

**PEMILIHAN PASAR PETANI MANGGA SERTA DINAMIKA AGRIBISNISNYA
DI KECAMATAN PANYINGKIRAN KABUPATEN MAJALENGKA
PROVINSI JAWA BARAT**

Widyarina Ramadhani dan Elly Rasmikayati

Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

Email: widyarinar@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka. Tujuan penelitian ini adalah memaparkan dinamika yang terjadi pada kegiatan agribisnis komoditas mangga, mendeskripsikan gambaran pemilihan pasar oleh petani mangga, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan pasar, dan mengetahui potensi serta kendala petani mangga di Kecamatan Panyingkiran dalam kegiatan agribisnis komoditas mangga. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *survey*. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis data statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan dinamika agribisnis komoditas mangga cenderung statis. Tujuan pemasaran mayoritas adalah ke pedagang pengumpul/tengkulak dipilih karena adanya faktor kemudahan akses, kedekatan/keluarga, sistem pembayaran tunai, dan pinjaman saprotan. Mudahnya permodalan, hasil mangga yang berkualitas baik menjadi potensi kegiatan usahatani komoditas mangga sedangkan kendala terjadi akibat cuaca dengan curah hujan tinggi dan harga ZPT mahal.

Kata kunci: Dinamika Agribisnis, Sistem Agribisnis, Pemilihan Pasar, Saluran Pemasaran

ABTRACT

The purpose of this research is to describe the dynamics of mango commodity agribusiness activity, to describe the description of market selection by mango farmers, to identify factors influencing market selection, and to know the potency and constraints of mango farmers in Panyingkiran District of Majalengka in mango agribusiness activities. Quantitative research design with survey method. Data analysis was done by descriptive statistical data analysis. The results show that there has been little change in mango farming activities since the farmers started to date. The majority marketing objective is to collecting traders/middlemen chosen because of the factors of accessibility, proximity/family, cash payment system, and the prevailing means of production loan. Easy capital, good quality mango results into the potential of mango agribusiness activities while the constraints occur due to weather with high rainfall and expensive stimulants grow price.

Keywords: Agribusiness Dynamics, Agribusiness System, Market Selection, Marketing Channel.

PENDAHULUAN

Pemasaran mangga oleh petani ke pasar modern dan pasar ekspor merupakan peluang yang besar karena

petani sudah dapat menghasilkan mangga dengan kualitas yang baik dan dengan memasarkan hasil produksi mangga ke pasar modern, maka nilai jual pun akan

meningkat dibandingkan dengan pasar tradisional sehingga pendapatan petani pun meningkat. Kejelasan harga juga menjadi keuntungan yang dapat diperoleh oleh petani apabila memasarkan produksi mangganya ke pasar modern dan pasar ekspor sehingga pendapatan petani dapat cenderung stabil.

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa provinsi yang menjadi sentra produksi mangga nasional. Salah satu provinsi yang menjadi sentra produksi mangga bagi nasional adalah Provinsi Jawa Barat. Terdapat beberapa daerah di Jawa Barat yang merupakan sentra produksi mangga diantaranya yaitu Kabupaten Indramayu, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Majalengka, Kabupaten Kuningan, dan Kabupaten Sumedang.

Dari kelima daerah yang menjadi sentra penghasil mangga Jawa Barat, satu diantaranya yaitu Kabupaten Majalengka yang secara garis besar mengalami peningkatan produksi sejak tahun 2010 hingga tahun 2015. Berdasarkan data produksi mangga di Kabupaten Majalengka pada periode 2010-2015 maka diketahui bahwa jumlah produksi mangga meningkat rata-rata sebesar 26% setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Majalengka dapat

mempertahankan kuantitas dan kontinuitas dalam memproduksi buah mangga, ini merupakan hal yang penting dan dapat menjadi potensi bagi daerah tersebut mengingat pemasaran mangga dapat stabil dan bahkan menjadi lebih luas lagi, dengan begitu pendapatan dan kesejahteraan petani mangga pun akan meningkat.

Kabupaten Majalengka sebagai salah satu sentra produksi mangga di Jawa Barat memiliki luas lahan perkebunan mangga 10.880,42 hektar dengan luas panen 7.502,9 ha, ini menunjukkan bahwa dari total kebun mangga yang ada 68,96% nya menghasilkan buah mangga dengan produktif. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kabupaten Majalengka secara geografis memang cocok untuk ditanam komoditas mangga sehingga tingkat luasan panen dari total luas tanam mencapai lebih dari 50%. Hal ini menunjukkan pula bahwa sebagai salah satu sentra produksi mangga di Jawa Barat, komoditas mangga ini memang menjadi komoditas primadona yang dirasa dapat memberikan nilai ekonomis yang tinggi bagi para pelaku usaha di Kabupaten Majalengka.

Kecamatan Panyingkiran merupakan kecamatan yang memiliki

luas panen terbesar dibandingkan dengan kecamatan lainnya di Kabupaten Majalengka. Hal ini menunjukkan bahwa Kecamatan Panyingkiran merupakan penyumbang terbesar hasil produksi mangga di Kabupaten Majalengka.

