

**PENGARUH PRODUKTIVITAS PETANI DAN DISTRIBUSI HASIL
PERTANIAN/KEBUN TERHADAP PEMASARANNYA DI PASAR KARANGGEDE
KABUPATEN BOYOLALI JAWA TENGAH**

Sutan Saribumi Pohan

FKIP Universitas Terbuka

UPBJJ – UT Semarang

A b s t r a k

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menemukan atau mendeskripsikan potensi antara hasil pertanian (produk) terhadap distribusi hasil pertanian/kebun ke pasar Karanggede, Kabupaten Boyolali. 2) menemukan atau mendeskripsikan potensi antara pemasaran hasil pertanian (marketing) terhadap pemenuhan kebutuhan hidup petani (konsumsi) di Desa Karanggede Kabupaten Boyolali. Populasi dalam penelitian ini adalah para petani di Desa Karanggede Kabupaten Boyolali yang menjual hasil pertaniannya di pasar Karanggede, sehingga populasi tidak disampling dan sudah ditetapkan, karena tidak semua yang ada di pasar tradisional berprofesi sebagai petani, dalam hal transaksi suatu barang. Populasi juga sebagai informan dengan teknik *snowball* hingga peneliti memperoleh data yang cukup sesuai kebutuhan. Teknik pengambilan sampel berdasarkan sampling kebetulan (*accidental sampling*), artinya anggota sampel dilakukan terhadap orang (petani) yang melakukan transaksi di pasar dengan pengepul barang dagangan hasil pertanian. Hasil Penelitian menyimpulkan : 1) Efektivitas produksi atau hasil pertanian/kebun memberikan kontribusi sebesar 74% terhadap hasil pemasaran (marketing) atau kegiatan penjualan hasil pertanian/kebun yang dilaksanakan oleh para penjual di pasar Karanggede 2) Efektivitas bertemunya para penjual hasil pertanian/kebun dengan pengepul (distribusi) memberikan kontribusi sebesar 84% terhadap pemasaran (marketing) yang maknanya distribusi dapat memenuhi kebutuhan para penjual (petani) sehingga mempunyai persepsi dan harapan bahwa distribusi atau perjalanan dengan alat transportasi menuju pasar Karanggede memberi manfaat terhadap transaksi dan penjualan hasil pertanian/kebun untuk memenuhi kebutuhan hidup petani. 3) Efektivitas pemasaran (marketing) memberikan kontribusi sebesar 70%, hal ini mempunyai makna bahwa pasar sebagai penyalur dan pemindahtangan hasil pertanian/kebun/barang dari penjual kepada pengepul yang diharapkan dapat menyalurkan hasil pertanian ke berbagai sektor kebutuhan konsumsi, misalnya beras sebagai makanan pokok, jagung diolah menjadi tepung maizena, galek diolah menjadi tepung kanji dan sebagainya.

Kata kunci : Produktivitas petani, hasil pertanian, pemasaran hasil pertanian

**EFFECT OF FARMER PRODUCTIVITY AND DISTRIBUTION OF
AGRICULTURAL / GARDEN ON THE MARKET KARANGGEDE MARKETING
BOYOLALI DISTRICT CENTRAL JAVA**

Sutan Saribumi Pohan

FKIP Open University

UPBJJ - UT Semarang

A b s t r a c t

This study aims to: 1) find or describe potential between crops (products) on the distribution of agricultural / plantation to market Karanggede, Boyolali. 2) find or describe potential between the marketing of agricultural products (marketing) to subsistence farmers (consumption) in the village of Karanggede Boyolali. The population in this study is that the farmers in the village Karanggede Boyolali who sell their agricultural products on the market Karanggede, so that the population was not sampled and was established, because not all of which exist in traditional markets as farmers, in the case of transactions of goods. Population also as an informan with snowball technique to researchers obtain enough data as needed. The sampling technique based on sampling fluke (accidental sampling), meaning that the sample members committed against persons (farmers) who conduct transactions in the market with collectors merchandise agricultural products. The results of research concluded: 1) Effectiveness of production or agricultural / plantation contributes as much as 74% the results of marketing (marketing) or the sales activities of agricultural / plantation carried out by the vendors in the market Karanggede. 2) Effectiveness of the meeting of the sellers of agricultural / plantation with collectors (distribution) accounted for 84% of the marketing (marketing) whose meaning distributions may meet the needs of sellers (farmers) so as to have the perception and expectation that the distribution or trips with transportation to the market Karanggede brings benefit to the transaction and the sale of agricultural / plantation to meet the needs of farmers. 3) The effectiveness of marketing (marketing) accounted for 70%, this has meant that the market as a supplier and the alienation of agricultural / plantation / goods from the seller to collectors who are expected to distribute agricultural products to various sectors of consumption, such as rice as a staple food, corn processed into cornstarch, cassava is processed into starch and so on.

Keywords: productivity of farmers, agriculture, marketing of agricultural products

A. P E N D A H U L U A N

Perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi yang mengakibatkan terjadinya perubahan dan perkembangan masyarakat dengan menimbulkan masalah-masalah sosial dan tuntutan-tuntutan yang serba modern serta kehidupan serba glamour tidak tersentuh dan terlupakan oleh sebagian penduduk

pedesaan yang status sosial ekonomi pada tingkat pra sejahtera dan tingkat sejahtera, kehidupan penduduk desa hanya difokuskan pada bekerja untuk menunjang kebutuhan hidup atau keperluan sehari-hari dengan mengandalkan memasarkan hasil pertanian dan kebunnya. Dalam hal ini usaha masyarakat desa dalam memecahkan masalah kebutuhan hidup diperlukan

sarana yang digunakan sebagai lokasi mata pencaharian dalam rangka proses pencapaian kebutuhan pangan. Lokasi tersebut dinamakan pasar yaitu tempat bertemunya antara si penjual dan si pembeli.

