

DINAMIKA PERILAKU PETANI DAN *FIRST BUYER* DALAM PEMASARAN MANGGA DI KECAMATAN SEDONG, KABUPATEN CIREBON, JAWA BARAT

Aurelia Fadhilah Sari¹, Elly Rasmikayati², Bobby Rachmat Saefudin²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran.

²Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Tel.: (022) 84288828.

Email: aureliafadhilah@gmail.com

ABSTRAK

Dinamika Perilaku Petani dan *First Buyer* dalam Pemasaran Mangga di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Pemasaran mangga akan menguntungkan bagi petani jika mereka bebas dalam menentukan salah satu dari berbagai *first buyer* di pasar dan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin. Namun pada kenyataannya, sebagian besar petani mangga memiliki ketergantungan yang tinggi untuk menjual hasil panennya kepada tengkulak. Hal ini dikarenakan keterbatasan petani terhadap informasi pasar dan mengakses modal. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan variasi *first buyer* bagi petani mangga dan perilaku petani dalam menjual hasil panen mangga kepada pihak *first buyer*. Sampel yang diambil adalah 50 orang petani mangga di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis *crosstabulation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi tujuan *first buyer* bagi petani mangga di Kecamatan Sedong adalah a) 1 tujuan: pedagang besar, tengkulak/ pedagang pengumpul, b) 2 tujuan: pedagang besar, pasar tradisional, tengkulak/ pedagang pengumpul, pasar tradisional, tengkulak/ pedagang pengumpul, pedagang besar, dan c) 3 tujuan: pedagang besar, eksportir, pedagang pengecer, tengkulak/ pedagang pengumpul, pedagang besar, pasar tradisional. Terdapat petani mangga yang pernah menjual kepada ritel modern, tetapi telah berhenti melakukan kemitraan dikarenakan tidak mampu memenuhi persyaratan kualitas yang ditetapkan oleh pihak ritel modern. Akan tetapi hingga saat ini, mayoritas petani mangga (72%) masih menjual kepada satu tujuan *first buyer*, yaitu tengkulak/pedagang pengumpul.

Kata kunci : Petani mangga, *First Buyer*, Pemasaran mangga

ABSTRACT

Behavioral Dynamics of Farmers and First Buyer in Marketing Mangoes in Sedong District, Cirebon Regency, West Java. Mango marketing will be profitable for farmers if they are free to determine one of the first buyers in the market and get the maximum profit. But in reality, most mango farmers have a high dependence on selling their crops to middlemen. This is due to farmers' limitations on market information and access to capital. This research aimed at describe variation of first buyers for mango farmers and farmer's behavior in selling mango crops to first buyer parties. This research was conducted by survey research method. Respondents in this study were 50 mango farmers in Sedong District, Cirebon Regency. The data was analyzed using descriptive statistics and crosstabulation analysis. The results show that the variation of first buyers for mango farmers in Sedong District were a) 1 direction: wholesalers, middlemen/traders b) 2 directions: wholesalers, traditional markets; middlemen/traders, traditional markets; middlemen/traders, wholesalers, dan c) 3 directions: wholesalers, exporters, retailers; middlemen/traders, wholesalers, traditional markets. There are mango farmers who have sold to modern retailers, but have stopped doing partnerships because they are unable to fulfill the quality requirements set by modern retailers. However, majority of mango farmers (72%) in Sedong District still sell mango crops to middleman/traders.

Keywords : Mango farmers, First Buyer, Mango marketing

1. PENDAHULUAN

Indonesia mengekspor mangga ke 19 negara tujuan, baik negara di wilayah ASEAN, Asia Timur, Asia Barat, Eropa, hingga Amerika Serikat (Subdirektorat Statistik Hortikultura, 2015). Walaupun menempati peringkat lima besar di dunia dan mampu mengekspor mangga ke berbagai negara, volume ekspor mangga Indonesia termasuk rendah, yaitu dengan *share* di bawah 0,07 persen pada periode 2012-2017. Rendahnya volume ekspor mangga Indonesia dipengaruhi oleh rendahnya kualitas mangga yang diproduksi, sehingga tidak memenuhi kriteria ekspor yang telah ditentukan. Penyebab menurunnya kualitas produksi mangga disebabkan oleh pergeseran cuaca, kurangnya pemeliharaan, dan kesalahan ketika melakukan panen. Selain itu, kualitas yang bervariasi dan pasokan mangga yang tidak kontinyu membuat volume ekspor mangga menurun (Deliana *et al.*, 2014).

