriptive qualitative.

From the research we concluded that the STA does not significantly influence the farmer's income in Payakumbuh, but after each regression analysis for users of STA and peasant farmers who do not use STA result that there is a higher income for farmers who use the STA compared with farmers who do not use STA. With the development of STA Baliak Mayang and Koto Saiyo in Payakumbuh has been able to solve marketing problems, especially in horticulture, especially cucumber in Payakumbuh so that income of farmers in Payakumbuh can be increased.