

# STRATEGI PENINGKATAN KEMAMPUAN LEMBAGA EKONOMI PADA KAWASAN HORTIKULTURA UNGGULAN DI KABUPATEN JEMBER

**Aryo Fajar Sunartomo**

*Staf Pengajar pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Jember*

*Email : aryofajar74@yahoo.com*

## ABSTRACT

*Horticulture are now seeded Jember government is durian, orange, mangosteen, corn, watermelon, etc. This commodity is technically feasible to be developed, in terms of economic benefit and socially acceptable to the local community. But in fact in the field of commodity value in the form of price and productivity are still low. This is due to the marketing of these commodities is still traditional, the lack of touch technology infrastructure both on farm and off farm causing farmers to become weak bargaining position. people is likely to deceive the people. In the future development of the agricultural sector is still encountered some obstacles, particularly in the development of farming systems based agribusiness and agro-industries. Location of the study determined (purposive) in Jember is the region / district that has the potential to be developed as a superior horticultural commodities. The form to be used in this study is a descriptive case study strategy. Results indicate that the fulfillment of the financing needs of farmers farming done creatively by combining source - a source of financing that can be reached like banks, cooperatives, traders or the relatives/friends. SWOT analysis results show the value of IFAS and EFAS 2,65 to 2,40, which means having a prospective opportunity to develop and possess the competence to do it.*

*Keywords: agribusiness, horticulture, development strategy*

## PENDAHULUAN

Tanaman hortikultura mendapatkan perhatian besar dari pemerintah karena telah terbukti peranannya sebagai komoditi yang dapat dipakai sebagai sumber pertumbuhan baru sektor pertanian (Soekartawi, 1993). Berbagai program dan kegiatan pembangunan hortikultura telah dilakukan dan difasilitasi kepada petani dan pelaku usaha di sentra dan kawasan agribisnis hortikultura. Hal ini telah memberikan kontribusi signifikan dalam peningkatan produksi, peningkatan kualitas produk maupun dalam pengembangan usaha. Secara makro keberhasilan pembangunan agribisnis hortikultura ditandai dengan meningkatnya kuantitas dan kualitas produksi hortikultura, peningkatan areal tanam, penyerapan tenaga kerja, keberhasilan, manfaat dan dampak positif dari pelaksanaan pembangunan hortikultura ini telah dirasakan, serta secara statistik ternyata telah berkontribusi nyata pada peningkatan produksi dan perekonomian nasional. Keberhasilan pembangunan hortikultura merupakan akumulasi dari keberhasilan seluruh

*stakeholders, termasuk swasta, petani, dan masyarakat (Ditjen Hortikultura, 2008).*

Dalam pengembangan sektor pertanian ke depan masih ditemui beberapa kendala, terutama dalam pengembangan sistem pertanian yang berbasis agribisnis dan agroindustri. Kendala yang dihadapi dalam pengembangan pertanian khususnya petani skala kecil, antara lain (Almasdi Syahza, 2003d) : *Pertama*, lemahnya struktur permodalan dan akses terhadap sumber permodalan. Secara umum pemilikan modal petani masih relatif kecil, karena modal ini biasanya bersumber dari penyesihan pendapatan usaha tani sebelumnya. Adakalanya petani sering terjatuh pada sistem pinjaman di pedesaan yang secara ekonomi merugikan pihak petani. *Kedua*, ketersediaan lahan dan masalah kesuburan tanah. Permasalahannya bukan saja menyangkut makin terbatasnya lahan yang dapat dimanfaatkan petani, tetapi juga berkaitan dengan perubahan perilaku petani dalam berusaha tani. *Ketiga*, pengadaan dan penyaluran sarana produksi. Pengadaan sarana produksi ini perlu

direncanakan sedemikian rupa agar dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan dan dipergunakan pada waktu yang tepat. *Keempat*, terbatasnya kemampuan dalam penguasaan teknologi. *Kelima*, lemahnya organisasi dan manajemen usaha tani. *Keenam*, kurangnya kuantitas dan kualitas sumberdaya manusia untuk sektor agribisnis. Petani merupakan sumberdaya manusia yang memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu kegiatan usaha tani, karena petani merupakan pekerja dan sekaligus manajer dalam usaha tani itu sendiri.

Kelembagaan usahatani memiliki potensi untuk meningkatkan produktivitas dan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan pelaku usahatani. Namun, fakta di lapangan menyatakan bahwa masih terdapat kesenjangan antara kelembagaan yang dibentuk secara top down oleh Pemerintah, dengan kelembagaan yang dibutuhkan oleh pelaku usahatani. Selama ini pendekatan kelembagaan juga telah menjadi komponen pokok dalam pembangunan pertanian dan pedesaan. Namun, kelembagaan usahatani, terutama kelompok petani cenderung hanya diposisikan sebagai alat untuk mengimplementasikan proyek belaka, belum sebagai upaya untuk pemberdayaan yang lebih mendasar.

Satu hal yang sangat kritis adalah bahwa meningkatnya produksi pertanian atau output selama ini belum disertai dengan meningkatnya pendapatan dan kesejahteraan petani secara signifikan dalam usahatannya. Petani sebagai unit agribisnis terkecil belum mampu meraih nilai tambah yang rasional sesuai skala usahatani terpadu (*integrated farming system*). Oleh karena itu, persoalan membangun kelembagaan (*institution*) di bidang pertanian dalam pengertian yang luas menjadi semakin penting, agar petani mampu melaksanakan kegiatan yang tidak hanya menyangkut on farm business saja, akan tetapi juga terkait erat dengan aspek-aspek *off farm agribusiness*nya. Syarat mutlak (syarat pokok pembangunan pertanian), yang terdiri dari pasar untuk hasil-hasil usahatani, teknologi yang selalu berubah, tersedianya bahan-bahan produksi dan peralatan secara lokal, insentif produksi

bagi para petani, pengangkutan (transportasi). Pembangunan pertanian yang berkelanjutan membutuhkan hal-hal berikut ini pendidikan sistem pertanian, kredit produksi, kegiatan gotong royong oleh para petani, perbaikan dan perluasan tanah/lahan pertanian, perencanaan nasional untuk pembangunan pertanian (Mosher, 1965 dalam Soekartawi, 2002).

