

**PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM  
AGRIBISNIS DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

***ENTREPRENEURIAL BEHAVIOUR OF MANGO FARMERS IN AGRIBUSINESS  
SYSTEM AT MAJALENGKA DISTRICT WEST JAVA PROVINCE***

**Gema Wibawa Mukti<sup>\*1</sup>, Elly Rasmikayati<sup>1</sup>, Rani Andriani Budi Kusumo<sup>1</sup>,  
Sri Fatimah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

<sup>\*</sup>E-mail: gema.wibawa@unpad.ac.id

(Diterima 27-10-2017; Disetujui 10-01-2018)

**ABSTRAK**

Indonesia adalah produsen mangga terbesar ke-5 di dunia setelah India, Cina, Kenya dan Thailand. Kabupaten Majalengka, salah satu Kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Barat, merupakan salah satu sentra produksi mangga terbesar di Indonesia. Mangga telah menjadi komoditas unggulan di wilayah ini dan menjadi sumber pendapatan utama sebagian besar petani mangga di kabupaten Majalengka. Permintaan buah mangga di dalam dan luar negeri cenderung mengalami peningkatan seiring dengan semakin tingginya kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi buah sebagai produk yang bermanfaat bagi kesehatan. Tuntutan akan kualitas dan juga kontinuitas produk tentunya menjadi peluang sekaligus tantangan bagi petani mangga untuk memenuhi tuntutan tersebut. Fokus penelitian ini adalah untuk melihat perilaku kewirausahaan petani mangga dalam menghadapi permintaan pasar yang semakin berkembang. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dengan teknik penelitian studi kasus. Lokasi penelitian di Kabupaten Majalengka dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang tersebar di wilayah Majalengka. Responden ditentukan secara *purposive*, yaitu petani yang menjadikan usahatani mangga sebagai sumber penghasilan utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian petani (15 %) menjalankan usaha agribisnis mangga dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan dan berorientasi pada pengembangan usaha mereka (Petani sebagai pengusaha), sedangkan sebagian lagi masih berorientasi pada pendapatan (85 %), namun belum berorientasi pada pengembangan usahanya menjadi lebih baik (Petani belum sebagai pengusaha).

Kata kunci: Mangga, Perilaku kewirausahaan, Petani, Bisnis, Sistem Agribisnis

**ABSTRACT**

*Indonesia is the 5th largest mango producer in the world after India, China, Kenya and Thailand. Majalengka, one of the districts in the province of West Java, is one of the largest mango production centers in Indonesia. Mango has become a pre-eminent commodity in the region and become the main source of income of most mango farmers in Majalengka district. The demand for domestic and foreign mango fruits tends to increase along with the increasing public awareness to consume fruit as a health-beneficial product. The demand for quality and also the continuity of the product must be an opportunity as well as a challenge for mango farmers to meet these demands. The focus of this study is to see the entrepreneurial behavior of mango farmers in the face of growing market demand. The research design used in this research is qualitative, with case study research techniques. Research location in Majalengka Regency, with 100 people as a*

# PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

*respondent in this study which spread in majalengka district. Respondents were determined by purposive, farmers who make mango farming as the main source of income. The results showed that some farmers (45%) run mango business to earn income and oriented to their business development (Farmer as entrepreneur), while some are still income oriented (65%), but has not been oriented on the development of mango business to be better (Farmers not as entrepreneurs).*

*Keywords: Mango, Entrepreneurial Behaviour, Farmer, Business, Agribusiness system*

## PENDAHULUAN

Bisnis pertanian merupakan salah satu bisnis tertua di dunia yang akan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan umat manusia di muka bumi ini. Manusia akan selalu membutuhkan pangan untuk kelangsungan hidup mereka, sehingga dapat dipastikan bisnis pertanian tidak akan pernah mati selama umat manusia masih ada di muka bumi ini. Secara umum, sektor pertanian memiliki peranan yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi negara. Sektor ini memiliki peranan yang besar dalam menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat, mampu tetap bertahan sebagai salah satu penghasil devisa terbesar bagi Negara dan juga menjadi pemicu utama tumbuhnya sektor agroindustri dan perdagangan (Dinas Pertanian Provinsi Jawa Barat, 2016). Perkembangan sektor pertanian, khususnya agroindustri secara terstruktur dan sistematis, diyakini dapat meningkatkan daya saing bangsa di peta persaingan internasional (Baharsjah, 1993).

Dalam penelitian ini, fokus kajian dititikberatkan pada pelaku usaha mangga (petani) yang memiliki peranan besar dalam pengembangan komoditas mangga di tingkat nasional. Menurut Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian (2009), Komoditas buah-buahan nasional yang memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan yaitu buah mangga, jeruk, nanas, dan markisa. Menurut Kementerian Pertanian (2014), Sentra produksi Buah mangga di Indonesia pada periode tahun 1980 – 2013 sebagian besar berada di Pulau Jawa. Kebun Buah mangga pada sekitar tahun 1997 hingga 2001, sempat berada pada luasan terendah, yaitu rata-rata 41.440 Ha atau berkurang sekitar 64,34% dibandingkan periode tahun sebelumnya. Hal ini dikarenakan masa krisis ekonomi dimana petani lebih memilih mengusahakan komoditas lain yang pada saat itu lebih menguntungkan. Setelah periode tersebut, luas panen buah mangga mengalami peningkatan dan kecenderungannya terus

meningkat hingga tahun 2016 ini. Kondisi ini seiring dengan adanya tren peningkatan konsumsi buah mangga setiap tahunnya.