Budidaya mangga *out of season* saat ini juga sudah banyak diterapkan oleh petani mangga di Kecamatan Panyingkiran, Kabupaten Majalengka. Hal ini membuat pohon mangga dapat tetap berbuah meskipun di luar jadwal panen biasanya. Sistem budidaya ini sangat memungkinkan petani untuk dapat meningkatkan hasil produksi mangganya sehingga kontinuitas produksi dapat terjadi. Kondisi ini seharusnya dapat mendorong petani dapat memasok mangganya ke pasar modern atau bahkan ke pasar ekspor yang dapat meningkatkan nilai jual dari hasil produksi mangga mereka dengan jumlah dan kualitas yang baik serta bernilai tambah tersedia pada masa-masa *out of season*.

Hal tersebut ternyata masih belum terlaksana sepenuhnya karena peluang ke pasar modern dan pasar ekspor belum dimaksimalkan oleh petani mangga di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka. Menurut Natawidjaja, *et al* (2007), hanya sebagian kecil dari petani hortikultura di Indonesia yang dapat

terkait dengan rantai ke pasar modern yaitu yang melakukan investasi pada sistem produksinya dan memiliki aset pengetahuan. Kurangnya modal dan keahlian dalam proses pascapanen membuat petani sulit mendapatkan nilai tambah dari produk mangganya. Petani masih banyak yang menggunakan sistem informal dalam pengelolaan mangga. Hal tersebut menjadikan petani ketergantungan terhadap pelayanan informal dari tengkulak atau bandar yang berperan sebagai perantara antara sektor informal dengan sektor formal (Natawidjaja, 2012).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Definisi dan Varietas Tanaman Mangga

Tanaman pohon mangga berbatang tegak, bercabang banyak, serta bertajuk rindang dan juga hijau sepanjang tahun (Aak, 1991). Tanaman mangga dapat mencapai umur yang cukup lama yaitu 100 tahun. Tanaman mangga terdiri atas akar, batang, daun, dan bunga. Dengan adanya bunga, maka tanaman mangga dapat menghasilkan buah dan biji yang kemudian secara generatif dapat tumbuh menjadi tanaman baru.

Menteri Pertanian telah melepas beberapa varietas mangga diantaranya

adalah Arumanis 143, Golek 31, dan Manalagi 69. Ketiga varietas mangga tersebut mampu banyak menghasilkan buah; daging buahnya tebal dan rasanya manis, sedangkan Mangga Gadung, Gedong, dan Ourih termasuk varietas yang populer di masyarakat, varietas mangga ini memiliki mutu tinggi, daging tebal dan rasanya manis (Sutono, 2008).

2. Dinamika Agribisnis

Menurut Perdana (2011), dinamika agribisnis atau *agribusiness dynamics* adalah suatu kajian untuk memahami kompleksitas agribisnis (level pelaku usaha, kawasan dan makro). Berdasarkan kekhasan Indonesia, bidang dinamika agribisnis memiliki tujuan untuk menciptakan model sistem agribisnis nasional yang berkeadilan dan daya saing berkelanjutan.

3. Agribisnis Tanaman Mangga

Konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran, hingga aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (Soekartawi, 2003). Maka dari itu agribisnis tanaman mangga dapat diartikan sebagai segala proses usahatani mulai dari hulu hingga hilir mengenai komoditas tanaman mangga yang kemudian dalam prosesnya didukung oleh subsistem pendukung

seperti lembaga-lembaga keuangan dan lainnya.

4. Pemilihan Pasar (*Market Choice*)

Menurut Amaya dan Alwang (2011), pemilihan pasar ditentukan oleh kuantitas produk yang dihasilkan, jarak ke pasar, tingkat jalan beraspal, biaya transportasi, harga yang diharapkan, persyaratan kualitas, akses informasi, dan kondisi pengelolaan pasar.

5. Definisi Aksesibilitas

Menurut Suthanaya (2009), aksesibilitas adalah salah satu bagian dari analisis interaksi kegiatan dengan sistem jaringan transportasi yang memiliki tujuan guna memahami cara kerja sistem tersebut dan menggunakan hubungan analisis antara komponen sistem yang dimaksudkan untuk meramalkan dampak lalu lintas beberapa tata guna lahan atau kebijakan transportasi yang berbeda. Jarak, waktu tempuh dan biaya perjalanan kerap kali dikaitkan dengan aksesibilitas. Selain itu, aksesibilitas dapat dikatakan pula suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara interaksi tata guna lahan antara satu sama lain juga mengenai mudah atau sulitnya mencapai lokasi menggunakan sistem jaringan transportasi (Black, 1987).

6. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan layanan dari nilai bebas dengan orang lain. Definisi pendek pemasaran dapat disebut pula sebagai “pertemuan kebutuhan yang menguntungkan”. Ruang lingkup pemasaran terdiri dari 10 jenis entitas antara lain barang, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide-ide (Kotler, 2002).

7. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran menggambarkan saluran atau rantai yang membentang dari bahan baku hingga produk akhir hingga sampai kepada konsumen akhir (Kotler, 2002). Sehingga dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran adalah penghubung antar pemasar dengan pembeli dari produk awal hingga produk yang siap untuk konsumen akhir.

METODE PENELITIAN

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah mengenai dinamika agribisnis buah mangga dengan fokus kepada pemilihan petani terhadap

pasar yang ada (pasar tradisional dan pasar modern).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey. Penelitian survey bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang orang atau populasi yang berjumlah besar dengan cara mewawancarai sebagian kecil dari populasi tersebut (Nasution, 2007).

3. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan metode wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Keadaan umum Kecamatan Panyingkiran

a. Sejarah Kecamatan Panyingkiran

Sejak tahun 1992, telah terjadi pemecahan wilayah Kecamatan Kadipaten yang dibagi menjadi 2 bagian, yaitu menjadi wilayah Kecamatan Kadipaten dan wilayah Perwakilan Kecamatan Panyingkiran yang meliputi 9 desa yang terdiri dari 30 dusun, 58 RW, dan 167 RT. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 3 Tahun 1992, status Perwakilan Kecamatan Panyingkiran berubah menjadi Kecamatan Panyingkiran yang definitif. Diresmikan pada tanggal 7 Februari 1992 oleh

Gubernur Jawa Barat di Kabupaten DT II
Tangerang.

b. Potensi Pertanian di Kecamatan Panyingkiran

Kecamatan Panyingkiran memiliki beberapa potensi tanaman pertanian, diantaranya adalah padi, jagung, kedelai, kacang tanah, mangga, jambu biji, dan pisang. Di Kecamatan Panyingkiran komoditas mangga memiliki luas lahan yang paling luas dibandingkan dengan komoditas lainnya. Ini menunjukkan bahwa Kecamatan Panyingkiran cocok untuk ditanam komoditas mangga dan masyarakatnya pun banyak yang mengusahakan komoditas ini.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden petani mangga lebih banyak yang berjenis kelamin pria dari pada wanita, berumur rata-rata 51 tahun, berpendidikan terakhir SD, berpendapatan antara Rp 10.000.000 – Rp 30.000.000 rupiah per tahun, memiliki kebun mangga pribadi, menjadikan usahatani mangga sebagai pekerjaan utamanya, dan berdomisili di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka.

3. Dinamika Agribisnis Tanaman Mangga

a. Subsistem Hulu

Mayoritas responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran mengeluarkan Rp 10.000.000 – Rp 50.000.000 untuk usahatani mangga mereka dalam satu tahun. Modal yang dikeluarkan ini bukanlah modal usahatani mangga dari awal penanaman namun pada masa pemeliharaan hingga panen. Responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran mayoritas mengeluarkan modal untuk usahatani mangganya dari modal sendiri/pribadi. Modal pribadi dirasa petani lebih menguntungkan petani mangga nantinya pada saat pemasaran. Keuntungan pun dapat langsung terasa karena semua hasil dapat langsung dinikmati tanpa terbatas pengembalian pinjaman modal.

Rata-rata tenaga kerja dalam usahatani mangga responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran adalah 1 orang yang berasal dari anggota keluarga dan 2 orang tenaga kerja yang bukan berasal dari anggota keluarga. Tenaga kerja yang digunakan oleh mayoritas responden petani mangga dapat berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan. Meski begitu, penambahan atau pengurangan tenaga kerja tidak terlalu signifikan dari tahun ke tahun

semenjak petani mangga memulai usahatani mangganya hingga saat ini.

Terdapat beberapa sarana produksi pertanian dalam usahatani mangga antara lain seperti cangkul, selang, alat penyemprot, gergaji, ember, drum, *carangka*, *container*, *onclang*, dan lain-lain. Mayoritas responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran mendapatkan sarana produksi pertanian dalam usahatani mangga mereka yaitu dari membelinya secara pribadi.

b. Subsistem Produksi Pertanian

Responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran sebagian besar menanam tanaman mangganya pada kebun/lahannya tidak secara homogen tetapi cukup heterogen yaitu dengan menanam pula tanaman lainnya pada kebun/lahan yang sama. Rata-rata petani menanam tanaman mangga diselingi tanaman lain seperti pisang, kacang-kacangan, petai, pepaya, bahkan padi. Hal ini dikarenakan di daerah Kecamatan Panyingkiran memang kerap ditemui tanaman mangga yang ditanam di pematang sawah, sehingga tanaman mangga tidak hanya ditanam di kebun saja.

Dalam kegiatan pemeliharaan tanaman mangga, pemupukan, pemangkasan dahan, penyiangan, dan

pemberian ZPT hanya dilakukan satu kali dalam satu tahun. Adapun pemeliharaan tanaman mangga yang berkala yaitu penyemprotan pestisida, fungisida, insektisida (obat-obatan) dan penyemprotan obat penguat bunga agar tidak mudah rontok. Penyemprotan ini dilakukan oleh mayoritas petani mangga sebanyak 2 kali/minggu. Hal ini tidak sesuai dengan standar operasional budidaya mangga *out of season*. Menurut Standar Operasional Prosedur (SOP) Mangga Gedong Gincu *Off Season* Kabupaten Majalengka, Cirebon dan Indramayu (2016), interval penyemprotan jika curah hujan tinggi 5 hari sekali setelah keluar bunga sampai dengan buah sebesar bola pingpong.