Pasar tradisional yang kegiatannya pada hari-hari yang telah ditentukan menurut kalender Jawa yaitu, Legi, Wage dan Pahing merupakan lapangan kerja atau usaha penduduk desa dalam menggapai kebutuhan hidupnya, dan dapat digunakan sebagai proses penyadaran publik bahwa krisis lingkungan, kemiskinan dan kegagalan pelaksanaan pembangunan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fenomena globalisasi ekonomi, sehingga di sisi lain pasar tradisional dapat memperkuat posisi ekonomi pedesaan dalam rangka melaksanakan kelangsungan hidup yang bisa membaik dan memperkuat sektor bisnis masyarakat desa.

Pasar tradisional merupakan tempat berjualan sekaligus sebagai tempat bekerja penduduk desa dalam rangka mencapai sumber penghasilan, walaupun dikerjakan secara sederhana, di tempat yang sederhana dan sistem *marketing* yang sederhana telah mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan dapat memperoleh sekedar penghasilan bagi kepentingan keluarga, dengan menghiraukan keterkaitan status sosial,

derajat, pangkat dan jabatan. Bagi masyarakat desa yang berjualan di pasar tradisional tidak mengenal arti ekonomi secara global dalam wawasan teori walaupun yang dilaksanakan mengarah pada transaksi pasar yang disesuaikan faktor produksi, artinya barang yang dijual seyogyanya akan memperoleh keuntungan walaupun sedikit.

Inflasi yang tidak ada hentinya banyak badan usaha dari berbagai produk barang mengalami defisit dan kebangkrutan, namun bagi pedagang kecil di pasar tradisional tidak mengenal arti depresi ekonomi, usahanya tetap eksis, dan dampak dari depresi terasa sangat kecil, walaupun biaya transportasi yang digunakan mengalami kenaikan tetapi tidak mematahkan semangat berusaha bagi penduduk pedesaan yang berjualan di pasar tradisional, hal ini secara tidak langsung penduduk pedesaan telah mempunyai kompetensi kepribadian, kompetensi sebagai makhluk sosial dan kompetensi berbisnis secara kecil-kecilan

Dari uraian di atas dan melalui pengamatan adanya suatu transaksi jual beli hasil pertanian antara petani dengan pengepul barang hasil pertanian di desa Karanggede Kabupaten Boyolali Jawa Tengah, maka dapat dijadikan sebuah penelitian dengan asumsi, bahwa hasil produksi pertanian dan pasar tradisional

bukan hanya sekedar rangkaian teori, tetapi merupakan satu kesatuan kegiatan yang tidak dapat dipisahkan, hal ini disebabkan kedua kegiatan tersebut mempunyai keterkaitan pada suatu sistem ekonomi sehingga pelaku ekonomi tidak saja bernuansa pada para pengusaha atau bisnisan yang dapat menentukan suatu inisiatif, gagasan atau ide terhadap pengelolaan sumber daya alam, modal dan tenaga kerja, tetapi etos kerja para petani di pedesaan dapat juga dikategorikan sebagai wirausaha yang merupakan unsur dari proses produksi, distribusi hasil sumber daya alam (pertanian) dan sebagai agen yang berupaya mengkombinasikan sumber daya alam lainnya untuk tercapainya keuntungan hasil usaha penduduk desa.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan pengamatan tentang kegiatan masyarakat pedesaan atau petani pada saat menjual hasil kebun atau pertanian di pasar tradisional kepada pengepul (penampung) barang dagangan petani dan uraian pendahuluan di atas, maka pada penelitian terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi antara barang yang dihasilkan petani sebagai produk, terhadap distribusi hasil pertanian menuju pasar Karanggede ?

2. Bagaimana potensi antara pemasaran hasil pertanian sebagai marketing terhadap pemenuhan kebutuhan hidup petani dengan memanfaatkan hasil pertaniannya?

C. TINJAUAN PUSTAKA

1. Barang Produksi Petani (*Product*)

Barang yang dibuat atau diciptakan para petani kecil biasanya berupa benda konsumsi misalnya beras, jagung, ketela, dan kacang-kacangan. Jika melihat dari usaha pengadaan barang para petani yang didapat dari hasil tanaman, maka peneliti akan menelaah konsep tentang produksi pertanian, populernya disebut agribisnis, artinya cara pandang ekonomi bagi usaha penyediaan pangan, sehingga strategi memperoleh keuntungan dengan mengelola aspek bendanya, penyediaan bahan baku, pasca panen, proses pengolahan hingga tahap pemasaran (wikipedia, google). Dari segi ruang lingkup teori secara luas berorientasi pada ilmu ekonomi regional yaitu ilmu yang mempelajari usaha manusia memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memasukkan unsur perbedaan potensi satu wilayah dengan wilayah lain (R.Tarigan, 2004, hal 1). Selanjutnya tujuan dari kegiatan ekonomi regional adalah: 1). Menciptakan lapangan pekerjaan sehingga mengurangi tingkat pengangguran di pedesaan dan mencegah terjadinya urbanisasi (*full employment*). 2). Memperbaiki kehidupan

manusia atau peningkatan pendapatan walaupun pendapatan tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari sesuai dengan tingkat pendapatannya (*economic growth*). 3). Menciptakan rasa aman dan tenteram dalam masyarakat, walaupun terdapat fluktuasi harga dari hasil produksi, namun nilai riil dari harta yang disimpan (misalnya tanah, rumah dan kendaraan) masih dapat bermanfaat dikemudian hari dalam waktu yang panjang (*price stability*).