Beberapa komoditi hortikultura yang sekarang ini menjadi unggulan pemerintah Kabupaten Jember adalah durian, jeruk, manggis, Jagung, semangka/melon dll. Komoditi ini secara teknis layak dikembangkan, dari sisi ekonomi menguntungkan dan secara sosial dapat diterima oleh masyarakat setempat. Namun pada kenyataannya di lapangan nilai komoditas baik dalam bentuk harga maupun produktifitas masih rendah. Hal ini disebabkan oleh tata niaga komoditas ini masih bersifat tradisional, kurangnya sentuhan infrastruktur teknologi baik on farm maupun off farm menyebabkan posisi tawar petani menjadi lemah. rakyat bahkan cenderung memperdaya rakyat.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) peran dan efektifitas kelembagaan ekonomi pada sistem agribisnis dalam pengembangan komoditas tanaman hortikultur, (2) kebijakan dan strategi pengembangan komoditas unggulan hortikultura pada kawasan hortikultura unggulan sehingga mempunyai nilai potensial sosial ekonomi pada periode mendatang di Kabupaten Jember.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) di Kabupaten Jember yaitu pada wilayah/kecamatan yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai komoditi hortikultura unggulan dari segi : produksi/produktivitas, ketersediaan lahan, dan sumberdaya manusianya. Bentuk yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan strategi studi kasus dimana menurut M. Nazir (1999), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang

dimana tujuan dari hasil penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat diskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Selanjutnya Dedy Mulyana (2004) menekankan bahwa studi kasus berupaya untuk menelaah sebanyak mungkin data mengenai subyek yang diteliti dengan menggunakan berbagai metode seperti : wawancara (riwayat hidup), pengamatan, penelaahan dokumen, survei dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus secara rinci.

Data yang digunakan disini dapat dibagi menjadi 2 (dua) jenis data, yakni : 1) Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari kegiatan survei lapang, melalui suatu metode pengumpulan data yang telah dirancang oleh peneliti, 2) Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dinas atau instansi pemerintahan yang terkait.

Metode pengumpulan data dilakukan melalui metode pengumpulan data secara primer dan sekunder. Metode pengumpulan data secara primer yakni metode pengumpulan data yang dilakukan dilakukan dengan jalan menggali informasi melalui kegiatan survei lapang untuk mengetahui kebenaran kondisi dilapang. Sedangkan metode pengumpulan data skunder diperoleh melalui data/publikasi resmi yang dikeluarkan oleh dinas terkait.

Pengumpulan analisis data primer dan sekunder dilakukan melalui melalui pendekatan konsep ekonomi kerakyatan dari berbagai aspek, serta disesuaikan dengan keadaan fisik, ekonomi, dan kebijakan pemerintah. Penentuan komoditas unggulan di masing-masing kecamatan didasarkan kepada beberapa indikator, antara lain: 1) luas areal/populasi; 2) produktivitas; 3) produksi; 4) hasil analisis usahatani; dan 5) kesesuaian lahan yang menyangkut aspek biofisik. Metode *Rapid Rural Appraisal* atau Pengkajian Desa Secara Cepat digunakan yang menyangkut aspek sosial, ekonomi dan budaya masyarakat. RRA merupakan metode yang digunakan untuk memotret keadaan desa secara cepat, intensif, berulang dan eksploratif (Rachman 1997). Sedangkan untuk strategi pengembangan tanaman

hortikultura unggulan masa akan datang digunakan analisis kualitatif SWOT.

## **PEMBAHASAN**

### **Peran dan Efektifitas Kelembagaan Ekonomi dalam Pengembangan Komoditas Tanaman Hortikultura di Kabupaten Jember**

#### *Kelembagaan sarana produksi*

Kelembagaan sarana produksi merupakan kelembagaan ekonomi yang bergerak di bidang produksi, penyediaan dan penyaluran sarana produksi seperti : BUMN, Koperasi dan usaha perdagangan swasta. Kelembagaan ini pada umumnya melakukan usaha dalam produksi, perdagangan/pemasaran produksi seperti pupuk, pestisida, dan benih/ bibit tanaman yang diperlukan petani.

#### *Distributor/penyalur saprodi*

Di tingkat pedesaan kelembagaan ini berwujud sebagai kios-kios sarana produksi yang berfungsi sebagai pengecer sarana produksi langsung kepada petani selaku konsumen. Terkait dengan kebutuhan saprodi petani sayur mayur pada wilayah sentra sebagai responden (bibit, pupuk dan obat-obatan) seluruhnya terpenuhi dari toko/kios yang berasal dari dalam wilayah/desa dimana mereka berada. Dapat diartikan bahwa untuk ketersediaan sarana produksi untuk petani dapat tercukupi dari kios-kios disekitar petani (terjangkau). Toko/kios pertanian di sekitar wilayah desa sudah mampu menyediakan kebutuhan saprodi bagi petani. Meskipun demikian, sebenarnya juga masih terdapat titik rawan dalam rangkaian penyediaan benih/bibit di lapangan. Akibat kelemahan kelembagaan ini dalam menangani penyediaan saprodi maka prinsip enam tepat yaitu tepat jenis, jumlah, waktu, lokasi, harga dan mutu sarana produksi sering kali mengalami hambatan. Kebutuhan saprodi bagi petani merupakan kebutuhan utama dalam kegiatan usaha tani dimana komponen pembiayaan pengadaan sarana produksi merupakan komponen utama yang membutuhkan biaya terbesar (terutama untuk komoditi cabai dan semangka).

