SKRIPSI

ANALISIS SALURAN PEMASARAN SERTA FAKTOR-FAKTOR PENDORONG PEMILIHAN SALURAN PEMASARAN GULA PASIR PETANI TEBU MITRA PABRIK GULA CINTA MANIS

MARKETING CHANNEL ANALYSIS AND DRIVING FACTORS FOR SUGARCANE FARMERS' CHOICE OF MARKETING CHANNELS OF CINTA MANIS SUGAR FACTORY PARTNERS

Aqila Rizky Karimah
05011282025073

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024

SUMMARY

AQILA RIZKY KARIMAH. Marketing Channel Analysis And Driving Factors For Sugarcane Farmers' Choice Of Marketing Channels Of Cinta Manis Sugar Factory Partners (Supervised by **ELLY ROSANA**).

Determining an appropriate marketing channel for granulated sugar is a significant step for sugarcane farmers because each marketing channel offers different profit margins for them. The objectives of this study are: (1) Analyzing the marketing channels and marketing margins of sugarcane farmers' sugar in the vicinity of the Cinta Manis Sugar Factory. (2) Analyzing the driving factors for farmers in selecting marketing channels for sugarcane farmers partnering with the Cinta Manis Sugar Factory. (3) Analyzing the income of sugarcane farmers from the sale of sugar through profit-sharing with the Cinta Manis Sugar Factory. This research was conducted in the vicinity of the Cinta Manis Sugar Factory in Ogan Ilir Regency from December 2023 to January 2024. The research location was purposively chosen. The research method employed was the Survey Method. The sampling method utilized Purposive Sampling with specific criteria, selecting 15 farmers out of a total of 40 sugarcane farmers. The data used comprised both primary and secondary data. Data processing for each objective employed descriptive analysis, Likert scale analysis, and formulas. The research findings revealed that sugarcane farmers chose 2 types of marketing channels to market their sugar. The driving factors influencing farmers' decisions in selecting a marketing channel, with the greatest impact, were price, social trust, sugar quantity, and sales distance. The average income of sugaecane farmers from selling sugars is RpRp92.581.564. per year. Sugarcane farmers' income from sugar sales ranged from Rp15,153,501 to Rp21,830,424 per hectare of land per year.

Keywords: marketing channels, sugarcane farmers, sugar

RINGKASAN

AQILA RIZKY KARIMAH. Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-Faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis (Dibimbing oleh **ELLY ROSANA**).

Menentukan suatu saluran pemasaran gula pasir yang tepat merupakan langkah yang penting bagi petani tebu, sebab setiap saluran pemasaran memberikan proporsi keuntungan yang berbeda bagi petani tebu. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis saluran pemasaran dan margin pemasaran gula milik petani tebu di wilayah sekitar Pabrik Gula Cinta Manis. (2) Menganalisis faktor-faktor pendorong petani dalam memilih saluran pemasaran gula milik petani yang bermitra dengan Pabrik Gula Cinta Manis. (3) Menganalisis pendapatan petani tebu dari hasil penjualan gula dari bagi hasil dengan Pabrik Gula Cinta Manis. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah sekitar Pabrik Gula Cinta Manis Kabupaten Ogan Ilir pada Bulan Desember 2023-Januari 2024. Lokasi Penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Metode penelitian yang digunakan ialah Metode Survei. Metode Penarikan contoh menggunakan *Purposive Sampling* dengan beberapa kriteria, yaitu sebanyak 15 petani dari total 40 petani tebu. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Pengolahan data untuk setiap tujuan menggunakan analisis deskriptif, analisis skala likert dan juga rumus. Hasil penelitian didapati bahwa terdapat 2 jenis saluran pemasaran yang dipilih oleh petani tebu dalam memasarkan gula miliknya. Faktor-faktor pendorong keputusan petani dalam memilih suatu saluran pemasaran dari yang paling berpengaruh adalah faktor harga, rasa percaya, jumlah gula, dan jarak penjualan. Pendapatan rata-rata seluruh petani contoh dari hasil penjualan gula miliknya adalah sebesar Rp92.581.564. Pendapatan per ha berkisar antara Rp15.153.501 hingga Rp21.830.424 per ha lahan per tahun.