Dalam konsep penentuan posisi hasil pertanian (*product positioning*) merupakan kemampuan mengelola barang yang akan dijual di pasar sehingga diharapkan mendapat laba, hal ini si penjual atau pengusaha harus melihat hubungannya dengan produk-produk lain terutama produk saingan atau penjualan yang sama barangnya, sehingga pengusaha perlu menanam atau mempunyai produk barang yang berbeda tapi satu perusahaan (olahan), misalnya disamping memproduksi jagung juga menanam kacang-kacangan, atau menanam bahan konsumsi lainnya seperti : cabe, bawang dan sejenisnya. Kalau di perusahaan besar seperti pabrik Toyota, disamping membuat mobil sedan juga membuat mobil jenis jip (hardtop) dan jenis truck. Perusahaan yang lain seperti perusahaan minuman *Coca-Cola* juga memproduksi Fanta dan Sprite. Produksi pertanian berkaitan dengan nilai

guna suatu barang walaupun sifatnya sebagai bahan baku, dari sisi petani menanam, memelihara dan memasarkan hasil pertanian tujuannya untuk mendapatkan laba dari hasil jerih payah petani. (R Tarigan, 2004, hal 5)

Kebutuhan hidup manusia sebagian besar dipenuhi dengan barang-barang yang diproduksi, baik oleh perusahaan atau badan usaha yang besar (pabrik) maupun secara kelompok atau individu, dan orang yang membeli produk suatu barang biasanya ingin memilih barang yang bermutu tinggi dan harganya lebih murah oleh karena itu produsen harus selalu bersaing agar barangnya terpilih. (Sriyadi, 2001, hal 139). Bagi para petani sebagai pelaku ekonomi dengan bisnis kecil-kecilan merupakan usah mikro yang lepas dari urusan birokrasi, sehingga yang menjadi kendala dalam memproduksi barang adalah modal memperbesar usaha agar terdapat keseimbangan antara energi yang dikeluarkan sesuai dengan yang diinginkan.

2. Pemasaran Hasil Pertanian (Marketing)

Para petani menjual hasil pertaniannya berupa jagung, padi, ketela, dan kacang-kacangan dengan cara dibawa ke pasar tradisional (*wage & Legi*), kemudian ditawarkan oleh pengepul (*collectors*) kemudian barang pertanian (jagung, ketela, beras, kacang-kacangan) di

timbang sehingga terjadi transaksi untuk mencapai kesepakatan harga. Secara teori pemasaran adalah cara mengelola suatu usaha, menjual barang dan jasa dan memberikan informasi tentang barang dan jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang kegiatannya secara menyeluruh dan terpadu secara individu atau kelompok (Charles Thomas, 1987, hal 42).

Kemampuan dalam pemasaran hasil pertanian bila ditelaah melalui teori kelebihan (strength), kelemahan (weaknes), kesempatan (oportunities) dan tantangan / ancaman (threat) yang dikenal dengan teori SWOT dapat menunjang kegiatan pemasaran antara lain: Kelebihan petani (strength) adalah pengalaman dalam lika-liku bisnis versi pedesaan; berkeinginan untuk bekerja keras dan hasil pertanian berupa bahan pangan senantiasa dibutuhkan oleh orang banyak. Kelemahannya (weakness) yaitu tidak mengerti tentang analisis pasar dan kurang memprediksi keadaan pemasaran, petani hanya bertindak berdasarkan kebiasaan sehingga tidak pernah terpikirkan menemukan formula perkembangan bisnis. Yang menjadi peluang (opportunities) bagi para petani ialah terdapatnya pasar tradisional yang langgeng dari tahun ke tahun masih berdiri eksis walaupun berlokasi di pinggir jalan dengan waktu yang telah ditentukan dan bukan

kesepakatan, terjadi transaksi sehingga hasil pertanian yang menjadi komoditas andalan pedesaan dapat menopang produksi yang lebih besar, misalnya produksi tepung tapioka, bahan bakunya diperoleh dari ketela yang dikeringkan para petani, atau tepung maezena dari jagung, dan sebagainya. Tantangan petani (threat) yaitu adanya fluktuasi harga yang cenderung tidak sesuai dengan produksi, bila mendapat laba tidak sesuai dengan yang diharapkan, kemudian daya saing antar pedagang (petani) secara individu dengan meningkatkan kuantitas dan kualitas barang, dan tidak semua petani dapat bersikap inovatif dalam memproduksi barangnya.

3. Pemenuhan Kebutuhan Hidup (Konsumsi)

Konsumsi adalah pengeluaran untuk barang dan jasa seperti makanan, pakaian, transportasi, pengobatan dan perumahan. Dalam kehidupan sehari-hari suatu keluarga menggunakan uang mereka dengan cara yang berbeda, namun secara statistik menunjukkan bahwa rata-rata terdapat pola keteraturan umum dalam mengalokasikan dana untuk pembelian makanan, pakaian dan barang-barang pokok lainnya (Samuelson, 1997. Hal 161).

Pemenuhan kebutuhan hidup seseorang ditentukan pendapatan dari hasil

kegiatannya atau pekerjaannya. Semakin tinggi pendapatan seseorang biasanya semakin besar pula kebutuhannya hingga mencapai insensitas kebutuhan yang diperlukan. Bila menelaah pada konsep pemasaran yang menitik beratkan pada pentingnya memberi kepuasan pada kebutuhan yang berada di pasar dengan berusaha menemukan kebutuhan para konsumen yang belum terpuaskan serta menciptakan produk baru guna memuaskan kebutuhan (Sriyadi, 1991, hal 161).

Perkembangan kebutuhan yang berorientasi pada konsumsi pada umumnya didasarkan pada rencana yang tidak tertulis, karena terdapat perubahan kebutuhan secara tiba-tiba atau melimpahnya produksi pertanian yang mendatangkan pendapatan (income) yang berlebih sehingga menimbulkan inisiatif untuk melakukan konsumsi yang di luar rencana, begitu pula sebaliknya kebutuhan dapat ditekan karena pendapatan mengalami penyusutan yang disebabkan oleh gagal panen, sektor pemasaran yang tidak mendukung, dan terjadi fluktuasi harga yang tidak sesuai dengan pengeluaran produksi (merugi).