Volume ekspor yang rendah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap harga (Natassia dan Utami, 2016). Menurut Deliana (2011), fluktuasi harga akan menurunkan motivasi petani untuk memproduksi mangga. Keadaan ini akan membuat *supply* mangga berkurang dan konsumen cenderung memilih mangga impor, meskipun lebih menyukai mangga lokal. Salah satu penyebab fluktuasi harga adalah sifat buah mangga yang musiman. Dengan harga yang tidak menentu, pendapatan petani pun tidak menentu karena mengikuti kondisi pasar. Harga jual yang rendah akan membuat petani memperoleh pendapatan yang rendah. Di samping itu, petani juga memiliki posisi yang lemah dalam menentukan harga jual akibat kurangnya akses terhadap informasi pasar.

Provinsi Jawa Barat memberikan kontribusi produksi terbesar ketiga bagi Indonesia pada komoditas mangga setelah Provinsi Jawa Timur dan Jawa

Tengah. Meskipun menempati peringkat ketiga, Provinsi Jawa Barat memiliki nilai rata-rata produktivitas mangga terbesar dibandingkan provinsi sentra produksi mangga lainnya dalam kurun waktu lima tahun terakhir, yaitu dengan produktivitas mangga sebesar 11,99 ton/ha.

Kabupaten Cirebon menempati peringkat ketiga sebagai produsen mangga terbesar di Jawa Barat. Walaupun demikian, perkembangan komoditas mangga di Kabupaten Cirebon semakin meluas. Awalnya, penanaman mangga dilakukan secara tradisional dan dipelihara dengan sangat minim. Setelah diberlakukannya program PAH/IHDUA (Pengembangan Agribisnis Hortikultura/*Intergrated Horticulture Development in Upland Area*), tanaman mangga mulai diterapkan teknologi budidaya dan pascapanen.

Tidak hanya perkembangan teknik produksi, pemasaran mangga asal Kabupaten Cirebon juga semakin meluas. Saat ini, pasar mangga gedong gincu telah masuk ke berbagai segmen pasar, seperti pasar induk Cibitung, Muara Angke, Caringin, Kramat Jati, ritel modern seperti Carrefour dan Aeon, perdagangan antarpulau di Sumatera, Sulawesi, dan Kalimantan, bahkan telah diekspor ke beberapa negara, seperti Kuwait, Arab Saudi, Singapura, Hongkong, Dubai, dan Malaysia.

Kecamatan Sedong merupakan salah satu kecamatan sentra penghasil mangga di Kabupaten Cirebon. Produksi mangga Kecamatan Sedong mengalami peningkatan hingga mencapai 292,76 persen atau hampir meningkat tiga kali lipat dari tahun 2014. Produksi mangga yang meningkat secara signifikan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan petani mangga di Kecamatan Sedong yang telah menerapkan teknologi *off season* dan konsep GAP (*Good Agricultural Practices*), sehingga mampu

menghasilkan mangga tanpa dibatasi oleh musim panen dan kondisi cuaca. Adaptasi teknologi budidaya mangga oleh petani di Kecamatan Sedong dinilai mampu menghasilkan kualitas mangga yang memenuhi kriteria ekspor di mana petani di Kecamatan Sedong yang tergabung dalam Gapoktan Sami Mulya telah menjalin kemitraan dengan eksportir mangga bernama CV Sumber Buah (SAE) dan memasok 1.000 ton mangga dalam setahunnya (Kik, 2011).

Akan tetapi, petani mangga di Kecamatan Sedong masih mengalami berbagai hambatan dalam pengembangan teknologi maupun pemasaran mangga. Budidaya *off season* memang sudah diterapkan, tetapi tingkat keberhasilan masih sangat terbatas karena setiap petani memiliki persepsi, motivasi, dan dorongan yang berbeda dalam praktik budidaya dan penerapan teknologi (Rasmikayati *et al.*, 2017). Di samping tingkat keberhasilan yang rendah, masih terdapat petani yang memiliki kendala dalam menerapkan budidaya *off season* karena memerlukan modal yang cukup besar dalam pemeliharaannya.