Kata kunci: gula pasir, petani tebu, saluran pemasaran

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN PEMASARAN SERTA FAKTOR-FAKTOR PENDORONG PEMILIHAN SALURAN PEMASARAN GULA PASIR PETANI TEBU MITRA PABRIK GULA CINTA MANIS

Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya

Aqila Rizky Karimah
05011282025073

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SALURAN PEMASARAN SERTA FAKTOR-FAKTOR PENDORONG PEMILIHAN SALURAN PEMASARAN GULA PASIR PETANI TEBU MITRA PABRIK GULA CINTA MANIS

SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:
Aqila Rizky Karimah
05011282025073

Indralaya, Mei 2024

Pembimbing

Elly Rosana, S.P., M.Si.
NIP. 197907272003122003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian Unsri

Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul "Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis" oleh Aqila Rizky Karimah telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 06 Mei 2024 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si. — Ketua — (.....)
   NIP. 197810152001122001
2. Merna Ayu Sulastri, S.P., M.P. — Sekretaris — (.....)
   NIP. 199708122023212024
3. Thirtawati, S.P., M.Si. — Penguji — (.....)
   NIP. 198005122003122001
4. Elly Rosana, S.P., M.Si. — Pembimbing — (.....)
   NIP. 197907272003122003

Indralaya, Mei 2024
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

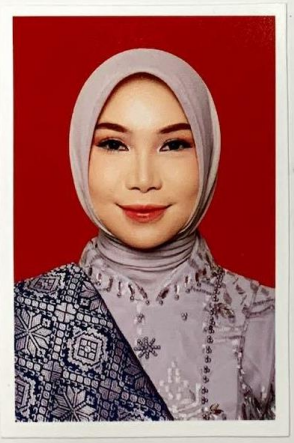
Nama : Aqila Rizky Karimah

NIM : 05011282025073

Judul : Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-Faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Mei 2024

Aqila Rizky Karimah

RIWAYAT HIDUP

Penulis memiliki nama lengkap Aqila Rizky Karimah yang kerap dipanggil Aqila, lahir pada tanggal 11 November 2002 di Pangkalpinang, Bangka Belitung. Penulis merupakan anak sulung dari pasangan Bapak Ahmad Syahhal dan Ibu Nur Aini. Perjalanan pendidikan akademik penulis bermula dari TK Setia Utama Pangkalpinang. Jenjang pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 10 Pangkalpinang dan lulus pada 2014, kemudian melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 2 Pangkalpinang lalu tamat pada tahun 2017. Penulis menempuh pendidikan di SMA Negeri 1 Pangkalpinang dan selesai pada tahun 2020. Saat ini, penulis sedang mengemban pendidikan menjadi seorang mahasiswi semester 8 pada Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian di Universitas Sriwijaya.

Penulis memiliki pengalaman organisasi internal kampus seperti Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA), dan anggota *Internasional Association of Students in Agricultural and Related Science* (IAAS) LC UNSRI 2023. Penulis juga memiliki ketertarikan dalam mempelajari Bahasa Inggris, hingga pernah menjadi Juara 2 pada *National University Debating Championship* FP UNSRI 2022 dan Harapan 2 pada *National University Debating Championship* FP UNSRI 2023. Selain itu, penulis juga pernah mengikuti kegiatan sosial seperti menjadi *voluenteer* pada Kegiatan Ruang Baca dan Bahasa di Desa Payakabung *Batch* 1.0 pada tahun 2022.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul "Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-Faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis". Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua Orang tua penulis yaitu Bapak Ahmad Syahhal dan Ibu Nur Aini yang telah dengan penuh kasih sayang dan ketulusan hati mendoakan serta menguatkan penulis, tak lupa juga dukungan berupa afirmasi positif dikala penulis sedang bersedih dan merasa letih.
2. Ibu Elly Rosana, S.P., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang selalu sabar ketika membimbing dan mengarahkan jalannya pembuatan hingga penyelesaian skripsi ini. Selain membimbing di bidang akademik, Ibu Elly juga sering memberikan wejangan mengenai kehidupan yang akan selalu dikenang oleh penulis.
3. Adik penulis, Rizieq Ramadhan yang selalu menjadi motivasi penulis untuk menjadi lebih baik.
4. Ibu Dr. Selly Oktarina, S.P., M.Si. yang telah bersedia menjadi dosen penelaah pada seminar proposal, seminar hasil, dan menjadi ketua penguji skripsi penulis.
5. Ibu Thirtawati, S.P., M.Si. yang telah bersedia menjadi dosen penguji pada skripsi penulis.
6. Ibu Merna Ayu Sulastri, S.P., M.P. sebagai sekretaris penguji pada ujian skripsi penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen prodi Agribisnis yang telah mengajarkan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Seluruh jajaran staff akademik di Fakultas Pertanian yang bersedia membantu penulis untuk mengurusi berkas selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
9. Bapak Thamrin Asku sebagai narasumber utama dari Pabrik Gula Cinta Manis yang sudah bersedia menjawab semua kebutuhan data yang diperlukan penulis.
10. Petani tebu mitra Pabrik Gula Cinta Manis yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

