



INSTITUT PERTANIAN BOGOR
TINGKAT KOMERSIALISASI GABAH PETANI DAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHINYA

TESIS

SOPAN SOPIAN
H3501231038

FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
MAGISTER SAINS AGRIBISNIS
BOGOR
2026



PERNYATAAN MENGENAI TESIS, SUMBER INFORMASI, PENGGUNAAN AI, DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Tingkat Komersialisasi Gabah Petani dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya” merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains. Karya ini adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dalam penyusunan karya ini, penulis menggunakan bantuan kecerdasan buatan ChatGPT untuk desain bagan visualisasi ringkasan penelitian, dan bantuan coding untuk analisis data menggunakan STATA17. Setelah menggunakan alat tersebut, penulis meninjau dan menyunting konten sesuai kebutuhan serta bertanggung jawab penuh atas isi karya tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus Tahun 2026

Sopan Sopian
H3501231038

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



SOROTAN

SOPAN SOPIAN. Tingkat Komersialisasi Gabah Petani dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya. Dibimbing oleh DWI RACHMINA dan BAYU KRISNAMURTHI.

1. Penelitian ini menganalisis tingkat komersialisasi gabah petani pada usahatani padi aromatik dan padi non-aromatik melalui analisis pengelolaan hasil panen, alokasi hasil panen, saluran pemasaran, dan penerimaan usahatani.
2. Tingkat komersialisasi gabah petani diukur menggunakan *Household Commercialization Index* (HCI), sedangkan faktor-faktor yang memengaruhinya dianalisis menggunakan regresi linear berganda.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani padi aromatik memiliki tingkat komersialisasi gabah yang lebih tinggi dibandingkan petani padi non-aromatik karena mengalokasikan proporsi hasil panen yang lebih besar untuk dipasarkan.
4. Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat komersialisasi gabah petani berbeda pada kedua kelompok petani. Luas lahan berpengaruh signifikan pada kedua kelompok, sedangkan produktivitas hanya berpengaruh signifikan pada petani padi non-aromatik. Temuan ini berkontribusi dalam memberikan pemahaman mengenai perbedaan faktor yang berkaitan dengan tingkat komersialisasi pada petani padi aromatik dan non-aromatik, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi peningkatan komersialisasi yang lebih sesuai dengan karakteristik masing-masing kelompok petani.
5. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan tingkat komersialisasi gabah petani perlu didukung oleh pengelolaan hasil panen yang efisien, peningkatan produktivitas, penguatan akses pasar, dan kebijakan pemasaran yang mampu meningkatkan penerimaan usahatani serta kesejahteraan petani.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