Kebutuhan akan stabil apabila individu atau kelompok berusaha memperbaiki tingkat hidupnya dengan inisiatif dan gagasannya sendiri melalui

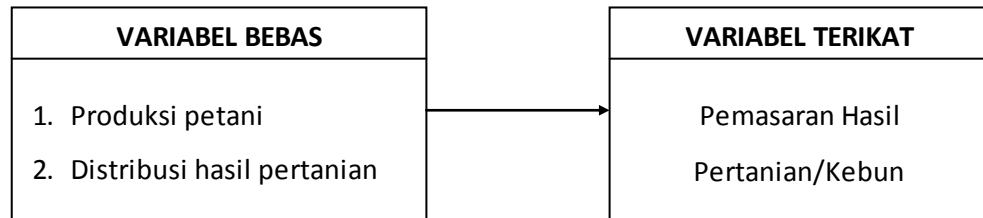
pemanfaatan pengeluaran atau menghindari penyimpangan anggaran yang dikeluarkan. Pemanfaatan fasilitas yang dimiliki merupakan aspek penting dalam menekan kebutuhan, serta penghematan pendanaan dengan secara selektif dalam menentukan kebutuhan konsumsi. Bila kenaikan permintaan akan bahan pangan tidak diimbangi dengan naiknya produksi pertanian maka akan ada kekurangan makanan dan dapat mengakibatkan inflasi, bila kekurangan bahan pangan diatasi dengan impor maka akan mengurangi barang-barang produksi. (Suhadi, 2004, hal. 146).

D. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis deskriptif, artinya menggambarkan tentang keadaan yang sebenarnya dari variabel yang telah ditentukan atau dari sifat-sifat populasi tertentu yang dianalisis secara sistematis. (Husaini Usman, 2009, hal 4). Sehingga penelitian ini akan difokuskan pada kegiatan ekonomi pedesaan yang mengungkap tentang potensi produktivitas petani dan pemasaran hasil pertanian terhadap kebutuhan hidup petani di desa Karanggede Kabupaten Boyolali Jawa Tengah.

Objek penelitian yang berorientasi pada tiga variabel yaitu variabel barang yang diproduksi petani (produk), variabel pemasaran hasil pertanian (marketing) dan

variabel pemenuhan kebutuhan hidup petani (konsumsi), sehingga desain atau rancangan dari penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



Pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, variabel yang telah ditentukan di atas dicari hubungannya kemudian dicari pula pengaruhnya melalui observasi dan wawancara dengan informan dengan prinsip kelayakan (*appropriateness*) dan kecukupan (*adequacy*), secara operasional

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah para petani di desa Karanggede Kabupaten Boyolali yang menjual hasil pertaniannya di pasar Karanggede, sehingga populasi tidak disampling dan sudah ditetapkan, karena tidak semua yang ada di pasar tradisional berprofesi sebagai petani, dalam hal transaksi suatu barang. Populasi juga sebagai informan dengan teknik *snow ball* hingga peneliti memperoleh data yang cukup sesuai kebutuhan.

2. Sampel

sebagai studi prediksi yang memperkirakan kemungkinan munculnya suatu gejala berdasarkan gejala lain yang tidak diketahui sebelumnya. Suatu produksi akan berpengaruh terhadap penjualan atau pemasaran (marketing) dan berpengaruh pula pada pemenuhan kebutuhan seseorang.

Teknik pengambilan sampel berdasarkan sampling kebetulan (*accidental sampling*), artinya anggota sampel dilakukan terhadap orang (petani) yang melakukan transaksi di pasar dengan pengepul barang dagangan hasil pertanian.

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Mengadakan observasi dengan mengamati perilaku para petani dalam memproduksi barang jenis pertanian seperti beras, jagung, ketela dan kacang-kacangan di sawah atau di kebun

milik petani dan mengamati aktivitas petani di rumahnya atau saat ke sawah dalam rangka menyiapkan barang jenis pertanian yang akan dijual di pasar. Data diperoleh melalui instrumen atau sejumlah pertanyaan dengan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) terhadap petani (*informan*) dan pengepul hasil pertanian (*collectors*). Dalam wawancara peneliti telah mempersiapkan sejumlah pertanyaan yang berkenaan dengan cara memproduksi barang atau hasil pertanian yang dijual, kemudian distribusi barang dan keterkaitannya dengan pemenuhan kebutuhan hidup.

- b. Agar data yang diolah layak untuk dipergunakan sebagai bahan dalam mengungkap atau memprediksi hasil analisis penelitian ini, maka diperlukan keabsahan (*validitas*) data dan kehandalan (*reliabilitas*) data, sebagai berikut

Keabsahan (*validitas*) data.

Validitas data merupakan kemampuan suatu instrumen penelitian yang berupa pertanyaan dan angket atau interpretasi yang layak dan tepat untuk digunakan atau disajikan saat mengadakan observasi atau wawancara dengan

responden, sehingga menggambarkan temuan kebenaran yang mencerminkan : a) terdapat pengaruh yang jelas dan kuat terhadap desain penelitian dan pendekatan analisis yang dipresentasikan. b) cakupan instrumen atau angket/ pertanyaan luasannya mewakili secara keseluruhan dan berkaitan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini. c) redaksi pertanyaan instrumen atau angket/pertanyaan berupa data asli yang memadai dan sistematis (dari yang mudah hingga kompleks) sehingga interpretasi atau analisis data terkait dengan data yang dikumpulkan. (Hamid Patalima, 2011, hal 97)