11. Teman-teman seperbimbingan Ibu Elly (Nadilla, Aniesa, Alouita, Niekko, Siti, Akbar dan Gilang) yang bersama-sama berjuang bersama penulis.
12. Teman baik penulis yang bertemu di masa perkuliahan ini, Melly Hardika.
13. Sahabat penulis semasa SMA (Betty, Septia, Nadya, Diba, Amira, dan Della), terima kasih sudah menjadi teman yang supportif.
14. Seluruh teman-teman kelas Agribisnis A Indralaya 2020 dan teman seperjuangan di Program Studi Agribisnis yang sudah menjadi bagian dari cerita masa kuliah penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang dapat membantu memperbaiki dan menyempurnakan tulisan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat berguna dimasa yang akan datang.

Indralaya, Mei 2024

Aqila Rizky Karimah

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB 1. PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 3
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN 5
2.1. Tinjauan Pustaka 5
2.1.1. Konsepsi Tanaman Tebu 5
2.1.2. Konsepsi Tebu Rakyat 6
2.1.3. Konsepsi Kemitraan Sistem Bagi Hasil 7
2.1.4. Konsepsi Pemasaran dan Fungsi Pemasaran 8
2.1.5. Konsepsi Saluran Pemasaran 8
2.1.6. Konsepsi Margin Pemasaran 10
2.1.7. Konsepsi Efisiensi Pemasaran 11
2.1.8. Konsepsi Pendapatan 11
2.1.9. Faktor-faktor Pendorong Keputusan Petani 12
2.2. Model Pendekatan 13
2.3. Hipotesis 13
2.4. Batasan Operasional 15
BAB 3. METODE PENELITIAN 17
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian 17
3.2. Metode Penelitian 17
3.3. Metode Penarikan Contoh 17
3.4. Metode Pengumpulan Data 18
3.5. Metode Pengolahan Data 18
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN 24
4.1. Keadaan Umum Tempat Penelitian 24

Halaman

4.1.1. Letak Pabrik dan Batas Umum Administrasi 25
4.1.2. Kondisi Produksi Gula Pabrik Cinta Manis 26
4.1.3. Kondisi Tebu Rakyat..... 28
4.2. Karakteristik Petani Contoh 30
4.2.1. Umur Petani 31
4.2.2. Jenis Kelamin Petani 32
4.2.3. Tingkat Pendidikan 32
4.2.4. Luas Garapan Petani 33
4.2.5. Lama Berusahatani..... 34
4.3. Sistem Bagi Hasil Gula Pasir Dalam Kemitraan Antara Petani dan Pabrik Gula..... 34
4.4. Kondisi Pemasaran Gula Pasir Milik Petani 37
4.5. Saluran Pemasaran Gula Pasir Milik Petani 38
4.5.1. Margin Pemasaran Gula Pasir Milik Petani 41
4.5.2. *Farmer.s Share* Gula Pasir..... 43
4.6. Faktor-faktor Pendorong Keputusan Petani Memilih Suatu Saluran Pemasaran Gula 45
4.6.1. Faktor Harga..... 45
4.6.2. Faktor Rasa Percaya..... 46
4.6.3. Faktor Jumlah Gula..... 47
4.6.4. Faktor Jarak Penjualan 48
4.7. Pendapatan Petani Tebu dari Hasil Penjualan Gula..... 48
4.7.1. Biaya Usahatani 49
4.7.2. Penerimaan Petani Tebu..... 51
4.7.3. Pendapatan petani tebu..... 52
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN 54
5.1. Kesimpulan 54
5.2. Saran..... 54
DAFTAR PUSTAKA 55
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Skema Bagi Hasil Gula di PG Cinta Manis 8