Mayoritas responden petani mangga melakukan panen sendiri yaitu bahwa petani tidak menyerahkan kegiatan panen buah mangga ke pihak lain. Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa dengan menggunakan teknologi *out of season* maka mayoritas responden petani mangga dapat melakukan panen mangga sebanyak 2 hingga 3 kali dalam satu tahun. Sedangkan produktivitas dari pohon terbesar yang dimiliki oleh petani mangga yaitu mulai dari yang paling sedikit berjumlah 50 Kg/pohon hingga

yang terbanyak berjumlah 1500 Kg/pohon. Apabila dirata-ratakan, produktivitas mangga responden petani mangga adalah sebesar 470 Kg/pohon.

c. Subsistem Agribisnis Hilir

Agribisnis hilir komoditas mangga di sini berarti perlakuan tambahan yang dilakukan kepada buah mangga yang sehingga dapat memberikan nilai tambah kepada buah mangga tersebut. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain adalah pencucian buah mangga, pengemasan buah mangga, sortasi buah mangga, *grading* buah mangga, dan pemberian label pada buah mangga.

Selain mayoritas responden petani mangga tidak melakukan pencucian buah mangga, mereka juga tidak melakukan kegiatan sortasi buah mangga. Bagi mayoritas petani mereka merasa bahwa yang lebih mengerti mengenai spesifikasi untuk penyortiran buah mangga adalah pihak pedagang pengumpul/ tengkulak/ bandar sehingga petani merasa tidak perlu membuang waktu dan tenaga untuk melakukan penyortiran.

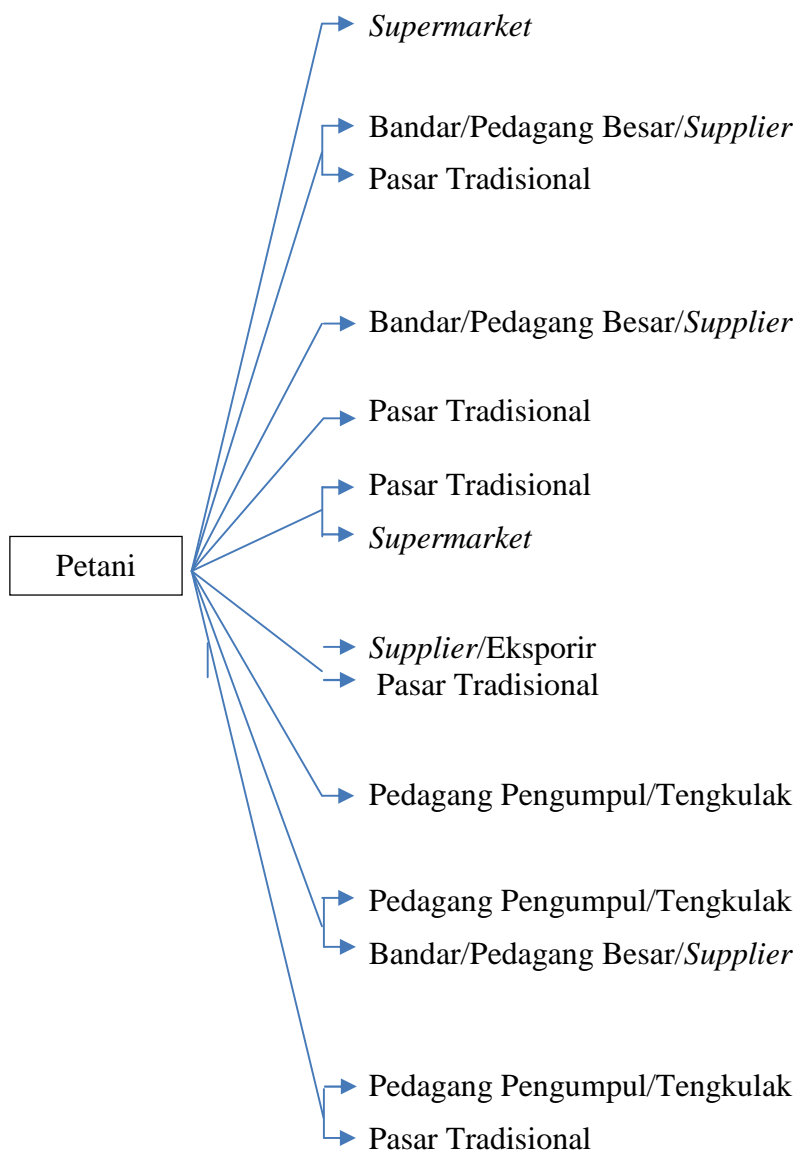
Petani mangga juga tidak melakukan kegiatan *grading* karena para petani mangga merasa masih kurang paham untuk melakukan kegiatan tersebut. Pada umumnya yang melakukan *grading* adalah pedagang

pengumpul/tengkulak/bandar. Pada umumnya *grading* yang ditentukan pedagang pengumpul/tengkulak/bandar terhadap petani terbagi menjadi 2, yaitu *Grade AB* dan *Grade PL*. *Grade AB* adalah tingkat kelas untuk buah mangga dari petani yang kualitasnya paling baik dan *Grade PL* adalah tingkat kelas untuk buah mangga dari petani yang kualitasnya cukup baik. Untuk mangga yang tidak termasuk *grade* disebut mangga cakra. Selain itu mayoritas responden petani mangga juga tidak melakukan kegiatan pengemasan buah mangga sebelum menjualnya dan tidak melakukan pelabelan pada buah mangga.