Selain itu, Kurangnya pengetahuan dan akses terhadap informasi pasar juga menjadi hambatan bagi petani mangga dalam memperluas pemasaran hasil panennya. Selain itu, kurangnya modal dan keahlian dalam pascapanen membuat petani sulit untuk memperoleh nilai tambah dari produk mangga. Pemasaran yang dilakukan sebagian besar petani terbatas pada lembaga informal, yaitu tengkulak atau bandar yang menimbulkan sifat ketergantungan bagi petani mangga (Natawidjaja, 2012).

Petani mangga di Indonesia, khususnya Jawa Barat sebagian besar masih memilih tengkulak sebagai *first buyer* (Supriatna, 2010). Namun, pemasaran mangga oleh petani kini semakin meluas. Semakin banyak petani yang telah mampu untuk memasok hasil

panennya kepada pasar tradisional, pasar modern, hingga menjual langsung kepada eksportir. Meskipun demikian, petani tetap merasa lebih menguntungkan bagi mereka untuk menjual hasil panennya kepada tengkulak karena dapat memperoleh penerimaan yang dibayar secara tunai, sedangkan pihak *first buyer* lain mayoritas membayar secara kontan (Ramadhani dan Rasmikayati, 2017).

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Mendeskripsikan variasi *first buyer* bagi petani mangga di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon.
2. Mendeskripsikan perilaku petani dalam menjual hasil panen mangga kepada pihak *first buyer*.

2. METODA PENELITIAN

2.1. Tempat dan Waktu

Penelitian dilakukan di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon pada bulan Februari 2019.

2.2. Objek dan Plot Penelitian

Objek penelitian ini adalah perilaku petani dalam menjual hasil panen mangga kepada pihak *first buyer*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi tentang orang atau populasi dengan jumlah yang besar melalui wawancara kepada sebagian kecil dari populasi tersebut (Nasution, 2007). Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara melalui kuesioner. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang petani mangga di Kecamatan Sedong.

2.3. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menganalisis suatu kelompok yang diberikan tanpa membuat atau menarik kesimpulan

tentang populasi atau kelompok yang lebih besar (Sudjana,2005). Analisis statistik deskriptif yang dilakukan menggunakan teknik penyajian data dalam bentuk tabel dan diagram, perhitungan ukuran gejala pusat berupa rata-rata, dan perhitungan ukuran letak berupa persentil.

2. Analisis *Crosstabulation*

Analisis *crosstabulation* (tabulasi silang) digunakan untuk menghitung frekuensi dan persentase dari beberapa variabel dengan cara menyilangkan variabel yang berhubungan, sehingga maknanya dapat mudah dipahami secara deskriptif. Data yang dianalisis berupa data nominal atau ordinal yang nantinya dapat diidentifikasi korelasi antar variabel yang diteliti. Dalam menganalisis data

tersebut, alat bantu yang digunakan adalah kalkulator, Microsoft Excel, dan SPSS.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1. Tujuan *First Buyer* Petani Mangga

Petani mangga di Kecamatan Sedong tidak hanya menjual pada satu pihak *first buyer* saja, tetapi dapat mencapai 2-4 tujuan *first buyer* yang berbeda-beda. Hal ini dikarenakan terdapat kualitas mangga dengan *grade* yang berbeda, sehingga pasar yang dituju pun juga berbeda. Kemampuan utama yang harus dimiliki oleh petani untuk dapat menjual lebih dari satu *first buyer* atau menjual selain kepada tengkulak/ pedagang pengumpul seperti pada umumnya adalah kemampuan dalam mengakses informasi pasar, sehingga dapat meraih banyak mitra dalam menjual hasil panen mangganya.