Tabel 3.1. Nilai Interval untuk 3 Pernyataan 21

Tabel 3.2. Nilai Interval untuk 4 Pernyataan 21

Tabel 4.1. Umur Petani Tebu 31

Tabel 4.2. Jenis Kelamin. 32

Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan 33

Tabel 4.4. Luas Garapan Lahan Tebu 33

Tabel 4.5. Lama Usahatani Tebu. 34

Tabel 4.7. Sistem Bagi Hasil Secara Progresif 35

Tabel 4.8. Kategori Saluran Pemasaran dan Jumlah Petani 40

Tabel 4.9. Margin Pemasaran Gula Milik Petani pada setiap saluran 42

Tabel 4.10. Margin Keuntungan Setiap Lembaga Pemasaran Gula Milik Petani 42

Tabel 4.11. Analisis *farmers share* pada saluran pemasaran gula pasir milik petani 43

Tabel 4.12. Indikator Faktor-faktor Pendorong Pemilihan Saluran pemasaran gula 45

Tabel 4.13. Biaya Tetap Usahatani Tebu per Ha 49

Tabel 4.14. Biaya Variabel Usahatani Tebu per Ha 50

Tabel 4.15. Jumlah Biaya Total Usahatani Tebu 51

Tabel 4.16. Penerimaan Petani Dari Hasil Usahatani Tebu 52

Tabel 4.17. Hasil Analisis Pendapatan Usahatani Tebu 53

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2. 1. Skema saluran pemasaran oleh Kotler dan Keller 10
Gambar 2. 2. Model Pendekatan Secara Diagramatik 13

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Letak Geografis Pabrik Gula Cinta Manis 60
Lampiran 2. Identitas Petani Tebu Responden 61
Lampiran 3. Hasil Pembobotan Faktor Indikator Jumlah Gula 62
Lampiran 4. Hasil Pembobotan Faktor Indikator Jarak 63
Lampiran 5. Hasil Pembobotan Faktor Indikator Rasa percaya. 64
Lampiran 6. Hasil Pembobotan Faktor Indikator Harga..... 65
Lampiran 7. Hasil Produksi Gula Petani Responden Tahun 2023..... 66
Lampiran 8. Hasil Olah Data Pendapatan Petani Tebu Kemitraan 2023.... 67
Lampiran 9. Kuesioner Penelitian..... 68
Lampiran 10. Fase Hidup Tanaman Tebu..... 72
Lampiran 11. Pengambilan Data Penelitian Saat FTK 73
Lampiran 12. Pengambilan Data di Gudang Penyimpanan Gula 74
Lampiran 13. Proses Pengumpulan Data dari Manager Tebu Rakyat 75
Lampiran 14. Pengumpulan Data dari Asisten Manajer Tebu Rakyat..... 76
Lampiran 15. Lahan Tebu Milik Petani Kemitraan 77

BIODATA

Nama/NIM	**: Aqila Rizky Karimah/05011282025073**
Tempat/tanggal lahir	**: Pangkalpinang/11 November 2002**
Tanggal Lulus	**: 22 Maret 2023**
Fakultas	**: Pertanian**
Judul	**: Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-Faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis**
Dosen Pembimbing Skripsi	**: Elly Rosana, S.P., M.Si.**
Pembimbing Akademik	**: Elly Rosana, S.P., M.Si.**

Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-Faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis

Marketing Channel Analysis and Driving Factors for Sugarcane Farmers' Choice of Marketing Channels of Cinta Manis Sugar Factory Partners

Aqila Rizky Karimah[1] Elly Rosana[2]

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya, Jalan Palembang-Indralaya
Km.32, Indralaya Ogan Ilir, 30662