d. Subsistem Pemasaran Komoditas Agribisnis

Berdasarkan skema di bawah dapat diketahui bahwa tujuan pasar mayoritas responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran, Kabupaten Majalengka adalah menjual hasil produk mangganya ke pedagang pengumpul/ tengkulak. Kemudian selain itu, petani mangga cenderung menjualnya ke bandar/pedagang besar/*supplier*. Menurut petani, menjual hasil panen mangga ke pedagang pengumpul/ tengkulak sangatlah mudah dan dekat. Resiko yang besar juga menjadi pertimbangan petani untuk memasarkan hasil produk mangganya ke pasar tradisional/pasar

modern secara langsung. Pembayaran memerlukan modal yang tidak kontan membuat petani pemeliharaan tanaman mangga merasa dirugikan karena petani selanjutnya.



Gambar 1. Skema Tujuan Pasar Petani Mangga

Berdasarkan skema tujuan pasar di atas, mayoritas petani mangga menjual hasil produk mangganya ke pedagang pengumpul/tengkulak namun juga ternyata sudah terdapat petani mangga

yang mampu memasok hasil buah mangganya langsung menuju pasar tradisional dan bahkan ke pasar modern.

Hal di atas ternyata berbeda dengan hasil penelitian Supriatna (2005) yang

menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran di Kabupaten Majalengka pasti melewati pengumpul, agen, dan pasar induk. Padahal petani mangga di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka bisa langsung memasok ke pasar tradisional lokal dan bisa juga langsung memasok ke pasar modern. Selain itu terdapat pula petani mangga yang dapat memasok ke eksportir.

Tujuan pasar petani mangga yang mayoritas menjual hasil panen mangganya ke pedagang pengumpul/tengkulak dan bandar ternyata kerap kali membuat petani tidak memiliki *bargaining position* yang tinggi dalam penentuan harga jual buah mangga. Terlebih lagi apabila adanya bantuan sarpotan seperti berupa zat perangsang tumbuh dari tengkulak/bandar kepada petani mangga. Hal tersebut membuat petani mangga harus terus memasok hasil panen mangga mereka ke tengkulak/ bandar tertentu yang memberikan pinjaman tersebut hingga hutangnya

terlunasi. Sistem pembayaran saat penjualan dibayar secara tunai. Ini sesuai dengan yang disukai oleh mayoritas responden petani mangga. Petani cenderung mencari pembeli yang dapat membayar petani secara tunai. Hal ini dikarenakan petani membutuhkan uang tersebut untuk modal pemeliharaan pohon mangga selanjutnya.

e. Subsistem Lembaga Penunjang

Mayoritas responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka tidak tergabung ke dalam kelompok tani. Hal ini terjadi karena beberapa faktor yang diantaranya adalah tidak adanya kelompok tani yang aktif di desa tempat tinggal responden petani mangga dan responden petani mangga merasa tidak perlu untuk tergabung dalam kelompok tani karena sangat jarangnyanya manfaat yang dirasakan dari kelompok tani yang ada. Selain itu juga mayoritas tidak tergabung dalam suatu lembaga usahatani mangga dengan cakupan yang lebih luas (di luar desa).

Tabel 1. Keikutsertaan Responden Petani Mangga ke dalam Lembaga

No	Keikutsertaan Petani Mangga dalam Lembaga			
	Lembaga Tingkat Desa (Kelompok Tani)	Frekuensi / Persentase (%)	Lembaga Antar Wilayah (di Luar Desa)	Frekuensi / Persentase (%)
1	Tidak	56	Tidak	97
2	Ya	44	Ya	3
	Total	100		100

Mayoritas responden petani mangga pada penelitian ini hanya pernah dibantu dalam hal keuangan oleh lembaga keuangan bank. Ini merupakan hal yang menarik karena menurut beberapa responden bahwa tingkat kepercayaan pihak bank kepada para petani mangga di Kecamatan Panyingkiran sangatlah baik. Bahkan pihak bank tidak lagi sungkan untuk langsung turun ke lapangan untuk menawarkan pinjaman kepada para petani.

