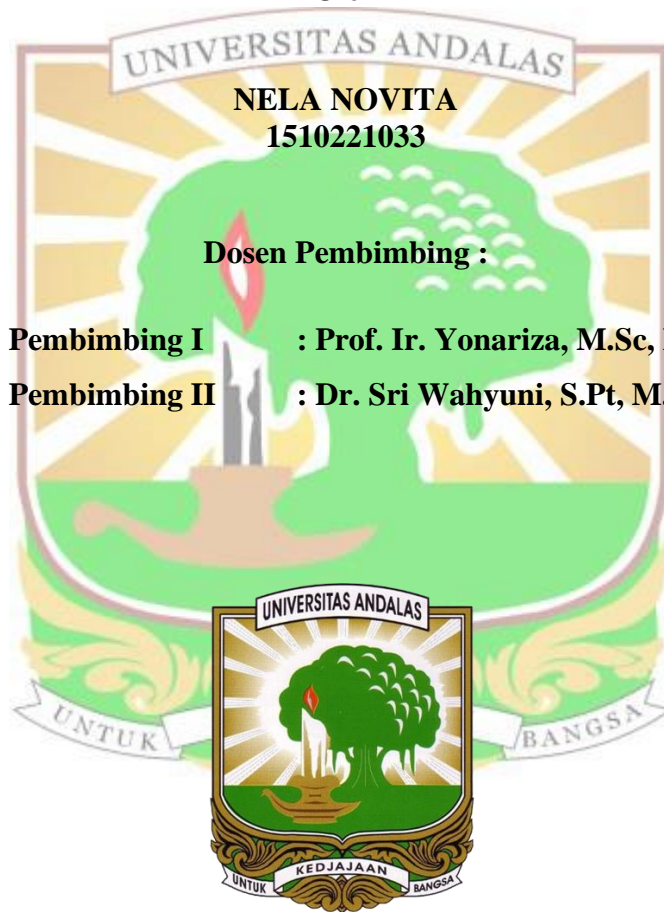


**PENGUATAN POSISI TAWAR PETANI GAMBIR DI NAGARI
KOTO LAMO KECAMATAN KAPUR IX
KABUPATEN 50 KOTA**

SKRIPSI

Oleh



**NELA NOVITA
1510221033**

Dosen Pembimbing :

Pembimbing I : Prof. Ir. Yonariza, M.Sc, Ph.D

Pembimbing II : Dr. Sri Wahyuni, S.Pt, M.Si

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2020**

PENGUATAN POSISI TAWAR PETANI GAMBIR DI NAGARI KOTO LAMO KECAMATAN KAPUR IX KABUPATEN 50 KOTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan : (1) Mendeskripsikan kondisi pemasaran gambir di Nagari Koto Lamo Kecamatan Kapur IX Kabupaten 50 Kota. (2) Mendeskripsikan upaya penguatan posisi tawar petani gambir di Nagari Koto Lamo Kecamatan Kapur IX Kabupaten 50 Kota. Penelitian ini menggunakan metode survei dimana sampel terdiri dari petani dan pedagang pengumpul. Jumlah petani sampel yang diambil sebanyak 30 orang yang ditentukan dengan metode *proporsional random sampling*. Analisis data yang digunakan ialah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani di Nagari Koto Lamo lebih banyak menjual gambir ke pedagang pengumpul yang ada hubungan keluarga dengannya. Fungsi pemasaran yang membedakan petani dan pedagang pengumpul adalah fungsi informasi pasar, hanya dilakukan pedagang pengumpul. Sistem penetapan harga dikendalikan oleh pedagang pengumpul. Struktur pasar gambir berbentuk oligopsoni. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kepada petani secara tunai. Marjin pemasaran antara petani dengan pedagang pengumpul sebesar Rp 5.674,98/Kg atau 20,76%, yang terdiri dari biaya pemasaran Rp 2.892,50/Kg atau 10,58% dan total keuntungan sebesar Rp 2.782,48/Kg atau 10,18%. Upaya penguatan posisi tawar petani gambir yang bisa dilakukan di Nagari Koto Lamo adalah kolektifikasi produksi dan kolektifikasi pemasaran. Sedangkan aturan nagari dalam pemasaran gambir tidak ada yang menguntungkan petani atau membantu menguatkan posisi tawar petani. Dalam pemasaran gambir dapat dibentuk hubungan kerja sama seperti adanya kelompok tani untuk melakukan kolektifikasi produksi dan kolektifikasi pemasaran. Untuk merubah struktur pasar, perlu pemanfaatan lembaga lokal yang ada.

Kata Kunci: Penguatan Posisi Tawar, Petani Gambir, Pemasaran Gambir

STRENGTHENING THE BARGAINING POSITION OF GAMBIER FARMERS IN NAGARI KOTO LAMO KAPUR IX SUB DISTRICT 50 KOTA DISTRICT

ABSTRACT

This study aims: (1) to describe the condition of gambier marketing in Nagari Koto Lamo, Kapur IX Sub District, 50 Kota District, (2) to describe efforts to strengthen the bargaining position of gambier farmers in Nagari Koto Lamo, Kapur IX Sub District, 50 Kota District. This study uses a survey with a sample of farmers (30 individuals) selected with a proportional random sampling method. Trader's sample selected with a snowball sampling method. Data were analyzed with descriptive qualitative & quantitative analysis. The results showed that farmers in Nagari Koto Lamo sold gambier to collectors who were related to their families. The marketing function that distinguished farmers from traders was the market information function which was only carried out by the collecting traders. The pricing system was controlled by collectors and the gambier market structure was an oligopsony with farmers paid in cash. The marketing margin between farmers and collectors was Rp 5,674.98/Kg or 20.76% which consist or marketing costs Rp 2.892,50/Kg or 10,58% and the profit Rp 2.782,48/Kg or 10,18%. The gambier farmers bargaining position could be strengthened by a production collective and marketing collective. Currently the Nagari rules do not strengthen the bargaining position of farmers. In marketing gambier a cooperative relationship can be formed such as the existence of a farmer group to production collective and marketing collective. To change the market structure it is necessary to utilize existing local institution.

Keywords : *Strengthening Bargaining Position, Gambier Farmers, Gambier Marketing*