Abstract

Determining an appropriate marketing channel for granulated sugar is a significant step for sugarcane farmers because each marketing channel offers different profit margins for them. The objectives of this study are: (1) Analyzing the marketing channels and marketing margins of sugarcane farmers' sugar in the vicinity of the Cinta Manis Sugar Factory. (2) Analyzing the driving factors for farmers in selecting marketing channels for sugarcane farmers partnering with the Cinta Manis Sugar Factory. (3) Analyzing the income of sugarcane farmers from the sale of sugar through profit-sharing with the Cinta Manis Sugar Factory. This research was conducted in the vicinity of the Cinta Manis Sugar Factory in Ogan Ilir Regency from December 2023 to January 2024. The research location was purposively chosen. The research method employed was the Survey Method. The sampling method utilized Purposive Sampling with specific criteria, selecting 15 farmers out of a total of 40 sugarcane farmers. The data used comprised both primary and secondary data. Data processing for each objective employed descriptive analysis, Likert scale analysis, and formulas. The research findings revealed that sugarcane farmers chose 2 types of marketing channels to market their sugar. The driving factors influencing farmers' decisions in selecting a marketing channel, with the greatest impact, were price, social trust, sugar

quantity, and sales distance. The average income of sugaecane farmers from selling sugars is RpRp92.581.564. per year. Sugarcane farmers' income from sugar sales ranged from Rp15,153,501 to Rp21,830,424 per hectare of land per year.

Keywords: marketing channels, sugarcane farmers, sugar

---

[1]Mahasiswa
[2]Pembimbing

Indralaya, Mei 2024

Pembimbing

Elly Rosana, S.P., M.Si.
NIP. 197907272003122003

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sektor pertanian berkaitan erat dengan aspek sosial dan ekonomi warga negara Indonesia. Salah satu komoditi penting yang banyak ditanami ialah tebu karena merupakan bahan baku dalam produksi gula kristal. Permintaan gula yang semakin bertambah setiap tahun mengakibatkan pabrik gula di Indonesia kesulitan memenuhi permintaan akan produk gula setiap tahunnya. Sehingga mengharuskan adanya impor gula, dirilis dari data BPS menyatakan bahwa pada tahun 2022 Indonesia mengimpor gula sebanyak 6 juta ton, jumlah tersebut adalah yang terbanyak sejak 5 tahun terakhir. Namun, dengan adanya permasalahan ini dapat menjadi peluang besar bagi peningkatan kapasitas produksi pabrik gula di Indonesia (BPS, 2023).

Pabrik Gula yang terdapat di Sumatera Selatan salah satunya ialah milik BUMN yaitu PTPN VII Unit Cinta Manis yang merupakan pabrik gula juga memiliki perkebunan tebu. Pabrik Gula Cinta Manis berlokasi di Desa Ketiau Sumatera Selatan dikelola oleh dua PT yang berbeda yaitu PT. Buma Cima Nusantara yang mengawasi bagian perkebunan dan PT. Sinergi Gula Nusantara (*Sugar Co*) yang mengelola bagian pabrik. Saat ini Pabrik Gula Cinta Manis memiliki 11.000 hektar lahan yang digunakan untuk penanaman tebu, tebu yang ditanami oleh perusahaan ini disebut dengan Tebu Sendiri. Namun dalam rangka memperluas cakupan produksi akibat tingginya permintaan produk gula, Pabrik Gula Cinta Manis membutuhkan pasokan tebu yang lebih banyak, maka dibuatlah jalan keluar dengan mengadakan suatu kerja sama/kemitraan antara petani disekitar lokasi pabrik dengan pihak Pabrik Gula Cinta Manis. Program kerja sama ini disebut dengan Tebu Rakyat. Program tebu rakyat berkaitan dengan bagian pabrik dan Pelayanan teknis sehingga pada pelaksanaannya diawasi oleh PT. Sinergi Gula Nusantara.

