

ABSTRAK

Semakin tinggi permintaan konsumen terhadap produk pertanian kepada produsen menyebabkan ketidakmampuan petani mengelola secara langsung produk yang dihasilkan. Lembaga pemasaran sebagai wadah pelaku agribisnis akan mengelola dan memberikan pelayanan terhadap kegiatan pemasaran dan pendistribusian produk dengan pola yang terstruktur. Sehingga dalam sebuah pelayanan di Terminal Agribisnis (TA) akan dipengaruhi oleh beragam aspek menjadikan Terminal Agribisnis (TA) sebagai wujud perkembangan lembaga pemasaran yang menjadi keputusan pemerintah melalui Dirjen Kementerian Pengelolaan dan Pemasaran Hasil Pertanian (PHPP). Terminal Agribisnis (TA) sebagai bentuk langkah strategis menunjang produktivitas sektor pertanian serta wadah bagi pelaku pemasaran dalam menunjang seluruh kegiatan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan Terminal Agribisnis (TA) Jetis dengan metode kuantitatif rasionalistik. Analisis yang digunakan yaitu analisis faktor dengan alat SPSS. Pada penelitian ini dapat diketahui jika terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pelayanan Terminal Agribisnis (TA) Jetis, diantaranya faktor tingkat kenyamanan dan pengadaan infrastruktur, faktor pengelolaan sarana penunjang dengan dan faktor ketersediaan dan permintaan.

Kata kunci: Terminal Agribisnis (TA), kegiatan pemasaran, pelayanan

ABSTRACT

The higher consumer demand for agricultural products to producers causes the inability of farmers to directly manage the products produced. Marketing agencies as a forum for agribusiness actors will manage and provide services for marketing activities and product distribution in a structured pattern. So that in a service at the Agribusiness Terminal (TA) it will be influenced by various aspects making the Agribusiness Terminal (TA) a form of development of marketing institutions which has become a government decision through the Director General of the Ministry of Management and Marketing of Agricultural Products (PHPP). The Agribusiness Terminal (TA) is a form of strategic steps to support the productivity of the agricultural sector as well as a forum for marketing actors to support all marketing activities. This study aims to determine the factors that affect Jetis Agribusiness Terminal services with rationalistic quantitative methods. The analysis used is factor analysis with the SPSS tool. In this study, it can be seen if there are three factors that affect Jetis Agribusiness Terminal (TA) services, including the level of convenience and infrastructure procurement, the management of supporting facilities and availability and demand factors.

Keywords: Agribusiness Terminal (TA), marketing activities, service