Mayoritas responden petani mangga yang meminjam modal ke bank menunjukkan bahwa petani sudah menggunakan sistem formal dalam pengelolaan usahatani mangga. Tujuan penjualan ke tengkulak atau bandar mayoritas bukanlah karena keterikatan dan ketergantungan, namun lebih kepada kemudahan akses yang dirasakan oleh petani untuk memasok dan menjual hasil mangganya ke sana. Hal ini menjadi menarik karena ternyata bertolak belakang dengan pernyataan dari Natawidjaja (2012) yang mengatakan bahwa petani masih banyak yang menggunakan sistem informal dalam pengelolaan mangga. Sayangnya, bantuan dari pemerintah masih sangat jarang terjadi.

4. Gambaran Pemilihan Pasar Petani Mangga di Kecamatan Panyingkiran

a. Aksesibilitas Petani Mangga Terhadap Pasar

Mayoritas responden petani mangga yang merasa mudah dalam mendapatkan akses pasar memasarkan hasil panen mangganya ke pedagang pengumpul/tengkulak. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengumpul/tengkulak merupakan tujuan pasar yang dianggap mudah diakses oleh mayoritas responden petani mangga. Dengan jarak tempuh yang dekat serta waktu tempuh yang cepat dirasakan memudahkan mayoritas responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran dalam memasarkan hasil panen mangganya. Biaya yang dikeluarkan juga relatif rendah atau bahkan tidak ada. Selain itu, risiko buah mangga rusak di jalan juga akan semakin rendah. Akses kendaraan ternyata juga sudah sangat mudah guna membawa hasil panen mangga.

Kemudahan syarat dalam transaksi juga membuat petani mempertimbangkan suatu pasar tertentu. Semakin mudah persyaratan suatu pasar maka petani mangga semakin condong untuk memilih memasarkan hasil mangganya ke pasar tersebut.

Keinginan dari dalam diri petani mangga untuk memasarkan komoditas mangganya ke pasar yang seluas-luasnya merupakan faktor yang sangat penting karena merupakan dorongan pribadi yang berasal dari dalam sehingga menentukan keseriusan dalam keinginan tersebut. Mayoritas responden petani mangga memiliki keinginan untuk memasarkan mangganya ke pasar yang seluas-luasnya.

5. Faktor-Faktor Penentu Pemilihan Pasar Petani Mangga

Pemilihan pasar oleh mayoritas responden petani mangga di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka ternyata ditentukan oleh berbagai faktor diantaranya adalah kemudahan mendapatkan informasi yang akan dituju oleh petani.

Selain akses informasi yang mudah, pemilihan pasar oleh petani mangga di Kecamatan Panyingkiran juga didominasi oleh karena mudahnya akses angkutan untuk mendistribusikan hasil panen mangga. Responden petani mangga juga cenderung memasarkan hasil mangganya ke pasar yang memberikan persyaratan yang mudah dalam sistem transaksinya. Tingkat pendidikan mayoritas responden petani mangga yang sangat rendah membuat petani mangga memilih memasok ke tujuan pasar yang syarat

tertulisnya paling mudah yaitu pedagang pengumpul/tengkulak. Petani mangga juga cenderung menghindari tujuan pasar yang mengharuskan petani memasok buah mangga dengan kuantitas tertentu dan juga petani mangga tidak mau terikat dengan satu tujuan pasar tertentu sehingga tujuan pasar yang memberikan syarat kontinuitas pasokan buah mangga pada umumnya jarang dipilih oleh petani mangga di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka. Hubungan keluarga/kedekatan dengan tujuan pasar juga menjadi salah satu faktor yang menentukan mengapa petani mangga menjual hasil mangganya ke pasar tersebut. Diketahui dari hasil penelitian bahwa mayoritas tujuan pasar yang memiliki faktor-faktor penentu pemilihan pasar tersebut adalah tujuan pasar ke pedagang pengumpul/tengkulak/bandar. Selain itu tentunya harga beli mangga juga berpengaruh terhadap pemilihan pasar petani. Petani mangga akan cenderung memilih tujuan pasar yang menawarkan harga lebih tinggi dibandingkan dengan yang lainnya. Mayoritas responden petani mangga yang menggunakan modal pribadi dan modal dari bank membuat petani cukup leluasa dalam menentukan pasar yang memiliki harga yang lebih tinggi.

Meski begitu, cakupannya masih di tingkat tujuan pasar yang sama yaitu pedagang pengumpul/tengkulak/bandar. Petani biasanya tidak hanya memasok ke satu pedagang pengumpul/tengkulak/bandar yang itu-itu saja, tetapi berganti-ganti sesuai harga yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul/tengkulak/bandar yang lebih tinggi.

6. Potensi serta Kendala Usahatani Komoditas Mangga

a. Potensi Usahatani Mangga

Kemudahan dalam akses permodalan usahatani mangga ternyata menjadi potensi usahatani mangga di Kecamatan Panyingkiran, Kabupaten Majalengka. Dari hasil penelitian di lapangan diketahui bahwa mayoritas responden petani mangga merasakan kemudahan dalam mendapatkan modal bagi usahatannya. Ini dapat menjadi potensi yang baik mengingat bahwa banyaknya pihak perbankan yang bahkan menawarkan pinjaman modal hingga *door to door*.