Pabrik Gula Cinta Manis dalam Program Kemitraan Tebu Rakyat menerapkan sistem bagi hasil berupa hasil olahan tebu yaitu gula pasir dan molases/tetes tebu, banyak sedikitnya pembagian jumlah gula didasari oleh tingkat

rendemen pada *batch* produksi saat itu serta kesepakatan persenan pembagian gula. Rendemen adalah kadar gula yang terkandung pada tebu, semakin tinggi rendemen maka semakin banyak jumlah gula yang dihasilkan. Setelah bagi hasil dan perhitungan pembagian gula, gula yang didapatkan adalah milik petani seutuhnya sehingga dalam hal pemasarannya sesuai dengan keinginan petani itu sendiri. Selaras dengan penemuan Utami dan Saifi (2015) bahwa dalam melaksanakan pola kemitraan petani yang berperan dalam memproduksi tebu terikat suatu perjanjian sub-kontrak dengan perusahaan inti yang berperan sebagai pembeli hasil produksi sesuai dengan perjanjian yang telah dijanjikan diawal. Dalam permodalan dan teknologi petani diberikan pinjaman (penggarapan dan pemupukan) namun tebu yang dihasilkan harus dijual keperusahaan inti.

Petani tebu yang telah mendapatkan hak miliknya berupa pembagian gula dan molases selanjutnya akan melakukan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini seluruhnya merupakan hak petani untuk memasarkan gula miliknya kemana, kepada siapa, dan dengan harga berapa. Sehingga hal ini menarik untuk diteliti agar dapat melihat kemana saja alur gula sebelum sampai ke konsumen, berapa besar keuntungan yang didapat, selain itu dapat diketahui pula perbedaan harga gula dari petani hingga sampai ke konsumen. Saluran pemasaran harus dipilih yang paling efisien agar diperoleh distribusi keuntungan yang adil bagi lembaga pemasaran yang terlibat, sebab panjang pendeknya saluran distribusi pemasaran suatu produk akan mempengaruhi marjin keuntungan dan efisiensi pemasaran suatu produk (Suswatiningsih *et al.*, 2021).

Saluran pemasaran (saluran distribusi) adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Armstrong, 2009). Saluran pemasaran yang efisien dapat di identifikasi dari penghitungan marjin pemasaran dan *farmer's share.* Margin Pemasaran merupakan perbedaan harga di tingkat petani dengan harga yang beredar di konsumen. Pasar yang efisien ketika marjin pemasarannya merata di semua lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran. Panjang pendeknya saluran pemasaran juga akan mempengaruhi bagian harga yang diterima petani, semakin

pendek saluran pemasaran maka bagian harga yang diterima petani tebu (*farmer's share*) akan semakin tinggi.

Penelitian Pranatagama (2015) menemukan bahwa saluran distribusi yang dipilih oleh petani kacang tanah untuk menyalurkan hasil panen yang dimiliki yaitu: (1) Petani, Pedagang Kabupaten, Pedagang Kecamatan, Pedagang Desa dan konsumen, (2) Petani, Pedagang Kecamatan, Pedagang Desa, konsumen, (3) Petani, Pedagang Desa, konsumen dan (4) Petani langsung ke konsumen. Temuan lain oleh Desiana, *et al* (2017) pada penelitiannya melihat bahwa dalam pemasaran kopi robusta di Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis terdapat dua saluran pemasaran yaitu: Saluran Pemasaran I: Petani---Pedagang Pengumpul---Konsumen Industri Saluran Pemasaran II: Petani---Pedagang Pengumpul---Pedagang Besar---Konsumen Industri.

Penemuan Harahap, *et al* (2018) terdapat faktor-faktor yang menjadi pertimbangan petani dalam menentukan saluran pemasaran antara lain: Kebutuhan uang tunai per bulan (Rp), Lama pendidikan formal petani (Tahun), Jarak ke tempat penjualan (Km), Pengalaman berusahatani (Tahun), Jumlah tanggungan keluarga (Jiwa), Umur (Tahun) dan Luas Lahan (Ha). Penelitian lain oleh Andriani, *et al* (2019) mendapati bahwa keputusan petani dalam memilih pasar dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, frekuensi mengikuti kegiatan penyuluhan, akses informasi mengenai pemasaran mangga, kemudahan syarat memasuki pasar, presentase hasil panen yang berkualitas baik serta keterikatan petani terhadap sumber pembiayaan tertentu. Selain faktor-faktor tersebut, kedekatan petani dengan pedagang pengumpul menjadi pertimbangan tersendiri bagi petani dalam memilih pasar.