Penggunaan benih untuk komoditi yang akan diusahakan petani di wilayah

sentra, seluruhnya sudah menggunakan benih unggulan yang diharapkan dapat memacu produksi dan produktifitas komoditi. Demikian juga dengan penggunaan pupuk yang sudah sesuai dengan anjuran PPL ataupun dalam pelaksanaan kegiatan terdapat kegiatan konsultasi dengan petugas lapang meskipun intensitasnya dirasa kurang oleh petani. Namun seringkali petani melakukan modifikasi ataupun perbedaan perlakuan dalam kegiatan usahatani. Hal ini dimungkinkan petani sudah berpengalaman dalam mengusahakan komoditi yang dilakukannya selama bertahun-tahun.

Berkaitan dengan usahatani cabai pada komoditi sayur mayur, dimana komoditi tersebut sangat rentan terhadap perubahan cuaca dan penyakit sehingga kebutuhan petani akan input saprodi terutama pestisida sangat mempengaruhi kelangsungan budidaya yang dilakukan petani sehingga kebutuhan akan produk tersebut (pestisida) memang sangat dibutuhkan ketersediaannya oleh petani. Kios sebagai penyalur saprodi juga harus mampu menyediakan kebutuhan tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan petani. Namun di lapangan, terkadang petani juga kesulitan menemukan pestisida yang sesuai kebutuhan kelangsungan usahatani.

Pada komoditi buah-buahan, benih/bibit juga sudah dapat tercukupi oleh kios. Pada beberapa komoditi yang karakteristiknya adalah tanaman tahunan (alpukat, durian, mangga dan rambutan) sudah tidak diperlukan benih baru mengingat perusahaan komoditi tersebut berasal dari usahatani warisan. Komponen terbesar pembiayaan yang dikeluarkan petani buah-buahan berasal dari kegiatan pemeliharaan tanaman. Pada kegiatan usahatani pada komoditi tersebut masih pada kategori tradisional (belum diusahakan secara intensif/komersil).

Untuk petani buah-buahan, pengadaan sarana produksi bibit untuk perusahaan komoditi usahatani baru sebagian besar berasal dari wilayah petani tersebut. Sedangkan pada beberapa komoditi lain pada petani responden berasal dari usaha turun temurun seperti pada komoditi durian. Berbeda dengan komoditi sayur mayur,

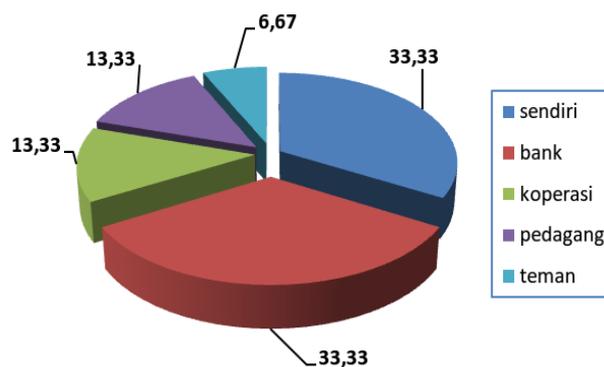
pembiayaan terbesar usahatani komoditi buah-buahan berasal dari komponen pembiayaan kegiatan pemeliharaan (69,70%), mengingat tanaman buah-buahan merupakan tanaman tahunan.

Dengan demikian maka penyediaan dan ketersediaan input saprodi bagi petani di wilayah sentra sudah tercukupi oleh kios penyedia kebutuhan saprodi bagi petani. Namun kendala yang dihadapi oleh petani di wilayah sentra berkaitan dengan daya dukung pembiayaan untuk penggunaan teknologi usahatani yang sebenarnya dapat diaplikasikan di lahan petani.

#### *Kelembagaan Usaha Tani/Produksi*

Kelembagaan petani merupakan unsur yang sangat penting untuk mendukung pengembangan usaha bisnis hortikultura, guna merespon pasar dan persaingan, meningkatkan efisiensi produksi, serta mengefektifkan pelayanan yang menunjang pengembangan usaha agribisnis. Kelembagaan usaha menjadikan petani memiliki kemandirian usaha dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan untuk mampu bersaing. Pengembangan kelembagaan di tingkat petani diarahkan untuk membentuk Kelompok Tani, asosiasi produsen atau koperasi usaha sehingga dapat meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*).

Terkait dengan perolehan saprodi pada komoditi hortikultura dapat juga dilakukan melalui pola kemitraan, namun sebanyak 86,67% responden dalam melakukan pengadaan sarana produksi melakukan pola pembiayaan tunai pada toko/kios saprodi tersebut, sedangkan sisanya sebanyak 13,33% responden dalam bentuk pinjaman dengan toko/kios. Dengan arti lain bahwa pengadaan saprodi tidak tersedia dalam bentuk natura tetapi dibeli langsung oleh petani. Untuk sumber pembiayaan dari petani dalam melakukan pembiayaan sarana produksi, pola sumber pembiayaannya bervariasi, baik yang dilakukan sendiri ataupun melalui pihak bank, pedagang, koperasi dan teman ataupun juga merupakan kombinasi/gabungan dari beberapa sumber pembiayaan (Gambar 1).