Produksi mangga di Jawa Barat selama tahun 2008--2013 menempati urutan ketiga dengan jumlah produksi 16,52% dari jumlah produksi mangga nasional. Daerah penghasil mangga di Jawa Barat tersebar di 27 kabupaten dan kota. Sentra penghasil buah mangga di Jawa Barat berada di wilayah Kabupaten Cirebon, Majalengka, dan Indramayu dengan varietas mangga Gedong gincu, Dermayu, Kidang, dan Arumanis. Kabupaten Majalengka merupakan salah satu sentra produksi buah mangga di Jawa Barat. Pada kegiatan pemasaran, tujuan pasar buah mangga ditentukan berdasarkan *grade*. Klasifikasi mutu (*grading*) hasil panen dilakukan oleh pengumpul berdasarkan ukuran, bentuk, kematangan dan kerusakan buah (Supriatna, 2010). Mangga *grade* A/B (gabungan dari *grade* A dan B) merupakan *grade* yang dipasarkan secara luas ke pasar-pasar induk luar daerah, toko/kios buah, supermarket, dan sebagian kecil sudah di ekspor. Sedangkan mangga *off-grade* atau *grade* C hanya disalurkan ke pasar-pasar tradisional di Kabupaten Cirebon dan

sekitarnya seperti Majalengka, Sumedang, Indramayu dan Bandung (Eryani, 2009).

Salah satu kelemahan dalam bisnis produk pertanian di Indonesia adalah produksi yang sifatnya tidak kontinu atau musiman. Hal ini mengakibatkan harga jual buah mangga menjadi sangat berfluktuatif. Konsumen pada umumnya menikmati buah mangga hanya pada saat musim panen, di luar itu mereka kesulitan menemukan buah mangga untuk di konsumsi. Namun sebaliknya, pada saat musim panen Buah mangga, harga jual turun dan bahkan pernah mencapai persentase penurunan hampir 86% (Kementerian Pertanian, 2014). Seringkali pada masa - masa ini petani kehilangan pendapatannya, ironisnya pada saat mereka seharusnya menikmati keuntungan panen buah mangga. Petani hingga saat ini masih kesulitan dalam mengakses pasar, sehingga pada saat panen raya, selalu terdapat buah mangga yang tidak terjual atau terbuang (*off grade*). Buah mangga *Off Grade* ini bahkan pada saat panen bisa mencapai 30 % dari total produksi, tentunya hal ini dapat merugikan petani.

Permintaan pasar terstruktur yang menuntut kontinuitas dan kualitas yang baik, belum dapat dipenuhi sepenuhnya

## **PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

oleh petani mangga di Kabupaten Majalengka. Perubahan pasar yang senantiasa terjadi berdampak terhadap pola usaha petani mangga. Petani dituntut dapat mengikuti perubahan pasar sehingga mereka dapat bertahan dalam usahanya dan mampu bersaing dengan petani mangga dari negara lain. Fokus penelitian dalam artikel ini adalah mengukur perilaku kewirausahaan petani mangga di Kabupaten Majalengka. Karakter seseorang dapat dilihat dari pola perilaku dari individu tersebut. Menurut Solanki (2002), perilaku wirausaha petani dapat dilihat dari: (1) Tingkat pendidikan petani, (2) memiliki kemampuan manajemen usaha yang baik, (3) Berorientasi pasar, dan (4) Berinovasi dan melakukan kolaborasi dalam usahanya.

### **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini adalah desain kualitatif. Observasi dilakukan secara mendalam (Sugiyono, 2012) untuk melihat perilaku kewirausahaan petani mangga di Kabupaten Majalengka. Responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang petani mangga yang memiliki orientasi pasar dalam menjalankan aktivitas usahanya. Desain penelitian yang digunakan dalam

penelitian ini adalah deskriptif eksploratif. Penelitian deskriptif eksploratif bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu fenomena, dalam penelitian ini tidak menguji hipotesis tertentu tetapi untuk menggambarkan apa adanya suatu variabel, gejala atau keadaan (Arikunto, 2002). Fenomena yang digambarkan dalam penelitian ini yaitu perilaku kewirausahaan petani mangga yang memiliki orientasi pasar.