Penulis tertarik untuk meneliti fenomena yang sama dengan penelitian-penelitian terdahulu yaitu mengenai saluran pemasaran gula dan faktor-faktor pendorong pemilihan suatu saluran, namun di lokasi berbeda yaitu di Desa Ketiau, Sumatera Selatan dikarenakan terdapat suatu Pabrik Gula dan ada petani tebu yang bermitra sekaligus menjual gula miliknya melalui saluran pemasaran. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul "Analisis Saluran Pemasaran Serta Faktor-Faktor Pendorong Pemilihan Saluran Pemasaran Gula Pasir Milik Petani Tebu Mitra Pabrik Gula Cinta Manis ".

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran dan margin pemasaran gula milik petani tebu yang berasal dari bagi hasil petani dengan Pabrik Gula Cinta Manis?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendorong petani tebu dalam memilih saluran pemasaran?
3. Berapa pendapatan petani tebu yang dihasilkan dari penjualan gula dari hasil bermitra dengan Pabrik Gula Cinta Manis?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis saluran pemasaran dan margin pemasaran gula milik petani tebu yang bermitra dengan Pabrik Gula Cinta Manis.
2. Menganalisis faktor-faktor pendorong petani dalam memilih saluran pemasaran gula milik petani yang bermitra dengan Pabrik Gula Cinta Manis.
3. Menganalisis pendapatan petani tebu dari hasil penjualan gula dari bagi hasil dengan Pabrik Gula Cinta Manis.

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan pembaca dan sebagai rekomendasi serta masukan bagi petani dan pelaku pemasaran mengenai saluran pemasaran dan faktor pendorong pemilihannya.
2. Bagi mahasiswa, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi kajian pustaka bagi penelitian lanjutan yang berkaitan dengan bahasan yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

Aluhariandu, V. E.., Dian T., dan Putu F. 2016. Analisis Usahatani Jeruk Siam dan Faktor-Faktor Yang Memepengaruhi Penerimaan Petani (Studi Kasus Di Desa Bayung Gede Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli). *Agrimeta: Jurnal Pertanian Berbasis Keseimbangan Ekosistem*. 2(4): 77-86.

Andriani, R., Budi K., Elly R., Gema W., dan Sri F. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga dalam Pemilihan Pasar di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Penyuluhan*. 15(2): 286-298.

Asmarantaka, R. W., Juniar A., Yanti., dan Nia R. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi Dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia.* 5(2): 151-172.

Budiman, A. 2020. *Analisis Kesesuaian Lahan Untuk Tanaman Tebu (Saccarum officinarum) Di Desa Doropeti Kecamatan Pekat Kabupaten Dompu.* Skripsi.

Candia A., Derry, dan Jangkung H. M. 2015. *Analysis of Sugarcane and Sugar Production in PT. Perkebunan Nusantara VII (PERSERO)*. 2(6).

Chuzaimah, dan Lastinawati, E. 2022. Analisis Marjin Dan *Farmer's share* Komoditi Pepaya (Studi Kasus Di Desa Ulak Kapal Kecamatan Tanjung Lubuk Kabupaten Ogan Komering Ilir). *Jurnal Societa.* 11(1): 37 – 42.

Classification for Kingdom Plantae Down to Species Saccharum officinarum L. 2018. website USDA. United States Department of Agriculture Natural Resources Conservation Service.

Desiana, C., Dini R., dan Cecep P. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Biji Kopi Robusta. (Suatu Kasus di Desa Kalijaya Kecamatan Banjarsari Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh.* 4(2).

Durroh, B., dan Sugiyanto. 2020. Analisis Efektivitas Penerapan Metode *Single Bud Planting* Dan Metode Konvensional Pada Penanaman Tebu *Plant Cane* Di Kabupaten Bojonegoro. *Agro Bali: Agricultural Journal*. 3(2): 171-178.

Harahap, J., Sriyoto, S., dan Yuliarti, E. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Salak Dalam Memilih Saluran Pemasaran. *Jurnal AGRISEP, 17*(1): 95–106.

Indrawanto, C. *et al.* 2010. Budidaya dan Pasca Panen *TEBU*. Jakarta: ESKA Media.