Kehandalan (*reliabilitas*) data

Reliabilitas data merupakan kemampuan instrumen yang berupa pertanyaan/angket dan interpretasi yang dapat dipercaya dan konsisten (ajek) pada saat dipergunakan sebagai bahan observasi dan wawancara dalam penelitian, dengan ketentuan : a) dapat menggambarkan pendekatan dan prosedur analisis data. b) redaksi pertanyaan jelas dapat dimengerti oleh responden sehingga dalam menganalisis data dapat tersusun

suatu konsep yang sesuai dengan tema yang diajukan. c) data merupakan fakta asli yang terjadi dan bukan suatu rekayasa sehingga tepat dalam melakukan analisis dan kesimpulan. (Hamid Patalima, 2011 hal 99). Data yang terkumpul melalui hasil wawancara atau bila memungkinkan melalui penyebaran angket dibantu dengan menggunakan alat perekam dan kamera foto. Jawaban responden didasarkan oleh kegiatan produksi sampai dengan penggunaan hasil produksi yang berupa konsumsi atau pemenuhan kebutuhan hidup petani.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data yang akan peneliti laksanakan didasarkan pada data yang diketahui atau dihimpun sesuai dengan asumsi yang terdapat pada pertanyaan penelitian yaitu bagaimana potensi barang yang dihasilkan petani (produksi) yaitu variabel X dengan pemasaran hasil pertanian/kebun yaitu variabel Y, agar ditemukan korelasi murni antara variabel X dan variabel Y maka faktor-faktor yang mempengaruhi kedua variabel tersebut dicatat kemudian direduksi ke dalam matrik,

kemudian dianalisis melalui triangulasi artinya data yang diperoleh dari satu orang (informan/responden) akan dikumpulkan kemudian di-kroscek dengan responden yang lainnya, apabila ada kesamaan dalam pernyataan atau jawaban yang diberikan dari para responden akan dijadikan sebagai bahan analisis dan teknik pengolahan data, antara lain :

- 1).Menguraikan atau menjabarkan hasil penelaahan berdasarkan responden yang diperoleh.
- 2).Memberikan asumsi dari hasil observasi yang dikorelasikan dengan variabel yang telah ditetapkan.
- 3).Melakukan konfirmasi terhadap teori tentang produksi, distribusi dan konsumsi.

E. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan metodologi penelitian yang bersifat kualitatif dan mengandung unsur deskriptif, maka peneliti akan mengungkap pengaruh antara kegiatan produksi dan distribusi terhadap marketing dari hasil pertanian atau kebun yang dijual di pasar Karanggede . Secara geografis Karanggede merupakan wilayah kecamatan

(pusat kota kecamatan) di Kabupaten Boyolali terdiri dari 16 Desa atau Kelurahan yaitu : Desa Bangkok, Bantengan, Dologan, Karangkepoh, Kebonan, Klari, Klumpit, Manyaran, Mojosari, Pengkol, Pinggir, Sempulur, Sendang, Sranten, grogolan dan Tegalsari. Pada saat pasaran di Karanggede seluruh petani dari desa-desa tersebut menjual hasil pertanian dan kebunnya berkumpul di pasar Karanggede (Wage dan Legi). Sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Wonosegoro, sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Simo, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Semarang dan sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Klego. Secara demografis jumlah penduduk disekitar Kecamatan Karanggede yang terdiri dari 16 Desa sebanyak 949.583 jiwa bermata pencaharian bervariasi, mayoritas sebagai petani, buruh tani, peternak dan pedagang kecil/kelontong, keadaan sosial ekonomi rata-rata sederhana bertopang pada keadaan tanah pertanian dan kebun yang bersifat tadah hujan, seluruh sawah belum tersentuh irigasi.

1. Deskripsi Data

a. Hasil Analisis (wawancara) variabel Produksi

Dari sebanyak sebelas orang sebagai responden pada pertanyaan pertama tentang ketersediaan bahan tanaman tujuh responden menjawab tersedia dan empat responden menjawab sangat tersedia, kemudian pada pertanyaan ke dua tentang tingkat kesulitan dalam menanam tanaman sepuluh orang menjawab mudah dan satu orang menjawab sangat mudah, pertanyaan tentang tingkat keterampilan dalam menanam delapan orang menjawab perlu keterampilan, kesesuaian antara produksi dengan pemasaran ada sembilan orang menjawab sesuai dan dua orang menjawab sangat sesuai. Dalam hal pemupukan tanaman sembilan orang menjawab perlu diberi pupuk dan dua orang sangat perlu diberi pupuk. Tingkat kemudahan dalam memperoleh pupuk delapan orang menjawab mudah dan tiga orang menjawab sangat mudah, dalam produksi ada delapan orang tidak perlu dibantu dan tiga orang perlu ada yang membantu, pola produksi atau yang dikerjakan dalam pengelolaan tanaman 11 orang menyatakan secara konvensional artinya dikerjakan menurut kaidah yang sudah berjalan dengan menggunakan alat yang semi modern, misalnya bila dibutuhkan pengelolaannya dengan listrik maka petani mudah mendapat aliran listrik. Kadar air terhadap tanaman menentukan kualitas tanaman

apabila berkadar air tinggi maka biasanya produksi dihargai sangat murah, perkiraan kadar air pada tanaman ditentukan atau dikerjakan berdasarkan perkiraan dengan mata (*eye estimate*) sebanyak sebelas orang. Peran pemerintah terhadap petani yang menjual hasil pertaniannya di pasar Karanggede delapan orang menjawab membantu dan tiga orang sangat membantu.