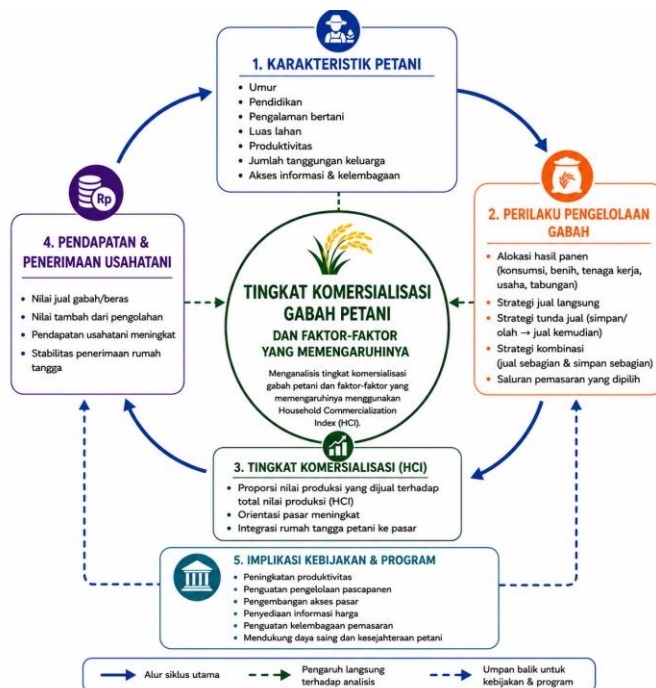


HIGHLIGHTS

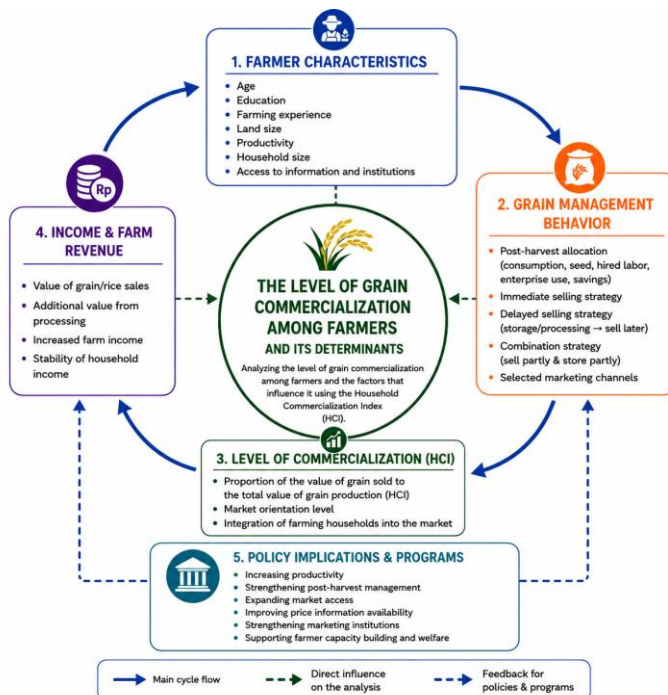
SOPAN SOPIAN. The Level of Commercialization of Farmers' Paddy and Factors Affecting It. Advised by DWI RACHMINA and BAYU KRISNAMURTHI.

1. This study analyzes the level of commercialization of farmers' paddy in aromatic and non-aromatic rice farming through an analysis of harvest management, harvest allocation, marketing channels, and farm income.
2. The level of commercialization of farmers' paddy was measured using the Household Commercialization Index (HCI), while the factors influencing it were analyzed using multiple linear regression.
3. The results show that aromatic rice farmers have a higher level of paddy commercialization compared to non-aromatic rice farmers because they allocate a larger proportion of their harvest for marketing.
4. The factors influencing the level of farmers' paddy commercialization differ between the two groups of farmers. Land area has a significant effect on both groups, whereas productivity has a significant effect only on non-aromatic rice farmers. These findings contribute to a better understanding of the differences in factors related to commercialization rates among aromatic and non-aromatic rice farmers, thereby serving as a basis for formulating commercialization enhancement strategies better suited to the characteristics of each farmer group.
5. This study indicates that increasing the level of commercialization of farmers' paddy requires support in the form of efficient harvest management, increased productivity, strengthened market access, and marketing policies capable of boosting farm income and farmers' well-being.

RINGKASAN VISUAL



Household Commercialization Index (HCI), komersialisasi gabah petani, padi aromatik, padi non-aromatik, produktivitas.
GRAPHICAL SUMMARY



Household Commercialization Index (HCI), commercialization of farmers' paddy, aromatic rice, non-aromatic rice, productivity.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

SOPAN SOPIAN. Tingkat Komersialisasi Gabah Petani dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya. Dibimbing oleh DWI RACHMINA dan BAYU KRISNAMURTHI.

Peningkatan produksi padi belum tentu diikuti oleh peningkatan kesejahteraan petani karena manfaat ekonomi tidak hanya ditentukan oleh besarnya produksi, tetapi juga oleh kemampuan petani dalam mengelola dan memasarkan hasil panennya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat komersialisasi gabah petani pada usahatani padi aromatik dan padi non-aromatik serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhinya.

Penelitian dilakukan pada petani padi aromatik di Kabupaten Cianjur dan petani padi non-aromatik di Kabupaten Karawang menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan meliputi analisis deskriptif, *Household Commercialization Index* (HCI) untuk mengukur tingkat komersialisasi gabah petani berdasarkan proporsi nilai produksi gabah yang dipasarkan terhadap total nilai produksi gabah yang dihasilkan rumah tangga petani, serta regresi linear berganda untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat komersialisasi gabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani padi aromatik memiliki tingkat komersialisasi gabah yang lebih tinggi dibandingkan petani padi non-aromatik. Rata-rata nilai HCI petani padi aromatik sebesar 83,11%, sedangkan petani padi non-aromatik sebesar 78,93%, yang menunjukkan bahwa kedua kelompok petani memiliki orientasi pasar yang sangat tinggi. Tingkat komersialisasi gabah yang lebih tinggi pada petani padi aromatik dipengaruhi oleh karakteristik komoditas yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi sehingga sebagian besar hasil panennya dipasarkan. Sebaliknya, petani padi non-aromatik masih mengalokasikan sebagian hasil panennya untuk konsumsi rumah tangga, benih, pembayaran tenaga kerja melalui sistem bawon, dan kebutuhan sosial.

