

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah fakta bahwa petani gula aren di Desa Buah Pala mengalami kesulitan dalam pemasaran gula aren karena sedikitnya pengepul, dan menghadapi persaingan dengan petani gula aren dari desa lain, sehingga agar usaha bisa bertahan, maka mereka bekerjasama dengan satu pengepul. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui penyebab petani gula aren memilih bekerjasama dengan satu pengepul dalam pemasaran gula aren dan hubungan petani dengan pengepul dalam pemasaran gula aren. Perspektif teoritis yang digunakan adalah teori tindakan sosial menurut Weber. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penyebab petani gula aren di Desa Buah Pala memilih bekerjasama dengan satu pengepul dalam pemasaran gula aren adalah kemudahan dalam pemasaran karena semua hasil produksi gula arena ditampung dan dipasarkan oleh pengepul sehingga petani tidak perlu mengeluarkan tenaga, waktu dan biaya untuk memasarkan sendiri gula aren. Kemudian, adanya hubungan kerjasama ini sangat membantu petani memperoleh kemudahan mengakses modal dan peralatan karena pengepul bersedia membantu menyediakan modal biaya dan peralatan yang mendukung produksi gula aren. Hubungan antara petani dengan pengepul dalam pemasaran gula aren di Desa Buah Pala yaitu hubungan transaksional dimana petani bekerjasama dengan pengepul sebatas hubungan bisnis yaitu jual beli gula aren, akses modal dan peralatan dan sebagian petani terjalin hubungan keluarga dengan pengepul sehingga hubungan kerjasamanya lebih kuat karena adanya rasa saling membantu dan mendukung usaha satu sama lain.

Kata Kunci: Desa Buah Pala, Petani Gula Aren, Kerjasama, Pemasaran, Pengepul

ABSTRACT

The background of this research is the fact that palm sugar farmers in Buah Pala Village experience difficulties in marketing palm sugar due to the limited number of collectors and face competition from palm sugar farmers in other villages. Therefore, in order to sustain their businesses, the farmers cooperate with a single collector. This study aims to identify the reasons why palm sugar farmers choose to cooperate with a single collector in marketing palm sugar and to examine the relationship between farmers and collectors in the marketing process. The theoretical perspective used in this study is Weber's theory of social action. This research employs a qualitative approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings show that the reason palm sugar farmers in Buah Pala Village choose to cooperate with a single collector is the convenience of marketing, as all palm sugar production is collected and marketed by the collector. Consequently, farmers do not need to spend additional effort, time, and costs to market the palm sugar themselves. Furthermore, this cooperative relationship greatly assists farmers in accessing capital and equipment because the collector is willing to provide financial capital and equipment that support palm sugar production. The relationship between farmers and collectors in the marketing of palm sugar in Buah Pala Village is transactional in nature, in which farmers cooperate with collectors primarily within a business relationship involving the buying and selling of palm sugar, access to capital, and equipment. However, some farmers also have family relationships with the collectors, making their cooperative relationships stronger due to a sense of mutual assistance and support for each other's businesses.

Keywords: Palm Sugar Village, Palm Sugar Farmers, Cooperation, Marketing, Collectors