**Gambar 1. Sumber Permodalan Petani Sayur Mayur di Wilayah Sentra**

Aspek permodalan/pembiayaan bagi petani sayur mayur merupakan aspek yang dominan dalam mempengaruhi kemampuan petani untuk melaksanakan usahatani. Sebanyak 53,33% petani responden menyatakan bahwa petani merasa kesulitan terkait dengan pembiayaan yang dilakukan dalam usahatani. Meskipun petani akhirnya mampu mengatasi sendiri masalah tersebut namun bagi petani hal tersebut meninggalkan persoalan ganda, dimana satu sisi lain petani juga harus membiayai kehidupan keluarganya sebelum lahan yang di usahakan menghasilkan pendapatan/keuntungan.

Sumber pembiayaan saprodi yang melalui bank dan koperasi tentunya mempunyai konsekuensi untuk melalui prosedur administrasi dan bunga dari pinjaman yang tentunya juga harus menyertakan jaminan atas pinjaman tersebut. Bentuk jaminan dari pinjaman yang dilakukan petani responden bisa berupa jaminan surat kendaraan dan tanah. Bentuk pinjaman terutama pada pihak bank tidak akan bermasalah bagi petani yang sudah terbiasa melalui prosedur administrasi ataupun mempunyai agunan/jaminan, tetapi bagi petani yang tidak terbiasa melakukan prosedur administrasi akan menjadi kendala operasional. Minimnya pembiayaan di sektor pertanian oleh perbankan disebabkan beberapa hal, diantaranya: a) risiko pembiayaan yang tinggi, b) persyaratan yang ketat dalam pengajuan kredit, c) kelemahan manajemen usaha pertanian yang umumnya berskala mikro-kecil, d) serta keterbatasan kompetensi perbankan di bidang pertanian. Bagi petani yang tidak terbiasa tersebut akan

melakukan pola pembiayaan dengan berkerjasama dengan pihak lain (pedagang atau teman).

Untuk pembiayaan saprodi melalui pedagang, bentuk kemitraan yang dilakukan adalah petani mempunyai keterikatan dengan pedagang dalam hal penjualan produk, baik untuk komoditi kubis, cabai dan semangka. Bentuk kemitraan dengan pedagang disatu sisi mempunyai keuntungan buat petani dikarenakan petani sudah tidak memikirkan penjualan produk hortikulturanya, tetapi disatu sisi yang lain akan sedikit mengurangi peluang petani untuk mendapatkan harga yang tertinggi dari penjualan produk usahatani.

Sumber pembiayaan dan permodalan pada petani buah-buahan juga bervariasi yakni dari bank, sendiri, teman dan koperasi. Karakteristik pembiayaan petani buah-buahan memang tidak seperti pada petani sayur-mayur, dimana sebagian besar karakteristik usahatani yang dilakukan merupakan usahatani sampingan yang tidak membutuhkan intensitas biaya seperti pada petani sayur-mayur. Sebanyak 54,55% responden menyatakan bahwa untuk permodalan/pembiayaan untuk usahatani komoditi yang dilakukan merupakan permasalahan yang mudah. Sedangkan untuk tingkat penggunaan bibit, bahwa sebanyak 10% responden petani buah-buahan tidak melakukan usaha tani dari awal karena merupakan warisan sehingga tidak membutuhkan bibit/benih. Karakteristik pengusahaan komoditi buah-buahan yang dilakukan petani merupakan usahatani yang bersifat musiman dan sebagian besar belum

diusahakan secara intensif oleh petani (durian, mangga, rambutan dan alpukat).

#### *Kelembagaan Pasca Panen dan Pengolahan Hasil*

Kelembagaan yang terkait dengan pasca panen dan pengolahan hasil ini dapat dibedakan antara lain : a) kelembagaan yang melakukan usaha di bidang pasca panen, seperti usaha pengemasan sortasi grading yang dilakukan oleh pedagang dan sebagainya; dan b) kelembagaan usaha di bidang pengolahan (agroindustri) seperti industri pembuatan jus buah-buahan, industri pengalengan buah-buahan dan sebagainya.

Untuk kelembagaan pasca panen dan pengolahan hasil untuk mengolah dan menampung hasil produksi petani sayur mayur pada wilayah sentra di Kabupaten Jember masih belum terbentuk dengan baik. Sebanyak 66,67 responden petani sayur-mayur tidak melakukan sortasi pada perlakuan pasca panen dari komoditi yang dihasilkan, sedangkan 33,33% melakukan sortasi dari komoditi yang dihasilkan dari lahannya. Bentuk perlakuan hasil panen yang dilakukan petani responden hanya pada komoditi semangka yakni berupa sortasi produk berdasarkan ukuran, penampilan dan berat yang ditujukan untuk konsumsi segar. Sedangkan untuk komoditi cabe dan kubis pada petani responden tidak ada perlakuan pasca panen.

Hubungan yang terbentuk antara permintaan dan penawaran merupakan faktor yang sangat dominan berperan dalam menampung produk dari petani. Tidak adanya industri pengolahan akan berperan dalam menyebabkan harga dan penampungan produk yang berakibat langsung pada petani sebagai produsen. Sebenarnya terdapat peluang bagi petani jika mampu mendiversifikasi penjualan produk usahataniya yakni dengan menjual produk tidak dalam keadaan segar.

Bentuk diversifikasinya adalah dengan menjual produk benih dari komoditi yang dihasilkan. Peluang difersifikasi tersebut bagi petani produsen juga terbuka bagi petani hortikultura di wilayah sentra di Kabupaten Jember. Namun keterbatasan penguasaan teknologi budidaya

menyebabkan banyak petani yang enggan untuk melakukan difersifikasi dari produk yang dihasilkan. Peluang kemitraan sebenarnya terbuka bagi petani, namun karakteristik sosial sebagai latar belakang petani menjadi faktor penghambat bagi proses adopsi inovasi petani. Selain hal tersebut permasalahan di bidang pengolahan hasil dapat dalam bentuk ketersediaan bahan baku yang tidak kontinu, kesulitan modal usaha (bagi usaha kecil), persaingan bisnis, permodalan dan manajemen usaha

Pada komoditi buah-buahan, penjualan oleh petani banyak dalam bentuk segar namun perlakuan pasca panen yang dilakukan berupa sortasi hanya dilakukan oleh 20 (60,61 %) dari 33 petani responden. Perlakuan sortasi masih berupa ukuran, warna dan berat dari komoditi tersebut.