Perilaku kewirausahaan petani mangga dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan definisi perilaku kewirausahaan yang dikembangkan oleh Solanki (2002). Data yang ada dianalisis dengan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Data disajikan secara deskriptif dan sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui perilaku kewirausahaan petani mangga berorientasi pasar.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Kewirausahaan**

Pertanian di Indonesia identik dengan kemiskinan, perdesaan dan ketinggalan zaman. Stigma tersebut muncul di masyarakat sehingga minat masyarakat terhadap sektor pertanian

semakin menurun. Petani secara umum masih berorientasi produksi, yaitu memfokuskan usahanya dalam budidaya tanaman, untuk kemudian mereka menggantungkan harapan kepada pedagang untuk membeli hasil panen mereka. Sebagian petani merupakan petani subsisten, yaitu sistem pertanian yang tujuan utamanya untuk memenuhi kebutuhan sendiri dan keluarganya, untuk kemudian jika ada kelebihan dapat dijual ke pihak lain. Sebagian petani memiliki orientasi ke arah bisnis, senantiasa berubah mengikuti pasar dan melakukan kolaborasi dengan petani atau pelaku usaha lainnya sehingga usaha mereka dapat bertahan dan bahkan berkembang.

Dalam perjalanannya, sikap kewirausahaan dalam kegiatan bisnis pertanian saat ini tampaknya telah menjadi suatu keniscayaan, di tengah segala perubahan yang serba cepat. Gede Mekse (2016), menjelaskan bahwa kewirausahaan menjadi faktor penting bagi manusia karena tingkat kebutuhan yang senantiasa meningkat dan perubahan lingkungan yang terus terjadi. Perubahan tersebut berlangsung di semua sendi kehidupan manusia, termasuk di sendi pertanian. Petani yang dapat bertahan adalah petani yang mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut.

Geofrey and Meredith (1996) menjelaskan bahwa wirausahawan adalah orang – orang yang memiliki orientasi terhadap proses atau usaha (tindakan), memiliki motivasi tinggi untuk mewujudkan mimpi atau tujuannya serta berani mengambil risiko dalam menjalani pilihannya tersebut.

Seorang individu yang memiliki jiwa kewirausahaan, pada umumnya memiliki sikap percaya diri akan kemampuannya, selalu berorientasi pada aktivitas usaha untuk menghasilkan sesuatu, mandiri, selalu memiliki inisiatif yang kuat terhadap sesuatu aktivitas dan mengedepankan kerja keras untuk mencapainya. Tuntutan kebutuhan hidup yang harus selalu dipenuhi membuat wirausahawan selalu kreatif dan inovatif dalam menghadapi suatu permasalahan dalam hidupnya. Tindakannya tersebut tidak lepas dari sikap seorang wirausahawan yang selalu berorientasi pada masa depan, sehingga mereka selalu memiliki keinginan yang kuat untuk selalu lebih baik dari sebelumnya.

### **Tingkat Kewirausahaan Petani Mangga**

Petani Mangga di Kabupaten Majalengka secara umum adalah petani semi komersial, dimana hasil panennya sudah dijual kepada pasar namun dalam

**PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS  
DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

aktivitas usahatani secara umum belum optimal.

**Tabel 1. Distribusi Responden Sesuai Dengan Perilaku Kewirausahaan Secara Keseluruhan (N=100)**

No	Level Perilaku Kewirausahaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Non komersial	3	3
2	Semi komersial	82	82
3	Komersial	15	15

Umumnya petani menjadikan usahatani mangga ini sebagai mata pencaharian utama mereka, karena mereka sebelumnya telah memiliki pohon mangga sebagai warisan dari orang tua mereka sebelumnya. Majalengka sebagai sentra mangga tentunya dikarenakan di daerah ini mayoritas petani menekuni komoditas mangga sebagai sumber mata pencaharian mereka yang utama. Kepemilikan jumlah pohon sangat bervariasi, yaitu 10-21000 pohon, yang ditanam di lahan pribadi, sewa, sakap dan juga gadai.

Usahatani mangga sebagai mata pencaharian utama, artinya petani mangga mencari keuntungan yang optimal dari usahatani mangga. Dalam aktivitas sehari-hari, petani menjual hasil panennya. Petani yang tidak menjual hasil panennya karena kepemilikan jumlah pohon yang sangat sedikit (2-5 pohon), namun secara keseluruhan, petani menjual hasil panennya kepada pedagang. Penggunaan teknologi

seederhana telah diterapkan dalam aktivitas usahatani di lahan, namun mereka belum berani untuk berinventasi lebih besar untuk pengembangan usahanya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Solanki (2002), bahwa petani di negara berkembang umumnya masih bersifat semi komersial, belum mengusahakan usahatannya secara komersial penuh.

**Perilaku Kewirausahaan Petani Mangga**

McElwee dan Robson (2005); McElwee (2006) menjelaskan bahwa petani komersial setidaknya harus memiliki kompetensi atau kemampuan teknik produksi, teknologi informasi, keuangan, akuntansi, manajemen sumberdaya manusia dan *networking*.

Petani yang memiliki kemampuan tersebut memiliki peluang yang lebih besar untuk berhasil dalam aktivitas usahatannya. Carter (1999) mengemukakan bahwa sebuah perusahaan kecil harus memiliki

keterampilan kewirausahaan dan kemampuan manajerial yang baik, sehingga terdapat perbedaan yang jelas antara aktivitas produksi, efisiensi teknis dan perilaku kewirausahaan yang positif. Pertanyaan yang muncul adalah, apakah kita tidak dapat menyebutkan bahwa

petani semi komersial tidak memiliki perilaku kewirausahaan. Carter (2001) menjelaskan bahwa petani semi komersial memiliki perilaku kewirausahaan, namun tentunya tidak seperti petani komersial.

