

PEMASARAN PRODUK SAYURAN PETANI ANGGOTA GAPOKTAN LEMBANG AGRI KABUPATEN BANDUNG BARAT

¹Wayan Arde Nate, ²Cholid Fatih, ³Dayang Berliana

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, ²Dosen Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung

Jln. Soekarno- Hatta No.10 Rajabasa Bandar Lampung.

Telp (0721) 703995, Fax : (90721) 787309

Email¹: wayanarde49@gmail.com

ABSTRAK

Petani anggota merupakan sekumpulan orang yang berprofesi sebagai petani dan berada di bawah naungan serta binaan suatu lembaga pertanian. Petani anggota Gapoktan Lembang Agri bermitra langsung dan berada di bawah tanggung jawab gapoktan, sehingga kegiatan pemasaran harus dilakukan secara internal. Selisih harga sebesar Rp 1.000 – Rp 2.000/kg membuat petani beralih memasarkan produk sayurannya ke pasar eksternal. Upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisasi masalah tersebut yaitu harus ada peran khusus yang dilaksanakan oleh pihak Gapoktan. Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir ini yaitu untuk penyelesaian masalah serta pemberian solusi terhadap masalah pemasaran petani anggota. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil dan pembahasan, diketahui bahwa kebijakan dan sanksi harus diberikan oleh Gapoktan Lembang Agri. Kebijakan yang ditetapkan yaitu menerapkan perjanjian tertulis, menjalin koordinasi serta komunikasi yang efektif antara gapoktan dan petani, serta mengadakan pertemuan anggota setiap bulan. Jika masih ada petani anggota yang melanggar, maka pihak gapoktan berhak memberikan sanksi berupa pemberhentian status sebagai anggota gabungan kelompok tani serta pemutusan penyaluran sarana produksi.

Kata Kunci: Petani Anggota, Harga, Pemasaran

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu basis ekonomi rakyat di Indonesia serta merupakan konsep pembangunan perekonomian nasional untuk meningkatkan produksi, pendapatan petani, dan ekspor. Rakyat Indonesia banyak menggantungkan hidupnya dari

hasil pertanian, terutama mereka yang hidup di daerah pedesaan yang mayoritas merupakan masyarakat tani.

Jawa Barat merupakan Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi wilayah yang unggul, khususnya Kabupaten Bandung Barat Kecamatan Lembang.

Lembang merupakan sebuah wilayah yang memiliki potensi pertanian dalam bidang tanaman hortikultura yang sampai saat ini masih terus dikembangkan, sehingga wilayah ini mampu membuka peluang besar dalam pengembangan sektor agribisnis yang didukung oleh lembaga pertanian yaitu Gabungan Kelompok Tani yang dinamai Gapoktan Lembang Agri.

Gapoktan Lembang Agri berperan penting dalam pengelolaan usaha tani masyarakat, terutama bagi anggotanya. Gapoktan Lembang Agri terdiri dari 9 (Sembilan) kelompok tani, di antaranya adalah kelompok tani Tauhiid, Saluyu, Berkah Tani, Mulya Tani, Alam Tani, Kawani Asih, Sangkuriang, Sundung, dan Putra Lembang yang tergabung dalam satu kesekretariatan yang terletak di Kampung Pengkolan, RT 01/RW 02, Desa Cikidang. Perkembangan Gabungan Kelompok Tani Lembang Agri sudah cukup pesat di daerah sekitar Kabupaten Bandung Barat, terbukti sudah banyak perusahaan ataupun lembaga-lembaga instansi yang menjalin mitra dengan Gapoktan Lembang Agri.

Petani anggota Gapoktan Lembang Agri umumnya memiliki

prinsip saling membutuhkan satu sama lain, petani membutuhkan segala sarana dan faktor produksi sedangkan Gapoktan membutuhkan pasokan hasil panen sayuran dari petani untuk terus dapat melangsungkan usahanya. Pembinaan oleh kelompok tani bertujuan membantu para petani agar mampu mengorganisasikan dirinya dalam mengakses segala bentuk permodalan, pasar serta sumberdaya lainnya untuk meningkatkan produktivitas, pendapatan dan kesejahteraan hidupnya. Masalah yang sering terjadi di kalangan petani anggota ialah adanya perbedaan harga yang ditetapkan oleh Gapoktan dengan pasar tradisional.

Selisih harga antara pasar tradisional dan Gapoktan yaitu berkisar Rp. 1.000 – Rp. 2000, sehingga hal ini memicu para petani untuk menjual produk sayurannya ke pasar tradisional. Seharusnya hal ini tidak terjadi mengingat sudah adanya ikatan antara petani anggota dengan Gapoktan Lembang Agri.