Peluang pasar untuk komoditi buah-buahan masih terbuka lebar terutama pada beberapa komoditi tertentu seperti durian dan jeruk, namun peluang pengembangan difersifikasi komoditi juga sangat terbuka untuk mengantisipasi over produk dari komoditi.

#### *Kelembagaan Pemasaran Hasil*

Kelembagaan sangat penting dalam pemasaran hasil karena melalui kelembagaan ini arus komoditi atau barang berupa hasil pertanian dari produsen disampaikan kepada konsumen akan lebih terjangkau. Kelembagaan pemasaran meliputi kelembagaan yang terkait dalam sistem tata niaga hasil pertanian sejak lepas dari produsen ke konsumen. Kelembagaan tersebut dapat berupa pedagang pengumpul yang ada di daerah produsen (kabupaten/kecamatan), pedagang antar daerah yang berada di kabupaten dan provinsi, dan pedagang grosir yang ada di kabupaten dan propinsi, dan pedagang pengecer ke konsumen.

Pemasaran komoditi di Kabupaten Jember untuk jenis sayur mayur, pada petani responden seluruhnya dijual langsung kepada pedagang. Karakteristik produk yang mudah busuk menyebabkan penjualan produk langsung melalui pedagang. Namun untuk jenis buah-buahan selain dijual langsung kepada pedagang (61%), beberapa diantaranya yakni durian dan Rambutan

melalui sistem tebasan. Terkait dengan dilakukannya mekanisme penjualan melalui sistem tebasan yang pada satu sisi dianggap merugikan petani namun sebenarnya hal tersebut merupakan mekanisme sosial yang dihadapi petani. Mekanisme sosial yang dimaksud adalah bahwa petani segera ingin mendapatkan hasil penjualan dikarenakan akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

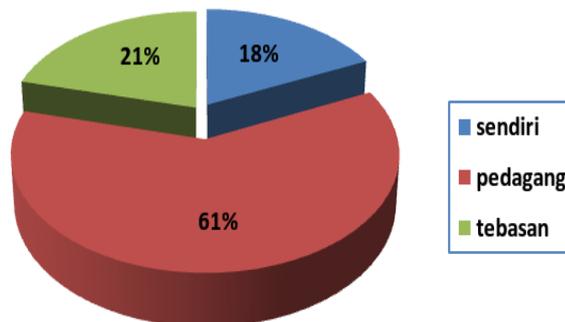
Secara umum, kelembagaan agribisnis yang bergerak di bidang pemasaran hortikultura di Kabupaten Jember menghadapi berbagai permasalahan yang menyangkut : a) efisiensi pemasaran yang rendah, karena panjangnya rantai pemasaran dan biaya transportasi yang tinggi sehingga biaya pemasaran menjadi tinggi, b) fluktuasi harga yang besar c) permodalan usaha serta d) keterampilan manajemen di bidang usaha pemasaran hasil yang masih rendah. Kemampuan kelembagaan pemasaran dalam mengkoordinasikan permintaan dan penawaran komoditas hortikultura secara efektif masih rendah, dan tidak mampu mengendalikan sifat pasar yang monopsonistis atau oligopsonistis yang cenderung menekan harga pada tingkat petani.

Pada umumnya kelemahan dalam sistem pertanian adalah kurangnya perhatian terhadap pemasaran. Petani hortikultura di Kabupaten Jember khususnya dan petani lain pada umumnya hanya berorientasi pada produk, karena mereka beranggapan dengan peningkatan produksi akan meningkatkan pendapatan yang diterima. Akibatnya petani hanya mampu melaksanakan kegiatan usahatani dengan baik sehingga produk yang dihasilkan tinggi, namun mereka belum

berorientasi dengan pasar. Kurangnya perhatian petani dalam hal pemasaran menyebabkan informasi pasar yang dimiliki petani juga kurang. Untuk itu, bantuan dari lembaga pemasaran yang dapat mengatasi kesulitan dalam mendistribusikan produk agar cepat laku sangat diperlukan petani.

Keberadaan penyuluh dari Dinas Pertanian Daerah seperti PPL dan PPH tampaknya belum mampu membantu kesulitan petani dalam hal pemasaran. Lembaga tersebut hanya memberikan pengetahuan dan ketrampilan tambahan kepada petani khusus dalam hal budidaya dan peningkatan produksi saja tanpa memperhatikan kegiatan pemasaran yang sebenarnya sangat penting bagi petani. Kelemahan petani dalam pemasaran mendorong mereka untuk mencari lembaga pemasaran yang mampu memberi bantuan dalam mendistribusikan komoditi dengan cepat dan lancar.

Tengkulak yang juga berprofesi sebagai pedagang merupakan salah satu lembaga pemasaran yang dipercaya petani untuk mengatasi kesulitan dalam hal pemasaran sehingga peran tengkulak dikalangan petani semakin penting. Selain mengetahui situasi dan kondisi pasar, tengkulak juga memiliki jaringan yang kuat dengan para pedagang di luar kota sehingga pangsa pasar komoditas cukup luas. Daerah tujuan utama pemasaran produk para tengkulak adalah para pedagang di Surabaya, Jakarta, Semarang, Bandung dan beberapa kota besar lainnya. Tengkulak telah memiliki ikatan yang kuat dengan pedagang di beberapa kota sehingga jika terjadi perubahan dalam permintaan maupun harga dapat diinformasikan lewat tengkulak.