**Tabel 2. Kompetensi Petani Komersial**

No	Kemampuan Yang Harus Dimiliki Petani Komersial
1	Kemampuan Teknik Produksi (Usahatani)
2	Teknologi Informasi
3	Manajemen Pemasaran, Keuangan dan Manajemen Sumberdaya Manusia
4	Kemampuan Kolaborasi dan Berjejaring
5	Kemampuan Mengenali Peluang
6	Perilaku Kewirausahaan yang Positif

Sumber: McElwee dan Robson (2005); McElwee (2006)

Salamon (1992) menjelaskan bahwa perilaku kewirausahaan sangat memungkinkan untuk diidentifikasi diantara petani konvensional atau semi komersial. Beberapa keterampilan kewirausahaan seperti yang dijelaskan dalam tabel 2 di atas, dibutuhkan bagi perusahaan yang banyak berhubungan dengan pasar, dimana dibutuhkan pemahaman tentang pasar, manajemen sumberdaya manusia dan pengelolaan informasi yang akurat. Bagaimana dengan petani di desa, apakah mereka juga harus memiliki kemampuan itu. Untuk memahami hal tersebut tentu harus dilihat perilaku petani dalam menjalankan usahanya. Perilaku kewirausahaan dalam penelitian ini lebih

kepada bagaimana petani berniat untuk berubah kepada hal yang lebih baik. Hal ini penting untuk digarisbawahi, karena petani, khususnya petani mangga di Kabupaten Majalengka umumnya bertani mangga meneruskan usaha dari orang tua mereka, atau mereka bertani untuk mengikuti kebiasaan yang ada di lingkungan sekitarnya. Mereka bertani bukan disebabkan oleh adanya persaingan yang ketat di pasar, namun mereka bertani untuk mendapatkan penghasilan bagi kehidupan mereka. Seringkali seseorang yang memiliki kemampuan kewirausahaan adalah mereka yang memiliki kemampuan kepemimpinan dan manajerial, yang diformalkan melalui hierarki organisasi

## **PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

yang terstruktur. Tentunya hal ini tidak dimiliki oleh petani mangga yang merupakan petani dengan skala usaha yang masih kecil.

Stanworth dan Curran, (1973); Carland et al (1994); Stevenson dan Jarillo, (1991); Vesala, (1996) berpendapat bahwa perilaku kewirausahaan dapat dilihat dari sisi lain, yaitu dimana seorang petani yang memperhitungkan risiko ekonomi dalam usaha mereka, menyadari ketidakpastian usaha karena adanya perubahan iklim dan juga pasar, tujuan memaksimalkan profit usaha dengan memperluas kegiatan bisnis, senantiasa berorientasi pada pertumbuhan usaha dan selalu mengejar peluang yang ada untuk pertumbuhan usahanya. Perilaku Kewirausahaan yang dilihat pada petani mangga di Kabupaten Majalengka diantaranya adalah:

### **1. Tingkat Pendidikan**

Petani mangga di Kabupaten Majalengka rata-rata adalah lulusan SD (55%), sedangkan sekolah lanjutan seperti SMP Dan SMA sebanyak 34 %, sedangkan untuk pendidikan tinggi hanya 5 %. Menurut Mehta dan Sonawane (2012), semakin tinggi tingkat pendidikan maka tingkat kewirausahaan seseorang juga akan semakin tinggi. Semakin tinggi

pendidikan, maka wawasan dan pengetahuan seseorang terhadap sesuatu kondisi akan semakin baik. Cara berfikir seorang terdidik juga tentunya dapat mempengaruhi aspek kewirausahaan seseorang.

Hasyim (2003) menjelaskan bahwa tingkat pendidikan formal yang ditempuh oleh petani mangga dapat dianggap sebagai indikator bahwa petani tersebut memiliki tingkat pengetahuan, wawasan yang luas untuk kemudian dapat diterapkan dalam aktivitas usahatani, sehingga dapat mengembangkan usahatani yang dilakukan. Tingkat pendidikan secara tidak langsung mempengaruhi daya kreativitas seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan (Saragih, 2004). Kurangnya pendidikan tentunya berkorelasi dengan kurangnya pengetahuan seseorang dalam memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia di lingkungan sekitar. Menurut Sulistyowati (2013) tinggi tingkat pendidikan seseorang maka orang tersebut akan memiliki cara berfikir yang lebih rasional, mampu melihat peluang dan memanfaatkan peluang tersebut menjadi pendapatan bagi kesejahteraan dirinya dan lebih memiliki keberanian dalam proses pengambilan keputusan. Pengetahuan yang lebih banyak terhadap



sesuatu tentunya akan menambah rasa percaya diri seseorang dalam menjalankan suatu aktivitas.

Tingkat pendidikan petani mangga di Kabupaten Majalengka sebagian besar adalah lulusan Sekolah Dasar, yang tentu pengetahuannya masih terbatas. Namun tentunya tingkat pengalaman usaha dan iklim usahatani mangga di Kabupaten Majalengka sebagai sentra produksi mangga dapat mendorong petani menjadi lebih berkembang dalam usahanya tersebut. McElwee (2008), modal manusia adalah sesuatu yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Modal manusia dalam hal ini selain tingkat pendidikan, namun juga hubungan sosial antara sesama petani mangga, keterikatan sosial satu sama lain menjadi penting dalam pengembangan usaha petani.