Mayoritas responden petani mangga ternyata sudah dapat memproduksi hasil buah mangga yang berkualitas baik (*Grade AB*) sebesar 70%. Menurut mayoritas petani hal ini didukung pula oleh kecocokan dari

wilayah Kabupaten Majalengka untuk ditanami tanaman mangga.

b. Kendala Usahatani Mangga

Saat ini budidaya dan usahatani mangga cukup sering dihadapkan oleh beberapa kendala. Salah satu kendala terbesar dan tersulit dalam penanganannya saat ini adalah kendala cuaca yang tidak menentu. Curah hujan yang tinggi dan sering membuat bunga pada pohon mangga cepat rontok.

Biaya pemeliharaan tentunya akan semakin membengkak pada kondisi cuaca yang kurang baik. Petani kerap kali mengeluhkan harga-harga obat-obatan yang semakin hari semakin mahal. Terkadang petani juga menemukan bahwa obat yang dijual di toko-toko saprotan adalah obat palsu. Hal ini masih kurang didukung oleh harga yang stabil. Harga mangga masih sangat fluktuatif yang sangat bergantung pada cuaca yang akan menentukan hasil panen mangga sehingga berpengaruh terhadap pasokan ke pasar.

PENUTUP

Dinamika agribisnis petani mangga ditunjukkan oleh mayoritas petani mangga mengeluarkan modal usahatani sebesar 10-50 juta rupiah yang berasal dari modal pribadi, tujuan pasar

terbanyak masih memasok ke pedagang pengumpul/tengkulak. Kegiatan pemeliharaan tanaman mangga menjadi bagian yang paling memerlukan modal besar dalam usahatani mangga. Hampir seluruh petani sudah menerapkan sistem budidaya *Out of season* namun tidak melakukan pengolahan pasca panen buah mangga dan menyerahkannya kepada tengkulak/bandar. Penentuan harga jual pada umumnya ditentukan oleh pembeli terhadap petani dan sistem pembayarannya adalah tunai. Petani sangat jarang yang tergabung dalam suatu kelembagaan usahatani mangga.

Pemilihan pasar petani mangga didasari oleh rasa mudah yang dirasakan petani dalam mengakses pasar tertentu. Mayoritas petani memilih pasar berdasarkan jaraknya yang dekat dengan tempat produksi, ketersediaan angkutan menuju pasar tersebut, waktu tempuh yang relatif singkat, dan persyaratan yang mudah. Petani merasa bahwa pasar tradisional merupakan pasar yang paling mudah diakses dan pasar ekspor adalah pasar tersulit untuk diakses.

Faktor-faktor penentu pemilihan pasar petani mangga ditentukan oleh berbagai hal diantaranya adalah kemudahan akses informasi, transportasi, tingkat pendidikan/SDM petani itu

sendiri, persyaratan dalam transaksi, hubungan keluarga/kedekatan dengan pembeli, dan harga beli buah mangga. Mayoritas petani sudah cukup mandiri dengan tidak memiliki keterikatan pemasaran terhadap tengkulak/bandar akibat sumber permodalan pribadi dan dari lembaga formal.

Potensi usahatani mangga yang dirasakan mayoritas responden adalah mudahnya budidaya mangga dan mudahnya mendapatkan modal, terutama dari perbankan. Kualitas mangga yang dihasilkan juga sudah memuaskan yaitu mencapai 70% mangga berkualitas baik. Kendala yang terjadi adalah faktor curah hujan yang tinggi dan biaya pemeliharaan yang semakin mahal.

Rekomendasi yang diajukan adalah bahwa ada baiknya apabila kelembagaan usahatani mangga atau kelompok tani mangga dapat menghimpun petani untuk memasarkan hasil mangganya dengan sistem yang menguntungkan bagi petani mangga itu sendiri.

Agar menjadi perhatian pemerintah daerah untuk mengaktifkan kembali kelompok tani mangga mangga. Pemberian insentif kepada pengurus kelompok tani juga dapat membangkitkan semangat petani mangga untuk terus aktif dalam kelompok tani

mangga sehingga kelompok tani dapat terus bertahan dan dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

Petani sebaiknya mempelajari cara-cara pengolahan pasca panen mangga agar buah mangga yang dijual dapat memiliki nilai tambah dan harganya lebih tinggi sehingga dapat menambah pendapatan petani mangga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aak. 1991. *Mangga*. Yogyakarta: Kanisius.
- Agung, W. 2010. *Panduan SPSS 17.0 untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Garailmu.
- Amaya, Nadezda and Alwang, J. 2011. *Access to information and farmer's market choice: The case of potato in highland Bolivia*. New Leaf Associates, Inc.
- Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. 2015. Produksi, Ekspor, dan Impor Komoditas Mangga Indonesia Tahun 2010-2015. Diakses melalui <http://bps.go.id> (pada 20 Februari 2017).
- Black, J.A. 1987. *Dynamics of Accessibility to Employment and Travel Behaviour: A Case Study of the Journey to Work in Sydney, 1961-2011*. *Proceedings of International Symposium on Transport, Communication and Urban Form*, Part 2, pp.129. Monash University.
- Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Majalengka. 2015. *Realisasi Luas tanam, panen, produksi, dan produktivitas komoditi mangga*. Majalengka.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat. 2016. *Produksi Buah Mangga*. Jawa Barat.
- Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Kementerian Keuangan Indonesia. 2017. *Pengertian Ekspor*. diakses melalui <http://www.beacukai.go.id/arsip/pab/ekspor.html> (pada 26 Pebruari 2017).
- Direktorat Jenderal Peraturan Perundang-undangan Kementerian Hukum dan HAM RI. 2009. *Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 02 Tahun 2009 Tentang Penataan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern*. diakses melalui <http://ditjenpp.kemenkumham.go.id/files/ld/2009/KotaBandung-2009-2.pdf> (pada 6 Pebruari 2017).
- Firmansyah, Herlan & Ramdani, Dani. 2009. *Ilmu Pengetahuan Sosial*