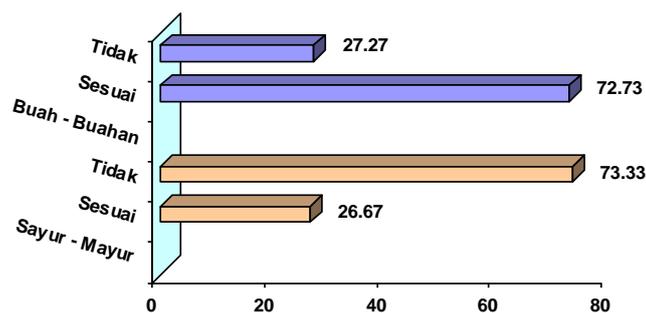
**Gambar 2. Mekanisme Penjualan Produk Komoditi Buah-Buahan**

Dalam hal menentukan harga komoditi, besarnya kewenangan tengkulak lebih besar daripada petani karena tengkulak telah memiliki jaringan pemasaran yang kuat sehingga bisa mengetahui perubahan harga dengan cepat. Sementara itu, posisi petani sangat lemah dalam penentuan harga karena petani tidak memiliki informasi pasar yang jelas. Selain itu, pinjaman modal yang diberikan tengkulak kepada petani akan memperkuat kepastian pembelian komoditi secara kontinyu karena petani yang telah memperoleh pinjaman modal dari tengkulak sudah pasti akan memasarkan komoditinya kepada tengkulak tersebut. Terkait dengan harga jual produk oleh petani ditunjukkan oleh Gambar 3. Untuk komoditi sayur-mayur, sebagian besar responden sebanyak 73,33% menyatakan bahwa harga tidak sesuai dan hanya 26,77% responden menyatakan bahwa harga produk sudah sesuai. Lain halnya dengan komoditi buah-buahan, sebanyak 72,73 % responden menyatakan bahwa harga produk sudah sesuai sedangkan 27,27% menyatakan tidak sesuai.

Besarnya kewenangan para tengkulak dalam menentukan harga terlihat jelas dari kenyataan di lapangan. Harga yang diberikan oleh masing-masing tengkulak hampir sama atau tidak terlalu berbeda jauh sehingga petani kesulitan memilih harga yang lebih tinggi antar tengkulak. Selain itu

tengkulak juga tidak memberikan informasi harga kepada petani sehingga petani cenderung menerima begitu saja harga yang telah ditawarkan oleh para tengkulak. Hal ini merupakan perwujudan dari kuatnya jaringan antar tengkulak yang ada di wilayah sentra komoditi sehingga mereka sepenuhnya menguasai pembentukan harga (*price taker*). Kondisi tersebut merupakan hal yang tidak dapat dihindari oleh petani. Meskipun demikian, hubungan kerjasama antara petani dengan tengkulak tetap berlangsung dan dianggap sebagai bentuk hubungan kerjasama yang saling membutuhkan.

Terkait dengan pembelian produk dari petani oleh pedagang, sebanyak 75 % responden pedagang menyatakan bahwa penyerapan produk petani oleh pedagang (pembelian) semata-mata hanya didasarkan pada ketercukupan modal yang dimiliki oleh pedagang. Ketidakmampuan pedagang menyerap produk dari petani disamping karena : a) keterbatasan dana yang dimiliki dan b) pedagang juga mempunyai perhitungan dalam membeli produk dari petani. Perhitungan ini didasarkan pada kondisi bahwa pedagang mempunyai jaringan pasar produk yang tersebar, baik lokal Kabupaten Jember ataupun antar pedagang luar kota.



**Gambar 3. Harga Penjualan Produk Komoditi Hortikultura**

## **Kebijakan dan Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Hortikultura pada Kawasan Sentra di Kabupaten Jember**

Pendekatan yang digunakan untuk mengetahui prospek pengembangan komoditi unggulan hortikultura adalah dengan menggunakan analisis SWOT (Swot Analysis), yaitu menganalisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan. Sedangkan analisis eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancamannya. Sehingga pengembangan komoditi unggulan hortikultura dikatakan prospektif apabila faktor-faktor internal dan eksternal tersebut memberikan pengaruh yang positif.

### *Faktor Lingkungan Internal yang Mempengaruhi Pengembangan Komoditi Unggulan Hortikultura*

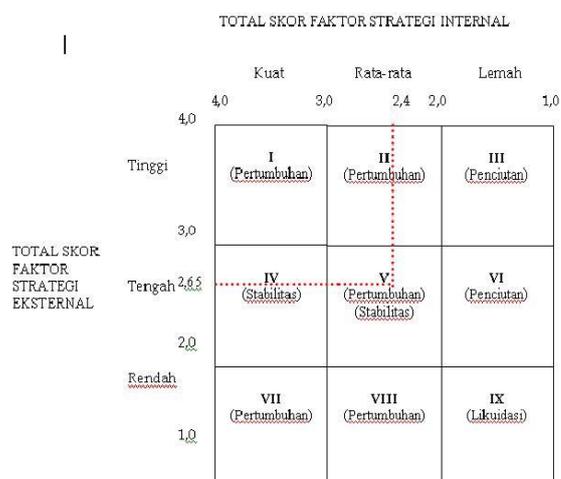
1. Ketrampilan dan pengalaman petani ( $S_1$ ).
2. Kemampuan produksi tanaman masih dapat ditingkatkan ( $S_2$ ).
3. Teknologi budidaya yang digunakan ( $S_3$ ).
4. Ketersediaan tenaga kerja ( $S_4$ ).
5. *Performance* (penampilan) buah ( $S_5$ ).
6. Adanya kontinuitas suplai ( $S_6$ ).
7. Harga komoditi hortikultura ( $S_7$ ).
8. Agroklimat yang mendukung ( $S_8$ ).
9. Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai ( $S_9$ ).
10. SDM dan pengalaman pedagang ( $S_{10}$ ).
11. Keberadaan permodalan lembaga pemasaran ( $S_{11}$ ).
12. Pedagang mudah dan cepat memperoleh informasi pasar ( $S_{12}$ ).
13. Lemahnya permodalan petani ( $W_1$ ).
14. Minat dan partisipasi petani dalam kelompok tani ( $W_2$ ).
15. Asosiasi pedagang ( $W_3$ ).
16. Diversifikasi produk ( $W_4$ ).
17. Pembukuan Usaha ( $W_5$ ).
18. Lemahnya kegiatan promosi ( $W_6$ ).
19. Upaya kegiatan peningkatan kualitas mutu buah lemah ( $W_7$ ).
20. Struktur pasar ( $W_8$ ).
21. Efisiensi pemasaran ( $W_9$ ).