## **2. Kemampuan Manajemen Usahatani Mangga**

Dalam aktivitas bisnis, perilaku kewirausahaan dan kemampuan manajemen usaha merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Keduanya saling menunjang keberhasilan suatu usaha, dimana kerja keras dilengkapi oleh pengelolaan usaha yang baik akan menghasilkan kesuksesan dalam sebuah aktivitas bisnis.

Manajemen usahatani mangga dalam penelitian ini melihat perilaku kewirausahaan petani mangga dalam subsistem hulu, produksi, panen dan pasca panen, pemasaran dan penunjang. Petani mangga di Kabupaten Majalengka secara umum mengusahakan lahannya dengan tujuan untuk dijual (semi komersial). Pemahaman ini tentunya akan mendorong petani mengelola usahanya dengan tepat sehingga usahanya tersebut dapat menghasilkan pendapatan yang optimal bagi mereka.

Umumnya petani mangga mengelola usaha mereka sesuai dengan kebiasaan yang telah dilakukan dalam jangka waktu yang lama. Pengetahuan mengelola kebun mangga mereka dapatkan dari orang tua mereka atau dari petani mangga lainnya. Modal usaha sebanyak 55 % berasal dari modal sendiri, 30 % pinjaman dari pedagang dan sisanya mendapatkan tambahan modal dari pihak perbankan. Alasan petani mengakses permodalan dari perbankan tentunya dikarenakan adanya kemauan untuk melakukan pengembangan usaha, sehingga mereka merasa perlu untuk mengakses lembaga keuangan. Petani umumnya menanam mangga di halaman mereka sendiri dan juga di kebun sendiri/sewa/gadai. Sistem

**PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS  
DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

pengairan masih mengandalkan musim hujan, sedangkan pada musim kemarau mereka membiarkan lahannya. Namun sebagian petani (10-15 %) menggunakan sumber pengairan lain seperti sumur bor dan juga pengairan dari sungai/selokan. Penggunaan teknologi *off season* oleh petani mangga sudah diterapkan di kebun mereka masing – masing. Penggunaan teknologi ini tentunya menguntungkan bagi petani, karena pohon mangga nya dapat berbuah di luar musim panen. Permintaan buah mangga yang tinggi, menjadi alasan utama petani untuk menerapkan teknologi *off season*, sehingga mereka juga dapat menikmati hasil panen yang lebih lama dibandingkan sebelumnya. Penerapan teknologi *off season* masih belum sesuai dengan standar penggunaan, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan modal dari petani sehingga mereka masih menerapkan teknologi ini sesuai kemampuan mereka. Petani yang berinisiatif untuk melakukan peminjaman ke bank sebanyak 15 %, dimana mereka melakukan hal tersebut untuk memenuhi standar penerapan teknologi *off season*, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih baik.

Kegiatan panen dan pasca panen umumnya masih dilakukan sendiri oleh

petani. Panen buah mangga dilakukan sendiri oleh petani dan keluarganya dibantu oleh tenaga kerja dari luar keluarga. Untuk aktivitas pasca panen, petani masih menggunakan cara lama, tidak ada proses pencucian, sortasi dan grading. Petani responden secara umum menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul, hanya 5-10 % petani yang menjual produknya langsung kepada konsumen. Alasan petani menjual hasil panennya kepada pedagang adalah lebih mudah, tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi yang besar dan pedagang masih merupakan keluarganya yang sudah biasa melakukan penjualan kepada pedagang tersebut. Petani mangga umumnya (90 %) masih merasa nyaman dengan kebiasaan ini karena risiko dalam proses pemasaran yang kecil. Mereka juga tidak mengemas buah nya karena memang pedagang tidak mensyaratkan hal tersebut.

Umumnya petani memiliki keterbatasan terhadap informasi pasar. Dalam aktivitas pemasaran petani sangat tergantung kepada pedagang, dimana penentuan harga jual pun ditentukan oleh pedagang. Hal ini dikarenakan petani belum memiliki akses terhadap informasi pasar. Petani responden cenderung tidak mencari informasi pasar karena mereka

merasa cukup dengan mendapatkan informasi dari pedagang pengumpul. Mereka memiliki kepercayaan terhadap pedagang pengumpul karena ada hubungan keluarga, sehingga hal tersebut membuat mereka merasa cukup dan nyaman dengan apa yang sudah mereka dapat dari aktivitas pemasaran hasil panen mereka.

Petani mangga di Kabupaten Majalengka rata-rata mendapatkan bantuan pendampingan, pelatihan dan juga bantuan sarana produksi dari pemerintah. Petani juga tergabung dengan kelompok tani sehingga memudahkan mereka dalam mengakses bantuan dari pemerintah. Namun untuk kemitraan bisnis dengan pihak pasar petani selama ini belum mendapatkan akses tersebut. Pihak mitra umumnya menghubungi pedagang, tidak langsung ke petani, karena jumlah petani yang banyak serta produksi yang masih belum stabil atau tidak kontinyu. Mitra bisnis (*buyer*) lebih memilih berhubungan dengan pedagang karena jumlahnya yang lebih sedikit dan kemampuan modal yang mereka miliki lebih kuat dibandingkan dengan petani mangga secara langsung.