TUJUAN

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi penyebab masalah pemasaran petani anggota Gapoktan Lembang Agri

2. Mengidentifikasi solusi masalah pemasaran petani anggota Gapoktan Lembang Agri

METOLOGI PELAKSANAAN

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 19 Februari 2018 – 20 April 2018 dengan metode observasi partisipasi yaitu mahasiswa berperan langsung mengikuti kerja lapang sekaligus mengamati dan mengumpulkan data pokok yang akan dijadikan pembahasan dalam laporan tugas akhir mahasiswa. Data yang digunakan dalam menyusun laporan tugas akhir mahasiswa ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang bersumber dari responden yaitu bapak Dodih sekaligus pembimbing lapang serta pengamatan langsung ketika melakukan praktik kerja lapang di Gapoktan Lembang Agri tanpa melalui media perantara, sedangkan yang dimaksud dengan data sekunder yaitu data yang didapat dari sumber tidak langsung yang sudah terbukti kebenarannya. Data sekunder dapat berupa Jurnal, buku literatur maupun data dari badan pusat statistik.

METODE ANALISIS DATA

1. Analisis deskriptif kualitatif merupakan suatu analisis yang bertujuan mendeskripsikan dan menganalisis status sekelompok manusia, suatu objek (Dewanto,2005). Analisis deskripsi kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan fenomena serta kejadian yang ada dalam kerjasama mitra pada lembaga pertanian ditingkat gapoktan. Metode ini mengembangkan teori yang telah dibangun dari data yang sudah didapatkan dilapangan. Tahap awalnya yaitu melakukan penjelajahan, kemudian dilakukan pengumpulan data sampai mendalam, mulai dari observasi hingga penyusunan laporan.
2. Metode analisis skoring merupakan metode yang menilai setiap poin permasalahan dalam suatu kelompok tani. Nilai tersebut memiliki rentang yang sangat berpengaruh sampai dengan tidak berpengaruh dalam suatu permasalahan tertentu

HASIL DAN PEMBAHASAN

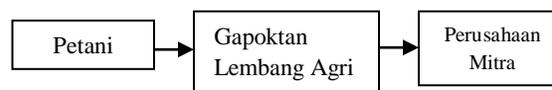
1. Pemasaran produk sayuran petani
Gapoktan Lembang Agri memasarkan produk sayuran anggota dan non anggota gapoktan. Keduanya memiliki perbedaan

yaitu petani anggota gapoktan memiliki hak untuk menerima peminjaman modal, serta sarana produksi sedangkan petani non anggota hanya dapat memasarkan produk ke Gapoktan. Petani non anggota tidak terikat dengan gapoktan, artinya mulai dari kegiatan budidaya dilakukan dengan modal dan sarana produksi sendiri sampai pemasaran produk pun tidak diwajibkan melalui Gapoktan Lembang Agri. Berbeda dengan petani anggota yang mendapatkan sarana produksi dari Gapoktan. Pemasaran produk petani dilakukan atas dasar ketetapan harga dari pihak Gapoktan Lembang Agri. Harga sayuran di tingkat petani terbilang relatif rendah, faktor tersebut membuat petani menempuh jalan lain agar hasil produksi panennya dijual dengan harga yang tinggi.

Petani biasanya menjual ke pasar tradisional, serta lembaga pemasaran lain yang memiliki harga jual yang lebih tinggi. Selisih harga sayuran tidak terpaut jauh, tetapi jika petani menjual sayuran dengan jumlah yang cukup banyak, maka keuntungan akan semakin banyak dan pendapatan petani semakin meningkat. Distribusi pemasaran produk sayuran petani anggota melewati alur pasar yang

relatif panjang, hal inilah yang menyebabkan harga di tingkat petani sangat rendah. Saluran pemasaran petani anggota terhadap Gapoktan Lembang Agri dapat dilihat seperti gambar berikut ini

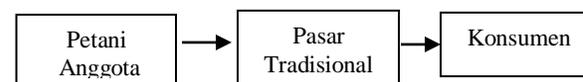
Saluran 1.



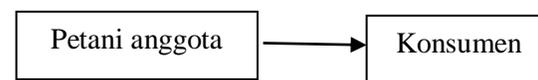
Gambar 3. Saluran Pemasaran Petani anggota

Gambar 3 menjelaskan saluran pemasaran sayuran produksi petani anggota Gapoktan Lembang Agri yang dimulai dari petani menjual hasil panen sayuran kepada Gapoktan, kemudian pihak gapoktan akan menyalurkan pada perusahaan mitra yang rata-rata merupakan perusahaan ekspor. Alur dapat berubah dikarenakan adanya pihak petani yang menjual produk ke pasar tradisional, atau menjual ke konsumen langsung, tidak menyalurkan ke gapoktan sehingga terbentuk saluran pemasaran baru yaitu sebagai berikut:

Saluran 2.