### *Faktor Lingkungan Eksternal Yang Mempengaruhi Pengembangan Komoditi Hortikultura Pada Kawasan Sentra Komoditi di Kabupaten Jember*

1. Peran penyuluh pertanian ( $O_1$ ).
2. Mudahnnya petani memperoleh input usahatani ( $O_2$ ).
3. Pertumbuhan dan kesadaran penduduk ( $O_3$ ).
4. Tingkat pendapatan ( $O_4$ ).
5. Preferensi konsumen terhadap produk ( $O_5$ ).
6. Kebijakan pemerintah ( $O_6$ ).
7. Lemahnya kepercayaan lembaga keuangan kepada petani ( $T_1$ ).
8. Perubahan cuaca ( $T_2$ ).
9. Keadaan produk pesaing ( $T_3$ ).
10. Pedagang pesaing ( $T_4$ ).
11. Perubahan selera konsumen ( $T_5$ ).
12. Globalisasi ( $T_6$ ).

### *Analisis Matrik Posisi Kompetitif Relatif*

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor strategi diperoleh nilai IFAS sebesar 2,40, sedangkan hasil analisis faktor-faktor strategi eksternal diperoleh nilai EFAS 2,65. Hasil analisis tersebut dapat dibuat Matrik Posisi Kompetitif Relatif sehingga diketahui bahwa pengembangan komoditi hortikultura berada pada posisi Ideal (*White Area*), yang artinya pengembangan komoditi hortikultura memiliki peluang pengembangan yang prospektif dan memiliki kompetensi untuk dikembangkan, yang dapat dilihat pada Gambar 4 :



**Gambar 4. Analisis Matrik Posisi Kompetitif Relatif Ideal**

#### Analisis Matrik Internal Eksternal

Berdasarkan Matrik Internal Eksternal dapat diketahui bahwa posisi komoditi hortikultura adalah berada pada daerah V (pertumbuhan/stabilitas) yang dapat dilihat pada Gambar 4. Pada daerah V strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi melalui integrasi horizontal yaitu strategi yang diarahkan pada kegiatan meningkatkan produksi (penyediaan fasilitas produksi dan penggunaan teknologi), menghindari kehilangan pasar dan kehilangan profit.

#### Analisis Matrik SWOT

##### Strategi Pengembangan Komoditi Hortikultura

Berdasarkan Matrik SWOT maka dapat disusun empat strategi utama untuk mengembangkan komoditi hortikultura yaitu SO, WO, ST dan WT. Setiap strategi ini memiliki karakteristik tersendiri dan dalam implikasinya dilaksanakan bersama-sama secara harmonis dan saling mendukung.

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)
  1. Meningkatkan kemampuan petani untuk mengoptimalkan penggunaan input usahatani dan aplikasi teknologi budidaya.
  2. Meningkatkan dan menjaga kualitas produksi.
  3. Menjaga hubungan baik dan kerjasama antar lembaga

pemasaran secara vertikal dan horisontal.

4. Meningkatkan dan mempertahankan kemampuan daya kompetitif produk.
  5. Memperluas jangkauan pemasaran dan penetrasi pasar baru.
- b. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)
    1. Mengefisiensikan penggunaan sumberdaya yang dimiliki petani untuk meminimalisir biaya usaha tani.
    2. Meningkatkan motivasi petani untuk ikut serta dalam kelompok tani dan kegiatan penyuluhan yang dilaksanakan.
    3. Meningkatkan efisiensi pemasaran.
  - c. Strategi ST (*Strength-Threat*)
    1. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak terkait untuk pengembangan usaha.
    2. Meningkatkan efisiensi dan produktifitas usaha untuk meningkatkan daya saing.
  - d. Strategi WT (*Weakness-Threat*)
    1. Berusaha proaktif menggali sumber dana untuk menambah dan memperkuat permodalan.
    2. Memperbaiki manajemen pembukuan usaha.
    3. Penerapan teknologi baru yang lebih maju.

### *Formulasi Strategi Pengembangan Komoditi Hortikultura Unggulan Pada Kawasan Sentra Di Kabupaten Jember*

Pengembangan produk hortikultura sebaiknya menggunakan strategi integrasi horisontal. Strategi ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar produk, menghindari kehilangan penjualan, dan kehilangan profit, sehingga pengembangan komoditi hortikultura harus mempertahankan kemampuan daya saing yang dimiliki produk melalui peningkatan *performance*, kuantitas dan kualitas produk serta kontinuitas ketersediaan produk. Hal ini bisa tercapai melalui perbaikan komponen internal dan eksternal secara sinergi dan peningkatan kerjasama antar pelaku pemasaran secara vertikal dan horisontal. Berdasarkan analisis tersebut tentunya pengembangan komoditi hortikultura perlu mengembangkan suatu rencana strategis yang jitu, baik rencana strategis jangka pendek maupun jangka panjang.