Tabel 1. Perbedaan Tujuan *First Buyer* yang Dipilih oleh Petani Mangga

Tujuan <i>First Buyer</i>		Dahulu (%)	Sekarang (%)
1 Tujuan	Pedagang Besar	4	4
	Tengkulak/ Pedagang pengumpul	72	72
2 Tujuan	Pedagang besar, Pasar tradisional	4	4
	Tengkulak/ Pedagang pengumpul, Pasar tradisional	6	6
	Tengkulak/ Pedagang pengumpul, Pedagang besar	8	10
3 Tujuan	Pedagang besar, Eksportir, Pedagang pengecer	2	2
	Tengkulak/ Pedagang pengumpul, Pedagang besar, Pasar tradisional	0	2
4 Tujuan	Tengkulak/Pedagang pengumpul, Pedagang besar, Pasar tradisional, Ritel Modern	4	0
Jumlah		100	100

Mayoritas petani mangga menjual hasil panennya kepada tengkulak/ pedagang pengumpul dengan persentase sebesar 72% (Tabel 1). Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Supriatna (2010) maupun penelitian oleh Muthini (2017) di mana lebih dari setengah populasi petani mangga menjual hasil panen mangga kepada tengkulak. Berbeda dengan

pernyataan Pasaribu (2015) bahwa petani menjual mangga kepada tengkulak dalam keadaan berbunga atau berbuah di pohon, petani responden menjual mangga dalam keadaan yang telah dipanen karena telah menyadari keuntungan yang diperoleh lebih besar dibandingkan menjual dengan sistem ijon. Di samping itu, pihak yang berperan menjadi pedagang pengumpul di Kecamatan Sedong umumnya adalah para

ketua kelompok tani yang mengetahui informasi pasar yang lebih luas dan berniat untuk membantu anggotanya dalam memasarkan hasil panennya.

Pada tahun 2017, ada sebagian kecil petani yang telah berhasil menjual hasil panen mangganya ke ritel modern, yaitu Lotte Mart yang berlokasi di Bandung, Jawa Barat. Akan tetapi dikarenakan sortasi yang dilakukan oleh pihak ritel modern sangat ketat, petani enggan untuk melakukan kemitraan lagi dengan ritel modern, sehingga mereka hanya bertahan menjual kepada ritel modern selama satu musim panen mangga. Menurut Rosyid (39) sebagai salah satu petani yang pernah menjual hasil panen mangga ke ritel modern, hampir 30% dari mangga yang dipasok tidak lolos sortasi. Padahal, pengiriman dilakukan dari Cirebon ke Bandung setiap hari yang tentunya memakan biaya transportasi yang cukup besar dan mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh. Isak (50) turut menambahkan, mangga yang tidak lolos sortasi dibawa kembali oleh petani ke Cirebon. Kondisi mangga yang terlalu sering dipegang karena disortir tidak lagi dalam keadaan segar dan baik. Hal ini menyebabkan 30% pasokan mangga tersebut hanya dapat dijual ke pasar tradisional dengan harga yang lebih rendah.

Terdapat seorang petani mangga di Kecamatan Sedong yang telah mampu menjual hasil panennya kepada eksportir. Haerudin (58) yang merupakan ketua Asosiasi Petani Mangga Cirebon dan ketua Gapoktan Samimulya di Kecamatan Sedong menjual sebagian besar hasil panennya kepada eksportir CV. Sumber Buah (SAE). Di samping memiliki lahan seluas 11 Ha, bapak Haerudin sangat sadar akan pentingnya pemeliharaan mangga dengan baik untuk menghasilkan mangga yang berkualitas. Penerapan *Good Agricultural Practices* dan teknologi *off season* oleh beliau dan

para anggota kelompok taninya dapat mempertahankan kontinuitas dalam memasok buah kepada eksportir. Di samping itu, keberhasilan bapak Haerudin dalam melakukan kemitraan oleh eksportir dikarenakan hasil panen mangga yang terbebas dari serangan hama lalat buah jika dibandingkan dari hasil panen para petani mangga lainnya.

3.2 Perilaku Petani Mangga dalam Menjual Hasil Panen kepada *First Buyer*

1) Hubungan antara Petani Mangga dan *First Buyer*

Pada umumnya, petani mangga di Kecamatan Sedong menjual hasil panen kepada *first buyer* dilandasi dengan hubungan kebiasaan, baik kepada pedagang besar, pasar tradisional, dan pedagang pengecer. Sejalan dengan pernyataan Rasmikayati *et al.* (2018), alasan petani mangga memasarkan kepada tengkulak adalah menghindari harga anjlok saat panen raya. Hubungan kebiasaan yang dimaksud adalah bahwa petani setiap musim panen mangga selalu menjual kepada *first buyer* yang sama. Dengan demikian, petani akan mendapat harga jual yang stabil baik saat musim panen raya maupun di luar musim. Awal mula petani mangga dapat berlangganan pada *first buyer* yang sama adalah diperkenalkan dengan teman petani mangga yang telah menjalin kemitraan terlebih dahulu, mulai mencoba langsung bertanya-tanya ke pasar, ataupun terdapat pihak *first buyer* yang tertarik terlebih dahulu untuk menjalankan kemitraan dengannya.