b. Analisis (wawancara) terhadap variabel Distribusi

Distribusi barang atau hasil pertanian atau kebun seperti beras, jagung, ketela (gapek), kacang-kacangan dan palawija yang dijual di pasar Karanggede dirasakan oleh para penjual delapan orang menyatakan baik dan tiga orang menyatakan sangat baik. Pada tingkat kesulitan dalam pendistribusian hasil tanaman delapan orang menyatakan mudah dan tiga orang menyatakan sangat mudah. Mengenai biaya transportasi dari rumah menuju pasar Karanggede sebanyak delapan orang murah atau terjangkau dan tiga orang menyatakan sangat murah. Lama atau estimasi waktu perjalanan dari rumah menuju pasar Karanggede sebanyak sembilan orang menyatakan cepat dan dua orang menyatakan sangat cepat. Dari segi keamanan dalam perjalanan membawa hasil pertanian/kebun sebanyak sembilan orang merasa aman dan dua orang merasa sangat aman. Hambatan dalam perjalanan

dinyatakan sepuluh orang merasa lancar dan satu orang sangat lancar. Tentang kelayakan alat transportasi seperti truk, isuzu dan angkot menuju pasar Karanggede dinyatakan sepuluh orang layak dan satu orang sangat layak. Kesesuaian (relevansi) barang dagangan dengan alat angkut sepuluh orang menyatakan sesuai dan satu orang menyatakan sangat sesuai. Tentang kenyamanan perjalanan dengan membawa barang sebelas orang merasa nyaman, Berapa jumlah orang yang berada dalam kendaraan dengan barang dagangannya disesuaikan dengan besar kecilnya kendaraan bila barang dagangan banyak misalnya beras sampai satu ton atau jagung sampai setengah ton dinyatakan sebelas orang secukupnya secara bersama-sama.

c. Hasil Analisis (wawancara) variabel Pemasaran (*Marketing*)

Kelayakan hasil pertanian/kebun sebagai barang yang di jual sebanyak delapan orang menyatakan layak dan tiga orang menyatakan sangat layak. Tentang kemanfaatan hasil penjualan terhadap kebutuhan hidup sehari-hari sebanyak delapan orang menyatakan bermanfaat dan tiga orang sangat bermanfaat. Berkaitan dengan perasaan dalam menjual hasil pertanian/kebun di pasar Karanggede sebanyak enam orang menyatakan senang dan lima orang menyatakan sangat senang. Layanan pengepul dalam menerima hasil

pertanian/kebun sebanyak sembilan orang menyatakan baik dan dua orang menyatakan sangat baik. Tingkat kepuasan dari hasil transaksi antara pengepul dengan penjual hasil pertanian/kebun sebanyak sembilan orang merasa puas dan dua orang merasa sangat puas. Bagaimana harapan petani atau yang menjual langsung hasil pertaniannya/kebun kepada pengepul menyatakan sembilan orang merasa puas dan dua orang merasa sangat puas. Bagaimana keseimbangan antara antara hasil jerih payah dengan hasil penjualan sebanyak delapan orang menyatakan seimbang dan tiga orang menyatakan sangat seimbang. Tentang kehendak hati nurani dalam memasarkan hasil pertanian/kebun kepada pengepul. Sebanyak sepuluh orang merasa ikhlas dan satu orang sangat ikhlas. Alternatif yang lain dalam menjual atau memasarkan barang pertanian/kebun sebanyak tiga orang menyatakan tidak ada pilihan lain dan delapan orang menjawab ada pilihan dalam menjual hasil pertanian/kebun asalkan dalam transaksi harga sesuai dengan yang dikehendaki ke dua belah pihak antara petani dan pembeli. Tentang estimasi waktu antara hasil pertanian/kebun dengan pemasaran atau layak dijual sebanyak delapan orang menyatakan waktunya sesuai dan sebanyak tiga orang menyatakan sangat sesuai. Bila diamati dan wawancara dengan para petani

dan penjual hasil pertanian/kebun bahwa bisnis yang mereka lakukan merupakan inisiatif dari diri sendiri untuk menggapai berbagai kebutuhan hidup, pengembangan sumber daya manusia dan membuka lapangan usaha serta mempertahankan lapangan pekerjaan. Inisiatif para petani atau penjual yang berinteraksi di pasar Karanggede merupakan kreativitas di bidang perekonomian atau berbisnis pada tingkat sederhana, mayoritas yang menjual hasil pertanian/kebun di pasar Karanggede adalah wanita atau kaum ibu, menandakan peran wanita sebagai sales dan distributor lebih luwes dalam hal komunikasi dan interaksi, prediksi penentuan harga serta pengelolaan keuangan sebagai hasil transaksi. Kaum bapak/ laki-laki diposisikan sebagai produksi barang atau pengelolaan di bidang menciptakan tanaman/kebun/barang dan operasional pencapaian hasil tanaman.

Peran pengepul juga diharapkan oleh petani walaupun dari segi keuntungan/laba hasil jual – beli lebih besar dari petani itu sendiri, pengepul membawa hasil pertanian/kebun yang dijual oleh petani, dikumpulkan kemudian di kemas dan di bawa dengan truk ke gudang yang dimiliki, selanjutnya di jual kepada kontraktor yang ditunjuk oleh Badan Urusan Logistik (Bulog) di tingkat Kabupaten/Kota. Transaksi antara pengepul dengan kontraktor tentunya

berorientasi pada perdagangan besar, mekanisme pasar sudah beralih pada sistem manajemen bisnis. Efektivitas produksi atau hasil pertanian/kebun memberikan kontribusi sebesar 74% terhadap hasil pemasaran (marketing) atau kegiatan penjualan hasil pertanian/kebun yang dilaksanakan oleh para penjual di pasar Karanggede, hal ini mempunyai makna bahwa hasil pertanian yang senantiasa meningkat akan memenuhi kebutuhan para petani, sehingga mempunyai persepsi dan harapan bahwa produksi pertanian memberi manfaat terhadap perkembangan bisnis pedesaan melalui transaksi di pasar Karanggede.