Juliaviani, N., Sahara., dan Ratna W. A. 2022. Biaya Transaksi Dan Pemilihan Saluran Pemasaran Kopi Arabika Gayo: Studi Empiris Di Provinsi Aceh. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 15(1): 33-48.

Kana, Y. A., Adi S., dan Anita S. 2022. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (Tbs) Kelapa Sawit Di Kecamatan Binjai Hulu Kabupaten Sintang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 6(4): 1247-1260.

Kemenkes RI. 2017. *Data dan Informasi Kesehatan Profil Kesehatan Indonesia.*

Kotler, P dan Keller, K.L. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid I*. Jakarta. PT Indeks Kelompok Gramedia.

Margono, T. T. 2013. *Pengaruh Iklim Terhadap Kejadian La Nina dan Antisipasinya Terhadap Produksi Tanaman Tebu*. Ditjenbun, 11–12.

Mokuna, A. C., Makkarennu, M., dan Ridwan, R. 2017. Sistem Pemasaran Gula Semut Kelompok Tani Hutan (KTH) Buhung Lali Pada Hutan Kemasyarakatan (HKm) Bangkeng Bukit di Desa Bukit Harapan Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Hutan Dan Masyarakat*, *9*(2): 83.

Nuriati, N. K. 2017. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem, *e-Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*. 10(2).

Pranatagama, M. F. 2015. *Efisiensi Dan Bauran Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*. Skripsi.

Pratama, W. A., Rita, N., dan Nia, R. 2023. Determinan Yang Memengaruhi Pemilihan Saluran Pemasaran Bunga Potong Krisan Di Kabupaten Cianjur. *Forum Agribisnis (Agribusiness Forum).* 13(1): 86-94.

Putri, R. K., Nurmalina, R., dan Burhanuddin, B. 2018. Analisis Efisiensi Dan Faktor Yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, *8*(1): 109.

Rahim dan Diyah, R. 2008. *Pengantar Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.

Ramadhani, W., dan Elly, R. 2017. Pemilihan Pasar Petani Mangga Serta Dinamika Agribisnisnya Di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 3(2): 185-202.

Ridwana, Y. R., dan Mochammad, R. 2015. Analisis Saluran Pemasaran Kelapa (Cocos Nucifera L) (Suatu Kasus Di Desa Ciakar Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh.* 1(3): 183-188.

Shalsabila, A. 2022. *Analisis Biaya, Pendapatan dan Saluran Pemasaran Usaha Kambing Perah Di Kabupaten Bogor (Kasus: Mandiri Jaya Farm Cibinong, Kabupaten Bogor).* Skripsi.

Soekartawi. 2005. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

Soekartawi. 2016. *Analisis Usahatani.* Universitas Indonesia.

Soekartawi. 2017. *Ilmu Usahatani.* Universitas Indonesia.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi.* Yogyakarta: ANDI

Sumarni, B. 2021. Analisis *Farmer's share* Komoditas Bawang Merah. Jurnal Agercolere. 3(2): 52–56

Suminartika, E., dan Djualina, I. 2017. Efisiensi Pemasaran Beras Di Kabupaten Ciamis dan Jawa Barat. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis.* 3(1): 13-28.

Suswatiningsih, T. E., Maryana, E., dan Ambarsari, A. 2021. Analisis Saluran dan Marjin Pemasaran Gula Pasir Milik Petani di Kecamatan Gedeg Mojokerto Jawa Timur. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*. *6*(3): 107.

Toharisman. 2013. *Pembibitan Metode Single Bud Planting*. PTPN XI.

Utami, S., dan Saifi, M. 2015. Evaluasi Pola Kemitraan Usaha Tani Tebu (Studi pada PTPN X (Persero) PG. Pesantren Baru Kediri). In *JAB)* 2(2).

Wibowo, E. 2016. *Pola Kemitraan Antara Petani Tebu Rakyat Kredit (Trk) Dan Mandiri (Trm) Dengan Pabrik Gula Modjopanggoong Tulungagung*. Skripsi.

Zainuddin, A., dan Rudi, W. 2018. Analisis Potensi Produksi Tebu dengan Pendekatan Fungsi Produksi Frontir di PT Perkebunan Nusantara X. *Jurnal Pangan*, 27(1): 33 – 42.