Pemilihan Pasar Petani Mangga Serta Dinamika Agribisnisnya di Kecamatan Panyingkiran
WIDYARINA RAMADHANI, ELLY RASMIKAYATI

- Untuk Sekolah Menengah Pertama/Madrasah Tsanawiyah Kelas VIII /Semester 1 dan 2.* Jakarta: Pusat Perbukuan, Departemen Pendidikan Nasional.
- Hendri, M. 2005. *Pemasaran Ritel.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Higgins, E.T. 1996. *Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience.* In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles.* New York: Guilford Press.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Iswanto, D. 2013. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kayu Lapis Indonesia ke Jepang.* Padang.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016. Melalui <http://kbbi.web.id>. Diakses pada 9 Maret 2017.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2015. *Produksi Mangga di Jawa Barat.* Diakses melalui <http://www.pertanian.go.id>. (pada 20 Pebruari 2017).
- Kencanaputra, R. 2014. *Outlook Komoditi Mangga.* Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.
- Kotler, P. 2002. *Marketing Management Millenium Edition, Tenth Edition.* Prentice-Hall, Inc.
- Malik, A. 2010. *Pengantar Bisnis Jasa Pelaksana Konstruksi.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nasution, S. 2007. *Metode Research: Penelitian Ilmiah.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Natawidjaja, et al. 2007. *Horticultural Producers and Supermarket Development in Indonesia.* The World Bank. Report No. 38543-ID.
- Natawidjaja, Ronnie S, 2012. Understanding How Informality Works in Reality: The Case of Horticulture Sector in Indonesia. Paper presented at Meeting Small-Scale Farmers in Their Markets: Understanding and Improving the Institutions and Governance of Informal Agrifood Tradeheld in Amsterdam November 29-30, 2012.
- Perdana, T. 2011. *Dinamika Agribisnis (Dynamic Agribusiness).* Melalui <http://tomyperdana.blogspot.co.id/2011/01/dinamika-agribisnis-agribusiness.html> pada 8 Maret 2017.

- Pracaya. 2011. *Bertanam Mangga*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Prijana. 2005. *Metode Sampling Terapan*. Bandung: Humaniora.
- Rasyad, R. 2003. *Metode Statistik Deskriptif untuk Umum*. Jakarta: Grasindo.
- Sa-id, E dan Prastiwi, Y. 2005. *Agribisnis Syariah*. Depok: Penebar Swadaya.
- Sanna, L. J., & Schwarz, N. 2004. Integrating temporal biases: The interplay of focal thoughts and accessibility experiences. *Psychological Science*, 15, 474–481.
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, F. 2002. *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sensus Pertanian 2013. 2013. Jumlah Rumah Tangga Usaha Hortikultura Jawa Barat. Diakses melalui <http://st2013.bps.go.id> (pada 20 Pebruari 2017).
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Spiegel, M.R. 2000. *Statistik*. Jakarta: Erlangga.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat. 2016. *Standar Operasional Prosedur (SOP) Mangga Gedong Gincu Off Season Kabupaten Majalengka, Cirebon dan Indramayu*. Bandung. Statistik Daerah Kecamatan Panyingkiran 2015. 2015. Badan Pusat Statistik Kabupaten Majalengka. Majalengka.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sudijono, A. 2012. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Suthanaya, P.A. 2009. *Analisis Aksesibilitas Penumpang Angkutan Umum Menuju Pusat Kota Denpasar di Provinsi Bali*. Universitas Udayana, Denpasar.
- Sutono. 2008. *Budidaya Tanaman Mangga (Mangifera Indica L.)*. Bogor: Balai Penelitian Tanah, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- United States Departement Of Agriculture. *Mangoes Classification*. Diakses melalui <https://usdasearch.usda.gov> (pada 2 Pebruari 2017).

Pemilihan Pasar Petani Mangga Serta Dinamika Agribisnisnya di Kecamatan Panyingkiran
WIDYARINA RAMADHANI, ELLY RASMIKAYATI

Urquieta, R. Amaya Nadezda. 2009.

*Effects of access to information on
farmer's market channel choice:
The Case of Potato in Tiraque Sub-
watershed (Cochabamba - Bolivia).*
Blacksburg, Virginia.