Petani yang menjual hasil panen mangga kepada tengkulak/pedagang pengumpul paling banyak telah menjalin hubungan selama 16-20 tahun. Para petani mangga umumnya telah menjual dengan pihak *first buyer* yang sama sejak awal mereka melakukan usahatani mangga. Sementara petani yang menjual

kepada pedagang besar, hubungannya masih sekitar 0-5 tahun yang berarti bahwa mereka mencoba untuk menjual kepada pedagang besar setelah usahatani mangganya cukup berhasil atau karena mereka terus meningkatkan jumlah pohon yang dibudidayakan. Hal ini dikarenakan petani mangga ingin memperoleh harga jual yang lebih tinggi. Petani mangga yang menjalin kemitraan dengan *first buyer* dalam kurun waktu 6-10 tahun paling banyak menjual kepada pasar tradisional dan eksportir. Sementara petani yang menjual kepada pihak pedagang pengecer berada pada kurun waktu 11-15 tahun.

2) Tempat Bertemu Petani Mangga dan *First Buyer*

Petani mangga sebagian besar melakukan pertemuan dengan *first buyer* dalam memasok mangga adalah di pasar. Petani yang menjual hasil panen mangga kepada pedagang besar pergi ke suatu tempat di mana terdapat banyak sekali pedagang besar yang siap untuk menyortir pasokan dari para petani mangga. Umumnya, petani menjual kepada pedagang besar yang berada di Kecamatan Greged, Belawa, dan Gumulung. Terdapat juga petani yang menjual hasil panen langsung ke rumah pedagang besar. Petani yang menjual kepada pasar tradisional maupun ritel modern juga langsung melakukan transaksi jual beli mangga di pasar, yaitu daerah Kabupaten Cirebon, seperti Desa Sindanglaut dan Cipejuh, maupun luar Kabupaten Cirebon, seperti Kabupaten Majalengka dan Jakarta. Di sisi lain, petani yang menjual kepada eksportir langsung memasok hasil panen mangga ke lokasi perusahaan, yaitu CV.Sumber Buah (SAE).

Berbeda halnya dengan petani mangga yang menjual kepada tengkulak/pedagang pengumpul, tempat bertemu dalam melakukan transaksi jual beli

mangga adalah di rumah, baik rumah petani, rumah tengkulak, rumah pedagang pengumpul, ataupun ditambahkan dengan bertemu di lahan dan pasar. Mayoritas petani mangga memasok hasil panennya langsung ke rumah pedagang pengumpul. Hal tersebut dikarenakan dekatnya jarak antara rumah petani dan pedagang pengumpul. Sesuai dengan pernyataan Ramadhani dan Rasmikayati (2017), alasan petani menjual hasil panen mangga ke tengkulak / pedagang pengumpul sangatlah mudah dan dekat. Selain itu, risiko rusaknya barang ketika pengiriman lebih minim dibandingkan menjual kepada ritel tradisional ataupun ritel modern.

3) Frekuensi Penjualan Mangga kepada *First Buyer*

Petani mangga di Kecamatan Sedong umumnya menjual mangga kepada *first buyer* dengan memasok setiap 1-3 kali/minggu ketika musim panen sedang berlangsung. Pengiriman kepada ritel modern dan eksportir umumnya adalah dua hari sekali sesuai dengan permintaan pihak *first buyer*. Pedagang pengecer yang membeli kepada petani mangga juga hanya sekitar 2-3 hari sekali sesuai dengan ketersediaan mangga *grade C*.

Mayoritas petani mangga yang menjual kepada pedagang besar memasok hasil panennya setiap 4-7 kali/minggu saat musim panen dikarenakan pedagang besar membutuhkan pasokan mangga yang cukup besar agar dapat terjual kepada pasar induk maupun ritel modern dengan tepat waktu. Sementara alasan petani mangga menjual kepada pasar tradisional setiap 4-7 kali/minggu adalah lokasi pasar yang cukup dekat, sedangkan petani mangga yang menjual setiap 1-3 kali/bulan dikarenakan pasar tradisional bukan menjadi pasar utama bagi mereka.