Efektivitas bertemunya para penjual hasil pertanian/kebun dengan pengepul (distribusi) memberikan kontribusi sebesar 84% terhadap pemasaran (marketing) yang maknanya distribusi dapat memenuhi kebutuhan para penjual (petani) sehingga mempunyai persepsi dan harapan bahwa distribusi atau perjalanan dengan alat transportasi menuju pasar Karanggede memberi manfaat terhadap transaksi dan penjualan hasil pertanian/kebun untuk memenuhi kebutuhan hidup petani. Pemasaran merupakan ajang bertemunya pembeli dan penjual saling tawar menawar barang dengan prinsip saling menguntungkan, sipembeli mendapatkan barang dan sipenjual mendapatkan uang, efektivitas

pemasaran (marketing) memberikan kontribusi sebesar 70%, hal ini mempunyai makna bahwa pasar sebagai penyalur dan pemindahtangan hasil pertanian/kebun/barang dari penjual kepada pengepul yang diharapkan dapat menyalurkan hasil pertanian ke berbagai sektor kebutuhan konsumsi, misalnya beras sebagai makanan pokok, jagung diolah menjadi tepung maizena, gaplek diolah menjadi tepung kanji dan sebagainya.

Analisis melalui observasi untuk mencari besarnya pengaruh antara produksi dan distribusi terhadap pemasaran yang terjadi di pasar Karanggede mempunyai dua arti yaitu

- 1) Memberi dasar untuk mengadakan atau memberi keputusan dan prediksi bahwa terdapatnya transaksi jual beli hasil pertanian menunjukkan adanya keberpihakan pada petani dan konsumen tanpa meminggirkan pengepul sebagai pengusaha sehingga diharapkan petani/penjual hasil pertanian memperoleh pendapatan yang baik karena telah menanam padi, jagung dan palawija untuk kepentingan nasional. Pengepul yang digolongkan sebagai pengusaha tidak mengambil keuntungan sepihak yang akan merugikan konsumen dan petani.
- 2) Persoalan hasil pertanian seperti beras merupakan makanan utama penduduk Indonesia, bagi masyarakat

berpenghasilan menengah ke bawah beras menjadi sumber pengeluaran penting, sehingga kenaikan harga beras akan berakibat pada menurunnya daya beli keluarga. Gejala sosial ekonomi saat ini penduduk miskin hampir miskin, dan kelas menengah ke atas dapat mengakses beras dengan harga terjangkau. Maka yang terjadi bahwa pendapatan merupakan nilai tambah dari setiap kegiatan ekonomi sebagai balas jasa dari faktor produksi.

2. PEMBAHASAN

Upaya dari kegiatan produksi, distribusi dan marketing serta konsumsi yang merupakan satu kesatuan dari kegiatan perekonomian terletak pada sistem nilai dan sikap mental petani dan pengepul yang membuka akses bisnis dan saling membutuhkan yang mempunyai makna membuka lapangan kerja, membuat eksis roda ekonomi pedesaan, pelestarian budaya pasaran sebagai wujud kepedulian masyarakat desa dengan mengabdikan sebagai bangsa Indonesia membangun dan menghidupkan desis ekonomi yang tidak terpengaruh oleh depresi ekonomi dan pelambatan pertumbuhan perekonomian bangsa.

Menelaah dan mengobservasi sektor pemasaran hasil pertanian seperti beras, jagung, gaplek, kacang-kacangan dan palawija atau hasil kebun seperti kelapa, buah-buahan, sayur-sayuran,

merupakan pendukung dan penopang ekonomi rumah tangga petani, sebab para petani juga bekerja atau melaksanakan kegiatan lain seperti menjadi tukang ojek, tukang bangunan, mencari rumput untuk dijual dan memelihara ternak. Kegiatan transaksi para petani dan pengepul merupakan terciptanya kewirausahaan yang saat ini perlu dikembangkan.

Hubungan dan pengaruh antara produksi dan distribusi terhadap marketing yang dilakukan oleh para petani dinyatakan mempunyai korelasi yang positif dan signifikan serta sangat berpengaruh terhadap kebutuhan hidup para petani didasarkan pada :

- a. Pernyataan para penjual hasil pertanian/kebun melalui wawancara yang mayoritas memberikan nuansa positif, dan transaksi di pasar Karanggede memberi kontribusi terhadap kebutuhan hidup para penjual/petani.
- b. Motif transaksi penjual dan pengepul didasarkan oleh rasa ikhlas ke dua belah pihak yang ditandai oleh saling bertemu dan berhubungan setiap hari pasaran di Karanggede.
- c. Terdapatnya pengembangan usaha mandiri berbasis bahan baku lokal, yang berpeluang untuk membangkitkan dan mengendalikan pertumbuhan sektor pertanian dan memenuhi kebutuhan konsumsi baik di tingkat

rumah tangga maupun di tingkat masyarakat pedesaan.

- d. Dari transaksi penjualan hasil pertanian/kebun kepada pengepul merupakan akses pemasaran produksi pertanian/kebun, pada saat ini yang menakutkan dalam berbisnis adalah hambatan pemasaran dari suatu produksi sehingga pemasaran merupakan suatu yang mutlak dan diharapkan keberadaannya.
- e. Secara tidak langsung membangun semangat bangsa dengan prinsip kepedulian sosial yaitu gabungan pendekatan wirausaha, bisnis dan tujuan sosial bagian dari solusi persoalan sosial di masyarakat pedesaan.

Para penjual hasil pertanian/kebun dan pengepul tidak pernah dilatih tentang bisnis dan wirausaha, tetapi mereka telah melakukan bertahun-tahun dengan mempertahankan kehidupan pasar tradisional sebagai lahan atau koridor bertemunya antara penjual dan pembeli. Kematangan dalam berbisnis di pasar tradisional merupakan modal untuk mencapai keuntungan dari usaha yang dilaksanakan dan digeluti selama ini. Yang paling ditakuti para petani adalah masa “paceklik” yaitu rusaknya tanaman hasil pertanian/kebun sehingga tidak dapat diharapkan sebagai pemenuhan kebutuhan karena perubahan iklim/cuaca yang tidak

dapat diprediksi dan berjangkitnya hama yang tidak dapat di cegah keberadaannya, misalnya hama tikus, hama wereng dan berbagai hama lainnya. Secara modern pemerintah telah mencanangkan asuransi pertanian sebagai proteksi petani dari kerugian.