### **3. Berorientasi Pasar**

Petani mangga di Kabupaten Majalengka umumnya menjual hasil panen mereka kepada pedagang pengumpul. Alasan kemudahan dan juga biaya transportasi yang kecil mendorong mereka untuk menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul. Secara umum, petani mangga telah memiliki orientasi terhadap pasar, namun dalam aktivitas pemasaran yang mereka lakukan, mereka masih melakukan penjualan kepada pedagang pengumpul. Secara umum petani belum berorientasi pasar modern atau terstruktur, karena keterbatasan kepemilikan jumlah pohon dan juga modal usaha. Selain itu, petani umumnya tidak memiliki akses terhadap pasar modern, sehingga mereka tidak mengetahui bagaimana syarat atau kondisi yang harus mereka penuhi agar dapat memenuhi permintaan pasar modern.

Informasi mengenai pasar modern seringkali mereka dengar dari pedagang pengumpul, namun untuk saat ini petani belum memiliki keinginan untuk mengakses secara langsung pasar modern karena berbagai keterbatasan yang dihadapi oleh petani. Untuk kegiatan ekspor, umumnya petani tidak melakukan langsung, namun melalui pedagang dan

## **PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

eksportir. Secara umum petani tidak menyiapkan produksi mangga secara khusus untuk diekspor, namun biasanya buah yang diekspor “tidak sengaja” terpilih untuk dijual ke pasar ekspor. Petani responden menilai bahwa untuk saat ini belum perlu mengakses pasar yang lebih jauh, karena selama ini hasil panen mereka selalu terjual habis karena kebutuhan dalam negeri yang masih besar. Petani umumnya memiliki saluran pemasaran lebih dari satu, dimana petani ada yang menjual ke Bandar (51%), pedagang pengumpul (44%) dan sisanya (5%) menjual langsung ke pasar tradisional dan juga ke pasar modern.

Harga jual ekspor yang tidak selalu lebih baik dibandingkan dengan harga lokal juga mendorong petani lebih memilih menjual buahnya di pasar lokal. Jika acuan orientasi pasar petani adalah pasar modern atau pasar terstruktur, maka petani mangga Kabupaten Majalengka bisa disebut petani yang belum berorientasi pasar, namun apabila melihat pada kenyataan bahwa pasar lokal masih belum terpenuhi seluruhnya oleh produksi lokal, maka sebenarnya perilaku kewirausahaan petani bisa dibidang positif. Namun demikian, petani tetap harus mempersiapkan pasar alternatif,

agar nilai jual atau posisi tawar petani juga meningkat atau lebih baik.

### **4. Inovatif dan Kolaboratif**

Perubahan adalah sesuatu yang pasti terjadi, perubahan adalah suatu keniscayaan yang harus dihadapi oleh setiap manusia. Dalam aktivitas bisnis, perubahan sudah tentu pasti terjadi, termasuk dalam usahatani mangga. Perubahan dalam bisnis diantaranya perubahan pasar, perubahan teknologi, perubahan iklim dan lain sebagainya. Adaptasi harus dilakukan agar mereka dapat menghadapi perubahan tersebut dan menjadikan perubahan tersebut sebagai peluang untuk mengembangkan usaha petani. Perubahan yang dirasakan saat ini terasa sangat cepat apabila dibandingkan dengan 5-10 tahun yang lalu. Kemudahan akses informasi menjadi salah satu penyebab perubahan dalam dunia usaha sangat cepat. Konsumen modern sebagai seorang manusia tentu akan selalu membutuhkan pangan, namun preferensi atau pengetahuan konsumen tentang pangan yang aman dan berkualitas terus berkembang. Konsumen mudah mengakses informasi mengenai pangan yang aman dan ini menjadi kebutuhan sekaligus gaya hidup konsumen saat ini. Petani mangga

sebagai pengusaha dalam produk mangga tentunya harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan yang terjadi. Kemampuan untuk beradaptasi ini tentunya harus didukung oleh perilaku kewirausahaan yang adaptif terhadap perubahan.

Aktivitas produksi, panen dan pasca panen serta pemasaran petani mangga saat ini masih dilakukan secara konvensional. Petani umumnya telah mengetahui *Standard Operasional Procedure* (SOP), teknik panen yang benar, pembungkusan buah untuk melindungi buah dari serangan OPT. Namun petani belum menerapkan SOP sepenuhnya, panen masih secara konvensional, karena apabila harus melaksanakan seluruhnya sesuai dengan anjuran, maka biaya produksi akan meningkat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa petani mangga belum memiliki perilaku wirausaha, karena mereka masih melakukan usahatani atas dasar kebiasaan, bukan karena permintaan pasar. Penggunaan pestisida dilakukan karena diberikan bantuan oleh pemerintah, sehingga apabila mereka tidak menggunakannya, mereka khawatir tidak akan diberi bantuan lagi oleh pemerintah.