Petani mangga yang menjual kepada tengkulak/pedagang pengumpul

maupun pasar tradisional setiap 1-3 bulan sekali didasari oleh permintaan pihak *first buyer* yang menginginkan kondisi mangga yang belum matang pohon. Bagi tengkulak maupun pedagang pengumpul, tujuannya adalah untuk menghindari busuk ketika masih berada pada rantai pemasaran yang cukup panjang atau belum sampai ke konsumen akhir.

4) *Grading* oleh Petani dalam Menjual Mangga kepada *First Buyer*

Petani mangga di Kecamatan Sedong umumnya menjual hasil panen mangga kepada *first buyer* dalam *grade* A/B. Petani mangga jarang yang menjual dalam keadaan *grade* C karena dinilai terlalu kecil dan kurang segar oleh pihak *first buyer*. Mangga yang termasuk ke dalam *grade* A berukuran > 450-550 gram, *grade* B berukuran 350-450 gram, sedangkan *grade* C < 350 gram per buahnya. Akan tetapi mangga yang termasuk ke dalam *grade* C tidak dalam keadaan busuk ataupun lembek. Dengan demikian, mangga kualitas *grade* C hanya berlaku untuk dijual ke industri pengolahan atau pedagang pengecer yang akan menjual lagi ke sekitar penduduk di Kecamatan Sedong.

Mayoritas petani mangga yang menjual kepada pedagang besar tidak melakukan *grading* karena pasokan mangga yang diberikan cukup besar. Selain itu, pedagang besar akan menjual kembali mangga tersebut kepada pasar tradisional maupun ritel modern, di mana akan dilakukan kegiatan sortasi kembali, terutama oleh pihak ritel modern. Dengan demikian, pedagang besar banyak yang memberikan harga yang sama pada ukuran mangga apapun, asalkan tidak dalam kondisi busuk dan basah.

6) Sistem Pembayaran Mangga

Sistem pembayaran mangga yang dilakukan oleh *first buyer* kepada petani mangga mayoritas dilakukan secara tunai. Pembayaran tunai umumnya dilakukan

ketika hasil panen mangga telah disortasi oleh pihak *first buyer*. Hal ini juga menjadi alasan utama bagi petani untuk menjalankan kemitraan dengan *first buyer* yang sama dalam jangka waktu panjang. Pembayaran secara tunai memudahkan bagi petani mangga agar mereka dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari ataupun dalam keadaan darurat. Preferensi petani mangga dalam memilih sistem pembayaran secara tunai yang sejalan dengan pernyataan Ramadhani dan Rasmikayati (2017) bahwa petani lebih merasa dirugikan jika pembayaran yang dilakukan non tunai karena petani memerlukan modal pemeliharaan pada musim mangga berikutnya.

Terdapat juga sebagian petani mangga yang bersedia untuk dibayar dengan cara jatuh tempo, yaitu petani yang menjual hasil panen mangganya kepada pedagang besar dan ritel modern. Tempo pembayaran antara tiga hari hingga satu minggu dari jangka waktu memasok barang kepada pihak *first buyer* dinilai wajar bagi para petani. Mereka memaklumi karena pasokan barang kepada pedagang besar dan ritel memang cukup besar dibandingkan kepada *first buyer* lainnya, sehingga nominal hasil penjualan yang diperoleh sangatlah besar.

Sistem pembayaran secara tunai dan jatuh tempo juga berlaku bagi petani mangga di Kecamatan Sedong dan pihak *first buyer*, yaitu tergantung kondisi yang terjadi selama musim panen mangga berlangsung. Jika pihak *first buyer* tidak mampu membayar kepada petani secara tunai, umumnya pembayaran ditunda selama tiga hari dan petani mangga memaklumi keadaan tersebut. Hal ini dikarenakan mereka sudah menjalin kemitraan dalam waktu yang cukup lama, sehingga tingkat kepercayaan petani terhadap pihak *first buyer* pun semakin tinggi. Selain itu, pembayaran biasanya dilakukan ketika petani memasok mangga

pada jadwal berikutnya dengan bukti pembayaran berupa nota.