Rencana strategis pengembangan komoditi hortikultura di Kabupaten Jember dalam jangka pendek antara lain :

1. Meningkatkan dan menjaga mutu produk sesuai dengan permintaan pasar yaitu mengupayakan agar produk sesuai dengan selera konsumen.
2. Meningkatkan ketrampilan dan kemampuan petani dengan melakukan pelatihan dan pembinaan oleh pemerintah daerah setempat dari kalangan praktisi maupun akademisi. Oleh karena itu perlu pengembangan motivasi ditingkat petani untuk mau berpartisipasi dan berperan aktif dalam kelompok tani.
3. Menggunakan biaya usahatani bagi petani disatu sisi, dan biaya pemasaran bagi pelaku pasar disisi yang lain, secara lebih efisien dengan cara mengoptimalkan fungsi penggunaan biaya dan meminimalisir pemborosan biaya yang dikeluarkan.
4. Menjaga dan meningkatkan hubungan baik antara lembaga pemasaran secara vertikal yaitu petani dengan pedagang, pedagang dengan pedagang diatas maupun dibawahnya, dan secara horisontal yaitu antara sesama

pedagang setingkat atau sesama petani dan lembaga-lembaga pendukung yang membantu dalam kelancaran usaha.

Sedangkan rencana strategis pengembangan komoditi hortikultura dalam jangka panjang, antara lain adalah :

1. Memantapkan dan terus berupaya menjaga kualitas produk agar mampu bersaing dengan diterapkannya GAP (*Good Agriculture Practice*)
2. Menjaga kontinuitas ketersediaan produk dengan memaksimalkan pemeliharaan dan perawatan tanaman melalui pengaplikasian teknologi tepat guna.
3. Meningkatkan kemampuan dan skil petani dalam usahatani secara terarah dan berkelanjutan.
4. Membina hubungan baik yang saling menguntungkan dengan meningkatkan keharmonisan dan sinergi usaha antara petani, lembaga pemasaran, lembaga pengolahan hasil (agroindustri), lembaga pendukung dan konsumen.
5. Mengembangkan dan mengaplikasikan teknologi baru dalam rangka melakukan diversifikasi produk.
6. Pengembangan kelembagaan di tingkat petani, baik itu kelompok tani ataupun kelompok usaha perlu dikembangkan, ditingkatkan, diaktifkan, dikuatkan sebagai ujung tombak pengembangan usaha di kawasan. Pengembangan kelompok tani diarahkan pada pembentukan/ pengaktifan kelompok tani dan gabungan kelompok tani, asosiasi serta penguatan kelembagaan ekonomi petani. Pendekatan partisipatif dalam pengelolaan kelembagaan untuk selanjutnya akan mewarnai pengembangan kawasan melalui pemberdayaan masyarakatnya. Para champion di setiap mata rantai dari produksi sampai pasar diberdayakan untuk mendorong keberhasilan agribisnis. Kelembagaan usaha di tingkat petani juga di arahkan untuk bermitra dengan perusahaan/swasta yang mempunyai akses pasar.

## SIMPULAN

1. Untuk komponen pembiayaan terbesar dan kebutuhan pembiayaan petani pada komoditi sayur-mayur adalah pada kegiatan usahatani (kebutuhan sarana produksi), sedangkan untuk komoditi buah-buahan komponen pembiayaan terbesar pada kegiatan pemeliharaan komoditi/tanaman.
2. Pemenuhan kebutuhan pembiayaan usahatannya dilakukan petani secara kreatif dengan mengkombinasikan sumber-sumber pembiayaan yang dapat dijangkau seperti bank, koperasi, pedagang ataupun pada kerabat/teman.
3. Peran tengkulak yang sekaligus sebagai pedagang pada kegiatan pemasaran hasil panen di tingkat petani mempunyai peran ganda, baik sebagai pemasaran hasil produksi yang dihasilkan petani ataupun sebagai penyedia permodalan untuk pembiayaan kegiatan usahatani petani.
4. Hasil Analisis SWOT menunjukkan nilai IFAS 2,40 dan EFAS 2,65, yang berarti memiliki peluang yang prospektif untuk dikembangkan dan memiliki kompetensi untuk mengerjakannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almasdi Syahza, 2003. *Peluang Pengembangan Agribisnis di Daerah Riau*, Pusat Pengkajian Teknologi dan Pembangunan Pedesaan Universitas Riau, Pekanbaru.
- Anindita. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus, Surabaya.

- Arsyad, L. 1999. *Ekonomi Manajerial*. Yogyakarta: BPF.
- Aunuddin. 2005. *Statistika: Rancangan dan Analisis Data*. IPB Press, Bogor.
- Astuti, Sri Wahyuni. 2004. *Buku Materi Pokok Manajemen Pemasaran*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Hasan, M. I. 2002. *Pokok-Pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Hernanto, F. 1996. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Kotler.P. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga, Jakarta.
- Mubyarto. 1999. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: LP3ES.
- Nazir, Muhammad. 2003. *Metodologi Penelitian*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Saefulhakim, dkk. 2002. *Studi Penyusunan Wilayah Pengembangan Strategis (Strategic Development Regions)*. IPB dan Bapenas. Bogor
- Soekartawi. 2001. *Ilmu Usahatani: Untuk Pengembangan Petani Kecil*. UI Press, Jakarta.
- Sudiyono, Armand. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Syahrman, S. 1991. *Dinamika Kelompok dan Kepemimpinan*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.