Pemasangan perangkat hama belum dapat dilakukan serentak, karena pemahaman petani yang masih menganggap bahwa penggunaan perangkat hama ini hanya menjadi beban produksi. Perangkat hama akan efektif apabila dilakukan oleh petani secara serentak, namun saat ini pemasangan perangkat hama baru dilakukan oleh beberapa petani saja, dan hal tersebut malah merugikan petani tersebut karena hama menjadi terkonsentrasi di kebunnya.

Fontana (2009), menjelaskan bahwa inovasi adalah kesuksesan dalam bidang ekonomi karena diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara – cara lama untuk merubah input menjadi output yang mampu menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Inovasi petani mangga dalam aktivitas produksi dan pasca panen masih terbatas karena keterbatasan modal dan juga pengetahuan mengenai penerapan teknologi baru. Petani juga merasa hal tersebut belum diperlukan karena selama ini penerapan teknologi baru dirasakan belum memberikan dampak yang signifikan terhadap hasil produksi. Pengolahan buah mangga menjadi produk olahan juga belum dapat

## **PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS DI KABUPATEN MAJALENGA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

dilakukan oleh petani karena dianggap tidak menguntungkan. Anggapan ini muncul karena untuk pengolahan buah, diperlukan investasi yang cukup besar, sehingga dianggap memberatkan (Tidak menguntungkan).

Petani menyadari bahwa sumberdaya yang mereka miliki terbatas, terutama dalam hal modal, lahan dan juga pasar. Kolaborasi antar petani tentunya menjadi sesuatu yang harus dilakukan, agar petani memiliki daya tawar yang lebih baik. Kelompok sebagai wadah bagi petani berkumpul harus lebih aktif. Untuk saat ini, petani belum dapat berkolaborasi dalam hal pemasaran produk. Petani saling tukar informasi mengenai teknik budidaya, pengendalian hama dan kegiatan panen, namun untuk pemasaran hasil panen, petani belum memiliki komitmen bersama dalam hal pemasaran produk mereka. Hal ini disebabkan karena akses mereka ke pasar yang masih terbatas, hubungan yang kuat dengan pedagang pengumpul (masih ada hubungan keluarga). Kolaborasi usaha tentunya menjadi sesuatu hal yang penting bagi petani dengan skala usaha kecil, karena untuk menghadapi pasar yang besar, diperlukan komitmen bersama yang kuat, sehingga posisi tawar menawar petani juga lebih baik dan harga

yang mereka peroleh dapat lebih stabil dan pasti.

### **PENUTUP**

Tuntutan akan kualitas dan juga kontinuitas produk tentunya menjadi peluang sekaligus tantangan bagi petani mangga untuk memenuhi tuntutan tersebut. Pasar menjadi acuan utama bagi seorang wirausaha dalam menjalankan usaha. Tujuan seseorang untuk berwirausaha tentunya untuk memperoleh keuntungan dan usahanya dapat berkembang sehingga dapat memberikan kepastian masa depan bagi pelaku wirausaha tersebut. Dalam perjalanannya, seorang wirausaha tentu tidak lepas dari tantangan dan hambatan dalam aktivitas usaha yang dilakukannya. Perilaku kewirausahaan petani mangga dalam menghadapi tantangan dan hambatan yang ada dapat positif ataupun sebaliknya. Perilaku kewirausahaan petani dilihat dari tingkat pendidikan petani, manajemen usaha dilihat dari aspek sistem agribisnis, orientasi pasar, inovasi dan kolaborasi usaha. Secara umum petani mangga di Kabupaten Majalengka adalah petani semi komersial, mereka masih menjalankan usahatani secara konvensional, berorientasi pada pendapatan,

menjalankan kegiatan produksi sesuai dengan sumberdaya yang dimiliki, belum menyesuaikan dengan kebutuhan pasar. Petani melakukan kolaborasi dengan petani mangga lainnya dalam aspek produksi, namun belum dilakukan dalam hal pasar. Keterbatasan petani dalam aspek modal, akses pasar dan pengetahuan nampaknya menjadi hambatan bagi petani untuk dapat mengembangkan usahanya. Penggunaan teknologi yang dapat meningkatkan hasil produksi belum dapat diterapkan karena petani belum berani untuk berinvestasi untuk pengembangan usahanya. Petani lebih memilih untuk mengurangi risiko usaha walaupun hasilnya pun sebanding dengan pengorbanannya tersebut. Inovasi kelembagaan dan peran serta akademisi serta pemerintah tampaknya sangat dibutuhkan oleh petani mangga dalam hal pengembangan usaha. Tidak hanya memberikan bantuan fasilitas dan juga modal, namun yang lebih penting adalah memberikan pemahaman kepada petani bahwa segala keterbatasan tersebut dapat ditanggulangi dengan secara bersama-sama dalam suatu ekosistem usaha yang kondusif. Petani yang senantiasa berkolaborasi satu sama lain, memiliki komitmen yang kuat dalam pemasaran dan harga serta keterbukaan antara