Saluran 3.



Persentase petani anggota yang memasarkan produk sayuran ke lembaga pertanian berdasarkan saluran pemasaran diatas dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 5. Persentase Jumlah Petani anggota yang Melanggar maupun yang tidak.

Saluran Pemasaran	Jumlah Anggota	Persentase
Saluran 1	115	50%
Saluran 2	92	40%
Saluran 3	24	10%
Jumlah	231 anggota	100%

Sumber: Gapoktan Lembang Agri, 2018

Tabel 5 menjelaskan bahwa saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh petani anggota yaitu menjual sayuran langsung ke gapoktan, kemudian gapoktan akan menyalurkan ke perusahaan mitra. Persentase saluran 1 hanya 50% yang berarti hanya ada sekitar 115 anggota saja yang menjual ke gapoktan dari 231 anggota gapoktan lembang agri. Saluran 2 merupakan saluran pemasaran petani anggota menjual ke pasar tradisional dengan persentase 40% yang berarti ada sekitar 92 anggota yang menjual ke pasar tradisional maupun pasar lain. Saluran 3

merupakan petani anggota yang langsung menjual kepada konsumen dengan persentase lebih sedikit yaitu 10% yang berarti ada sekitar 24 anggota yang langsung menjual sayuran hasil panennya ke konsumen langsung.

2. Penyelesaian masalah pemasaran

Gapoktan Lembang Agri sampai saat ini masih sulit dalam menindaklanjuti permasalahan internal lemahnya kerjasama petani untuk memenuhi pasokan sayuran Gapoktan. Peran penting dari pihak kelompok tani dan gabungan kelompok tani sangat diperlukan agar dapat memberikan kesadaran bagi petani anggota. Kebijakan serta sanksi harus diberlakukan untuk menyadarkan petani akan pentingnya perjanjian kerjasama serta memperkecil tingkat kecurangan. Kebijakan dan sanksi tersebut yaitu:

a Kebijakan pemasaran

Kebijakan merupakan serangkaian kegiatan yang mempunyai maksud dan tujuan tertentu. Kebijakan sangat perlu dibuat guna meminimumkan suatu tindakan dari sebuah permasalahan. Gapoktan Lembang Agri dapat menerapkan kebijakan-kebijakan berikut untuk menanggulangi masalah petani

anggota yang sulit mematuhi aturan kesepakatan (kewajiban) dalam memasarkan produk sayurannya. Beberapa langkah yang dapat dilakukan Gapoktan Lembang Agri untuk mengatasi masalah tersebut adalah

1) Menerapkan perjanjian tertulis

Gapoktan Lembang Agri penting mendasari komitmen kewajiban petani dengan perjanjian. Perjanjian tertulis sangat perlu dibuat sebagai dasar agar kedua belah pihak dapat melaksanakan hak dan kewajiban sesuai dengan posisi hak dan kewajiban yang dimiliki (Dewanto,2005). Gapoktan Lembang Agri berfungsi sebagai penyalur produk sayuran dari petani anggotanya, sedangkan petani anggota berkewajiban memenuhi penyaluran produk sayuran tersebut. Perjanjian tertulis dapat mengatasi masalah yang mungkin terjadi, dengan diterapkannya perjanjian tertulis yang telah ditandatangani masalah tersebut dapat diselesaikan dan dirundingkan bersama.

2) Menjalin koordinasi dan komunikasi yang efektif

Komunikasi merupakan unsur manajemen yang penting dalam sebuah organisasi yang terjadi antara pimpinan

dengan bawahan, tanpa adanya komunikasi dan koordinasi yang baik maka sebuah manajemen tidak akan berjalan sesuai tujuan yang telah ditetapkan (Ninrum,2013). Masalah petani anggota yang tidak mematuhi aturan dikarenakan kurangnya koordinasi serta komunikasi oleh pihak gapoktan, sehingga banyak petani yang tidak memenuhi kewajibannya untuk menyalurkan produknya ke Gapoktan. Koordinasi anggota dengan Gapoktan dapat dilakukan melalui pengertian khusus terhadap anggota secara langsung dan sistematis, sehingga akan mendorong anggota atau petani anggota dalam penyaluran produk terhadap gapoktan akan semakin besar.