Asuransi pertanian berfungsi untuk melindungi usaha tani yang penuh resiko tak terduga, petani akan mendapatkan jaminan ganti rugi apabila gagal panen akibat bencana alam, seperti banjir, kekeringan, sampai serangan organisme pengganggu tanaman, dengan demikian keberlangsungan usaha tani terjamin lebih pasti. Disisi lain asuransi pertanian memberikan kontribusi terhadap stabilitas ekonomi yang lebih baik akibat dampak dari kerusakan tanaman dalam ruang dan waktu. Menelaah pendekatan pendapatan yaitu nilai tambah dari setiap kegiatan ekonomi diperkirakan dengan menjumlahkan semua balas jasa yang diterima faktor produksi, yaitu upah dan gaji. Pendekatan pengeluaran adalah menjumlahkan nilai penggunaan akhir dari barang dan jasa yang diproduksi, dilihat dari penggunaan sebagai hasil produksi dan penyediaan barang antara lain : konsumsi rumah tangga, konsumsi badan usaha yang tidak mencari keuntungan dan pembentukan modal (Robinson Tarigan, 2004, hal 5).

Fenomena dalam pengelolaan hasil pertanian adalah meningkatnya faktor produksi yang tidak diiringi oleh keseimbangan pertumbuhan konsumsi dan akses pasar mengalami kemacetan, kemudian stagnasi nilai tukar petani dan pembudidayaan pertanian yang belum mencapai harapan secara optimal sehingga hasil pertanian melimpah yang berakibat harga jual menurun, sementara tingkat pengeluaran karena inflasi harga bahan-bahan pokok mengakibatkan terjadinya depresi ekonomi dan melambatnya pertumbuhan ekonomi. Berbagai kebijakan pemerintah dengan regulasi di bidang pertanian dengan program swasembada pangan menitik beratkan kepada produksi beras sebagai makanan pokok, sehingga perlu dilakukan pengembangan aspek bisnis untuk membuka keran pasar untuk memenuhi kebutuhan para petani.

F. KESIMPULAN

Setelah mengadakan observasi di pasar Karanggede tempat para petani menjual hasil pertaniannya/kebun kepada para pengepul, dan kegiatan faktor ekonomi seperti produksi, distribusi dan pemasaran (marketing), maka peneliti akan mengemukakan kesimpulan, sebagai berikut :

1. Kegiatan pemasaran hasil pertanian/kebun oleh para petani yang dilakukan sebagian besar oleh kaum

wanita atau ibu memberi nuansa adanya kekuatan ekonomi pedesaan (eksis) dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup para petani dan kelangsungan bisnis dibidang pertanian. Pertumbuhan produk domestik tingkat pedesaan merupakan manivestasi terwujudnya kewirausahaan sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara produksi hasil pertanian dan distribusi hasil pertanian terhadap pemasaran hasil pertanian (marketing). Produksi menampilkan kegiatan petani berupa bahan pangan seperti beras, jagung, ketela, kacang-kacangan dan palawija sebagai proses potensi alam yang dapat menunjang kebutuhan hidup para petani yang berlokasi disekitar pasar Karanggede.

2. Efektivitas dari kegiatan produksi hasil pertanian berkontribusi sebesar 74% terhadap hasil penjualan (marketing) dan efektivitas distribusi hasil pertanian sebesar 84% terhadap pemasaran hasil pertanian di pasar Karanggede. Kegiatan jual beli dilaksanakan antara penjual dengan pengepul yang masing-masing dapat menentukan harga barang atau hasil pertanian yang akan dijual dan akan di beli.
3. Penelitian ini mengandung unsur deskriptif yang pengumpulan datanya

melalui observasi dengan teknik *snow ball* hingga peneliti memperoleh data yang cukup sesuai kebutuhan. Kegiatan produksi, distribusi dan marketing serta konsumsi terdiri dari 2 aspek yaitu situasi dan kondisi pasar Karanggede dalam aktivitas jual beli, dan tentang manfaat akses pemasaran bagi para petani dan pengepul yang memberi harapan saling menguntungkan. Bagi pengepul yang mengumpulkan hasil pertanian akan berinteraksi dengan kontraktor Bulog sehingga mata rantai kegiatan ekonomi pedesaan menentukan eksistensi ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Andy Stevenio. 2007. *Peluang Bisnis Tanpa Modal*. Jakarta : Hi-Fest Publishing
- Basu Swasta. 2010. *Asas – Asas Marketing*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Charles Thomas. 1987. *Practical Business Planning*. Alih bahasa oleh Baharudin. Jakarta : Balai Aksara.
- Hamid Patilima. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung ; Alfabeta
- Husaini Usman, Purnomo Setyadi Akbar.2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Paul A Samuelson, Wiliam D Nordhaus. 1999. *Economi*. Alih bahasa oleh Joko Wasana. Jakarta : Erlangga
- Peter F Drucker. 1989. *Managing For Results*. Alih bahasa oleh Udjian Wahyusuprpto. Jakarta : Erlangga
- Robinson Tarigan. 2004. *Ekonomi Regional*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Suhadi, John Marita. 2004. *Ekonomi dan Koperasi*, Surakarta : Tiga Serangkai
- S Nasution. 2011. *Metode Research*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Sriyadi. 2000. *Bisnis Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang : Universitas Negeri Semarang
- Saifudin Azwar. 2011. *Metode Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Sasmito. 2007. *Semua Orang Bisa Jadi Pengusaha*. Jakarta. Hi-Fest Publishing