anggota kelompok tani dapat menjadi suatu modal social yang kuat agar usaha petani dapat berkembang secara bersama – sama. Peran akademisi dalam hal ini tentunya sebagai pendamping bagi petani dan secara bersama – sama saling memperkuat satu sama lain. Penguatan kelembagaan pelaku usaha mangga sebagai satu kesatuan rantai pasok juga perlu dibangun, sehingga ada keterbukaan diantara petani, pedagang pengumpul, Bandar dan juga pasar modern. Perilaku kewirausahaan yang positif tersebut tentunya perlu dibangun secara bersama – sama sehingga petani mangga dapat terus mengembangkan usahanya agar tingkat kesejahteraan petani mangga dapat meningkat.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi Kelima. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baharsjah, Sjarifuddin. 1993. *Hortikultura Sebagai Sumber Pertumbuhan Baru Sektor Pertanian*. Jakarta: Penerbit Bangkit.
- Carland, J.W., Hoy, F., Bouton, W.R. and Carland J.C. (1994). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners'. *Academy of Management Review* 9:354-369.
- Carter, S. (1999). Multiple business ownership in the farm sector: assessing the enterprise and employment contributions of

**PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PETANI MANGGA DALAM SISTEM AGRIBISNIS  
DI KABUPATEN MAJALENGKA PROVINSI JAWA BARAT**

Gema Wibawa Mukti, Elly Rasmikayati, Rani Andriani Budi Kusumo, Sri Fatimah

- farmers in Cambridgeshire. *Journal of Rural Studies* 15(4), 417-429.
- Carter, S. (2001). Multiple business ownership in the farm sector: Differentiating monoactive, diversified and portfolio enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 7(2), 43-59.
- Dinas Pertanian Tanaman Hortikultura Provinsi Jawa Barat. 2016. *Produksi Buah Mangga*. Jawa Barat.
- Direktorat Jenderal Industri Agro dan Kimia Departemen Perindustrian. 2009. *Roadmap Industri Pengolahan Buah*. Departemen Perindustrian.
- Eryani, Yeyen. 2009. *Analisis Pemasaran Mangga Gedong Gincu di Kabupaten Cirebon Jawa Barat*. Skripsi diterbitkan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Fontana, A. 2009. *Innovate We Can! How to create Value Through Innovation in Your Organization and Society*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gede Mekse Korri Arisena (2016). Konsep Kewirausahaan Pada Petani Melalui Pendekatan Structural Equation Model (SEM). *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 5(1), Januari Tahun 2016.
- Geoffrey, G. Meredith, et. Al. (1996). *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Presindo
- Hasyim, Hasman. 2003. *Analisis Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian*. Laporan Hasil Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- McElwee, G. (2006). Farmers as entrepreneurs: developing competitive skills. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11(3), 187-206.
- McElwee, G. (2008) A Taxonomy of Entrepreneurial Farmers. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 6(3): 465-478.
- McElwee, G. and Robson, A., 2005. Diversifying the farm: opportunities and barriers. *Finnish Journal of Rural Research and Policy* 4, pp. 84-96
- Mehta. B.M and Sonawane Madhuri. Entrepreneurial Behaviour of Mango Growers of Valsad District of Gujarat State. *Indian Res. J. Ext. Edu.* 12 (1), January, 2012
- Pusdatin (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian). 2014. *Outlook Komoditi Mangga*. Melalui: <http://pusdatin.setjen.deptan.go.id/> (diakses pada tanggal 20 Oktober 2017).
- Salamon, S. (1992). *Prairie Patrimony: Family, Farming, and Community in the Midwest* The University of North Carolina Press, Chapel Hill, NC.
- Saragih, Bungaran. 2004. *Pembangunan Pertanian dengan Paradigma Sistem dan Usaha Agribisnis*. Melalui: <http://pse.litbang.pertanian.go.id> (diakses pada tanggal 20 Oktober 2017).
- Solanki, K. D., (2002). *Entrepreneurial behaviour of potato growers of North Gujarat Agro Climate Zone of Guajarat state*. Ph.D. Thesis (unpub.), GAU, S.K. Nagar.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, L., Natawidjaja, R.S., Saidah, Z., 2013. Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Yang Memengaruhi Keputusan Petani Mangga Terlibat Dalam Sistem Informal Dengan Pedagang



- Pengumpul. *Sosiohumaniora*, 15(3): 285-293.
- Supriatna, Ade. 2010. *Analisis Pemasaran Mangga Gedong Gincu (Studi kasus di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat)*. Agrin 14(2), 2010 Bogor: Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian.
- Stanworth, M.J.K. and Curran, J. (1973) *Management Motivation in the Smaller Business*. Gower Press, London.
- Stevenson, H.H. and Jarillo, J.C. (1991). *A New Entrepreneurial Paradigm in Etzioni, A and Lawrence PR (eds.), Socio-Economics: Toward a New Synthesis*, M.E. Sharpe, Armonk, New York, 185-208.
- Vesala, K.M. (1996) Yrittäjyys ja individualismi. *Relationistinen linjaus [Entrepreneurship and Individualism A Relational Perspective]*. Helsingin yliopiston sosiaalipsykologian laitoksen tutkimuksia 2/1996, Helsinki.