3) Mengadakan rapat anggota bulanan

Rapat anggota merupakan pertemuan antara anggota dengan pengurus organisasi, dalam rapat anggota inilah segala masalah yang menyangkut dalam organisasi serta keanggotannya dirumuskan hingga menemukan titik terang dari konflik yang terjadi (UU RI No. 25 Tahun 1992). Gapoktan Lembang Agri memiliki gedung aula yang digunakan sebagai pertemuan khusus serta pelatihan, seharusnya gedung

tersebut dimanfaatkan sebagai pertemuan anggota yang membahas masalah internal yang terjadi. Pertemuan anggota setidaknya dilakukan satu kali dalam sebulan, mengingat selama penulis melaksanakan kegiatan praktik kerja lapang di Gapoktan Lembang Agri tidak ada pertemuan khusus antara anggota dengan pengurus.

b Sanksi

Sanksi merupakan suatu bentuk hukuman yang dijatuhkan oleh suatu lembaga tertentu karena adanya suatu pelanggaran yang dilakukan oleh seseorang atau pihak yang berhubungan langsung. Sanksi dapat diberikan kepada seseorang dalam bentuk sanksi berat atau sanksi ringan. Gapoktan Lembang Agri dapat menerapkan beberapa sanksi berikut ini jika terjadi pelanggaran terhadap suatu kebijakan yang telah dibuat

1) Petani anggota yang menolak secara keras atas penetapan harga yang telah ditetapkan Gapoktan Lembang Agri, maka pihak gapoktan berhak tidak memberikan saluran sarana produksi serta modal usaha kepada petani yang bersangkutan.

2) Menurut UU No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, sebuah perusahaan atau lembaga usaha Gapoktan Lembang Agri berhak memberikan teguran secara tidak langsung terhadap petani anggotanya dengan mekanisme sebagai berikut:

- a. Apabila petani anggota melakukan pelanggaran maka Gapoktan berhak memberikan teguran berupa surat peringatan pertama.
- b. Surat peringatan kedua akan diberikan jika petani anggota masih melakukan pelanggaran walaupun surat peringatan pertama belum habis masa waktunya (6 bulan).
- c. Jika petani anggota masih melakukan pelanggaran pada masa surat peringatan ketiga, maka pihak Gapoktan sudah cukup memiliki alasan untuk melakukan pemutusan hubungan keanggotaan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan Pemasaran Produk Sayuran Petani Anggota Gapoktan Lembang Agri Kabupaten Bandung Barat, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Masalah pemasaran produk sayuran petani anggota terjadi karena adanya perbedaan harga di tingkat gapoktan dengan pasar tradisional, petani yang seharusnya memasarkan hasil panennya kepada pihak gapoktan justru berbalik memasarkan produknya ke pasar tradisional yang memiliki harga jual yang relatif lebih tinggi.
2. Solusi dari permasalahan pemasaran petani anggota dapat diselesaikan dengan cara memberikan kebijakan dan sanksi. Kebijakan yang harus dibuat yaitu menerapkan perjanjian tertulis, menjalin koordinasi dan komunikasi yang efektif, serta mengadakan pertemuan anggota bulanan. Sanksi yang dapat diberikan yaitu pemberhentian penyaluran sarana produksi dan modal.

REFERENSI

- Darsita, D. 2018. Harga dan Pemasaran. Gapoktan Lembang Agri. Lembang (lembangagri.com). (diakses 12 Juni 2018)
- Dodih. 2018. Pemasaran dan Kemitraan. Gapoktan Lembang Agri. Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat.
- Hermawan, H. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Roti Ceria di Jember. Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 2 Desember 2015 (Diakses 02 Juli 2018)
- Kementerian Koperasi dan UMKM. UU No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian. Jakarta. Depkop
- Ninrum, M.A. 2013. Peranan Komunikasi Internal di Lingkungan Kerja. INDEPT, Vol.3, No.1. Universitas Nurtanio Bandung. Bandung
- Peraturan Menteri Pertanian Nomor 273/Kpts/OT.160/4 Tahun 2007 Tentang Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani. Jakarta. Deptan

The image shows the Plagiarism Checker app interface. On the left is a dark sidebar with the 'plagamme' logo at the top. Below the logo are several menu items: 'Mengunggah' (Upload) in a pink button, 'Tulisan' (Writing) with a document icon, 'Pembayaran' (Payment) with a money bag icon, and 'Gratis' (Free) with a globe icon. Below these are five stars and the text 'NILAI KAMI' (Our Rating), followed by 'TULIS KAMI' (Write for Us) with a speech bubble icon. At the bottom of the sidebar is a teal button that says 'HADIAH UNTUK TERJEMAHANA' (Gift for Translators).

The main content area on the right shows a report for 'PEMASARAN PRODUK SA' (Marketing Product SA), which was completed 8 minutes ago. The report indicates a 6% risk of plagiarism, categorized as 'MEDIUM'. Below this, there are three metrics: 'Parafrese' (Paraphrase) at 0%, 'Kutipan salah' (Incorrect quotes) at 0%, and 'Concentration' with a three-star rating. There are also two checked items: 'Bagikan' (Share) and 'Deep'. Under 'Other services', there is a count of 1. At the bottom of the report is a green button labeled 'View report' with a price tag of € 1.50.