Hasil regresi menunjukkan bahwa luas lahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat komersialisasi gabah pada petani padi aromatik. Pada petani padi non-aromatik, luas lahan berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan produktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat komersialisasi gabah. Sebaliknya, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan status kepemilikan lahan tidak berpengaruh signifikan pada kedua kelompok petani.

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat komersialisasi gabah dipengaruhi oleh karakteristik komoditas, pola pengelolaan hasil panen, dan karakteristik usahatani. Oleh karena itu, peningkatan tingkat komersialisasi gabah perlu didukung melalui peningkatan produktivitas, penguatan pengelolaan pascapanen, pengembangan akses pasar, penyediaan informasi harga, dan penguatan kelembagaan pemasaran untuk meningkatkan daya saing serta kesejahteraan petani.

Kata kunci: *Household Commercialization Index* (HCI), komersialisasi gabah petani, padi aromatik, padi non-aromatik, produktivitas.



SUMMARY

SOPAN SOPIAN. The Level of Commercialization of Farmers' Paddy and Factors Affecting It. Advised by DWI RACHMINA and BAYU KRISNAMURTHI.

Increased rice production does not necessarily lead to improved farmer welfare because economic benefits are determined not only by the volume of production but also by farmers' ability to manage and market their harvests. Therefore, this study aims to analyze the level of commercialization of farmers' paddy in aromatic and non-aromatic rice farming and to identify the factors influencing it.

The study was conducted among aromatic rice farmers in Cianjur Regency and non-aromatic rice farmers in Karawang Regency using a quantitative approach. The analyses employed included descriptive analysis, the *Household Commercialization Index* (HCI) used to measure the level of farmers' paddy commercialization based on the proportion of the value of marketed paddy production relative to the total value of paddy production generated by the farming household—and multiple linear regression to analyze the factors influencing the level of paddy commercialization.

The results show that aromatic rice farmers have a higher level of paddy commercialization compared to non-aromatic rice farmers. The average HCI value for aromatic rice farmers was 83.11%, while that for non-aromatic rice farmers was 78.93%, indicating that both groups of farmers exhibit a very high market orientation. The higher level of paddy commercialization among aromatic rice farmers is influenced by the commodity's characteristics, which have a higher economic value, leading to the majority of their harvest being marketed. In contrast, non-aromatic rice farmers still allocate a portion of their harvest for household consumption, seeds, labor payments through the bawon system, and social needs.

Regression results show that land area has a positive and significant effect on the level of paddy commercialization among aromatic rice farmers. Among non-aromatic rice farmers, land area has a negative and significant effect, while productivity has a positive and significant effect on the level of paddy commercialization. Conversely, educational level, farming experience, and land tenure status do not have a significant effect on either group of farmers.

This study indicates that the level of paddy commercialization is influenced by commodity characteristics, post-harvest management practices, and farm characteristics. Therefore, increasing the level of paddy commercialization requires support through improved productivity, strengthened post-harvest management, expanded market access, the provision of price information, and strengthened marketing institutions to enhance farmers' competitiveness and well-being.

Keywords: Aromatic rice, farmer paddy commercialization, Household Commercialization Index (HCI), non-aromatic rice, productivity



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Ir Anna Fariyanti, M.Si
- 2 Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Tesis : Tingkat Komersialisasi Gabah Petani dan Faktor-Faktor yang
Memengaruhinya
Nama : Sopan Sopian
NIM : H3501231038

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Dwi Rachmina., M.Si



Pembimbing 2:
Prof. Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi., M.S.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si
NIP 19860903 201504 2 001



Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen :
Prof. Dr. Irtan Syauqi Beik, SP., M.Sc.Ec
NIP. 19790422 200604 1 002



