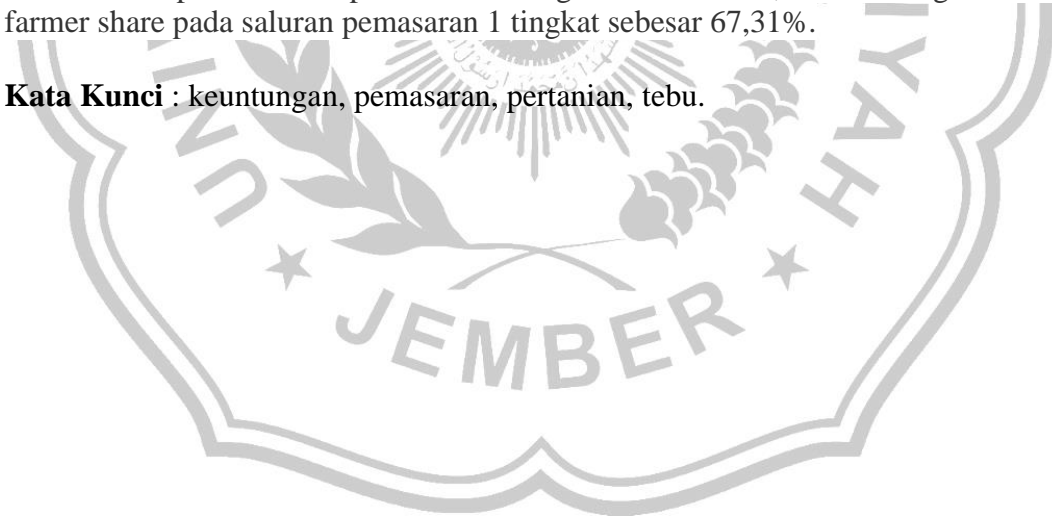


ABSTRAK

Petani tebu menggunakan berbagai saluran untuk memasarkan produknya, namun petani memiliki posisi tawar yang rendah, sehingga tidak memiliki kemampuan untuk bernegosiasi dalam menentukan harga. Tujuan penelitian untuk mengetahui: (1) pola saluran pemasaran usahatani tebu yang terbentuk di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso, (2) margin pemasaran, share harga pemasaran, dan share biaya pemasaran usahatani tebu di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso, (3) efisiensi pemasaran usahatani tebu di Desa Wonokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini dilakukan di Desa Monokusumo Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso pada bulan Juni 2022. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Pengambilan responden di tentukan dengan menggunakan (*total sampling*) dan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang berhubungan dengan penelitian. Data primer diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan responden yang bersangkutan. Data sekunder diperoleh dari kajian pustaka, BPS, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dapat di simpulkan bahwa : (1) terdapat dua pola saluran pemasaran tebu di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso yaitu : a. Saluran pemasaran nol tingkat tingkat : produsen - pabrik b. Saluran pemasaran satu tingkat tingkat produsen - penebas – pabrik, (2) hasil perhitungan diperoleh bahwa margin saluran pemasaran 0 tingkat sebesar Rp. 0/kw, dan margin pemasaran pada saluran 1 tingkat sebesar Rp 17.000/kw, (3) saluran pemasaran 0 tingkat dan saluran pemasaran 1 tingkat sudah efisien dengan nilai farmer share pada saluran pemasaran 0 tingkat sebesar 100,00 % sedangkan nilai farmer share pada saluran pemasaran 1 tingkat sebesar 67,31%.

Kata Kunci : keuntungan, pemasaran, pertanian, tebu.



ABSTRACT

Sugarcane farmers use various channels to market their products, but farmers have a low bargaining position, so they do not have the ability to negotiate in determining prices. The aims of the study were to find out: (1) the pattern of the marketing channel for sugarcane farming formed in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency, (2) marketing margin, marketing price share, and marketing cost share for sugarcane farming in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency, (3) marketing efficiency of sugarcane farming in Wonokusumo Village, Tapen District, Bondowoso Regency. Intake of respondents is determined by using (total sampling) and the data used are primary and secondary data related to research. Primary data was obtained through direct observation and interview with the respondent concerned. Secondary data were obtained from literature review, BPS, as well as previous research related to research. Based on the research results it can be concluded that: (1) there are two patterns of sugar cane marketing channels in Tapen District, Bondowoso Regency, namely: a. Zero-level marketing channel: producer - factory b. One-level marketing channel at the level of producer - slasher - factory, (2) the calculation results show that the margin of the marketing channel at 0 levels is Rp. 0/kw, and the marketing margin on channel 1 level is IDR 17,000/kw, (3) marketing channel 0 level and marketing channel 1 level are efficient with the value of farmer share on marketing channel 0 level of 100.00% while the value of farmer share on marketing channel 1 level is 67.31%.

Keyword : *agriculture, marketing, profit, sugarcane.*