Tanggal Ujian: 12 Agustus 2026

Tanggal Pengesahan: 13 AUG 2026



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala limpahan karunia dan hidayahnya-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan tesis dengan judul “Tingkat Komersialisasi Gabah Petani dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya”. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Sains Agribisnis. Penyelesaian tesis ini berkat dukungan, bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Komisi Pembimbing Prof. Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si dan Prof. Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, M.S. yang telah memberikan masukan dalam perbaikan substansi tesis ini, serta dukungan, kesabaran, dan motivasi bagi penulis.
2. Moderator kolokium Dr. Etriya, S.P M.M yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan proposal penelitian. Moderator seminar Prof. Dr. Ir. Manuntun Parulian Hutagaol yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan hasil penelitian.
3. Dosen Penguji ujian tesis Dr. Ir. Anna Fariyanti, M.Si dan Dr. Nia Rosiana, SP, M.Si yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan tesis.
4. Ketua program studi Magister Sains Agribisnis Dr. Nia Rosiana, SP, M.Si para dosen, serta staf administrasi Mas Pian, Bu Rahmi, Pak Agus dan Bu Dian atas dukungannya dalam kelancaran pelaksanaan studi.
5. Kepada seluruh responden penelitian, yaitu petani di Cianjur khusus nya di kecamatan warungkondang dan di Karawang khususnya di kecamatan temputan, rengasdengklok dan rawamerta. yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini.
6. Kedua orang tua tercinta, Alm. Yatimin dan Ibu Saini, atas segala kasih sayang, doa, pengorbanan, serta dukungan yang tiada henti. Terutama kepada almarhum ayahanda, semoga Allah SWT menempatkan beliau di tempat terbaik di sisi-Nya.
7. Teman-teman penulis, Kak Zuhra, Kak Nabila, Zazirah, Umar, Bg Fajar Serta peurangkat Gampong 2023, terimakasih atas kebersamaan di perantauan ini, doanya, motivasi, bantuan, serta dukungan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna. Terlepas dari kekurangan yang ada di dalam tesis ini, semoga dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi pada pengembangan perilaku petani dalam pengelolaan gabah di wilayah Karawang dan Cianjur.

Bogor, 12 Agustus 2026

Sopan Sopian



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR LAMPIRAN	i
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Komersialisasi Pertanian	7
2.2 <i>Household Commercialization Index</i> (HCI)	9
2.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Tingkat Komersialisasi Rumah Tangga Petani	12
2.4 Penelitian Terdahulu	16
2.5 Kerangka Pemikiran	20
2.6 Hipotesis Penelitian	21
III METODE	23
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	24
3.3 Metode Penentuan Sampel	24
3.4 Definisi Operasional Variabel	25
3.5 Metode Analisis Data	26
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	31
4.2 Karakteristik Petani dan Usahatani	32
4.3 Pengelolaan Hasil Panen Gabah	37
4.4 Tingkat Komersialisasi Gabah Petani	42
4.5 Penerimaan Usahatani Padi	44
4.6 Faktor-faktor yang Memengaruhi <i>Household Commercialization Index</i> (HCI)	46
V SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	62
RIWAYAT HIDUP	63



DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	17
2	Definisi operasional variabel penelitian	25
3	Definisi operasional variabel penelitian (Lanjutan)	26
4	Karakteristik petani padi aromatik dan non-aromatik	33
5	Perbandingan Perilaku Petani dalam Alokasi Hasil Panen Padi Aromatik dan Non-Aromatik Tahun 2025	39
6	Tingkat Komersialisasi Gabah Petani Berdasarkan <i>Household Commercialization Index</i> (HCI)	43
7	Rata-rata Penerimaan Usahatani Berdasarkan Varietas Padi dan Strategi Penjualan Tahun 2025	44
8	Hasil Uji Asumsi Klasik Model Regresi Petani Padi Aromatik dan Non-Aromatik	46
9	Statistik deskriptif variabel penelitian berdasarkan varietas padi aromatik dan non-aromatik tahun 2025	48
10	Tabel hasil estimasi regresi linear berganda untuk petani padi aromatik dan petani padi non-aromatik.	49

DAFTAR GAMBAR

1.	Kerangka operasional	21
2.	Lokasi Penelitian	23
3.	Saluran Pemasaran petani padi aromatik	41
4.	Saluran Pemasaran Petani padi Non-Aromatik	42

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi penelitian	62
---	------------------------	----