7) Penentuan Harga Jual Mangga

Penentuan harga mangga dalam melakukan transaksi jual beli antara petani mangga dengan *first buyer* mayoritas ditentukan oleh pihak *first buyer*. Hal ini sejalan dengan pernyataan Supriatna (2010) bahwa petani masih memiliki posisi yang lemah di pasar dalam menentukan harga jual mangga. Penyebab petani yang tidak mampu bernegosiasi dengan pihak *first buyer* adalah kurangnya informasi terkait harga pasar, sehingga keadaan tersebut yang membuat pihak *first buyer* menentukan harga secara sepihak.

Akan tetapi, terdapat juga petani yang memiliki kemampuan untuk dapat menentukan harga secara sepihak. Hal ini didasari dari ketergantungan *first buyer* kepada para petani mangga dikarenakan kurangnya pasokan atau memang kualitas yang ditawarkan oleh petani mangga tersebut dinilai baik bagi mereka.

Di sisi lain, penentuan harga jual dengan keputusan bersama didahului dengan menyatakan harga dasar yang diinginkan dari kedua belah pihak. Petani mengajukan harga dasar terlebih dahulu, kemudian *first buyer* juga mengajukan dan kedua pihak saling bernegosiasi untuk menentukan nilai tengah harga jual mangga. Penentuan harga jual mangga dengan cara keputusan bersama biasanya berlaku bagi petani yang telah memiliki hubungan lama dengan pihak *first buyer*.

8) Pengetahuan Petani terhadap Informasi Harga Mangga pada Tingkat *First Buyer*

Rata-rata petani mangga di Kecamatan Sedong tidak mengetahui harga jual yang berlaku pada *tingkat first buyer* yang dipilihnya, baik pada tingkat tengkulak/ pedagang pengumpul, pedagang besar, pasar tradisional, ritel modern, eksportir, dan lainnya.

Ketidaktahuan petani mangga terhadap harga jual pada tingkat *first buyer* tidak mempengaruhi mereka dalam menjual hasil panen mangganya. Baik *pihak first buyer* mengambil untung yang cukup besar ataupun tidak, petani merasa tidak dirugikan karena hal tersebut merupakan hak bagi mereka dalam melakukan penjualan mangga.

Keadaan tersebut dilandasi oleh hubungan petani mangga dengan pihak *first buyer* yang mayoritas adalah langganan atau teman dekat. Sesuai dengan penelitian Pasaribu (2015), petani mangga hanya berharap harga yang berlaku pada tingkat petani tidak anjlok ketika musim panen raya. Bagi petani mangga yang mengetahui harga jual mangga di tingkat *first buyer*, tengkulak/pedagang pengumpul biasanya menjual dengan mengambil keuntungan sebesar Rp1.000-2.000/kg. Sementara di tingkat pedagang besar, keuntungan yang diambil dapat mencapai dua kali lipat.

Pada tingkat ritel, keuntungan yang diambil oleh pihak pasar tradisional hanya sebesar Rp250-1.500/kg. Hal ini dikarenakan petani mangga yang menjual ke pasar tradisional kuantitasnya tidak terlalu besar dan kualitasnya pun tidak terlalu baik, sehingga mangga yang dijual di pasar tradisional tidak memiliki nilai jual yang terlalu tinggi. Berbeda di tingkat ritel modern, keuntungan yang diambil adalah Rp3.000/kg, tetapi ketika *off season* harga jualnya dapat mencapai lebih besar dua kali lipat.

9) Pengetahuan Petani terhadap Informasi Harga Mangga pada Tingkat Konsumen Akhir

Sebanyak 92% dari petani responden tidak mengetahui harga jual mangga yang berlaku pada tingkat konsumen akhir. Mereka merasa bahwa tidak perlu untuk mengetahui harga tersebut dikarenakan telah memaklumi

gap harga yang berlaku dari tingkat *first buyer* hingga sampai ke konsumen akhir.

Sumber informasi terkait harga jual mangga pada tingkat konsumen akhir adalah melalui survey langsung ke pasar maupun mengetahui dari istrinya yang sering membeli buah-buahan di pasar. Menurut Isak (50) yang pernah menjual hasil panen mangganya ke ritel modern, ternyata *gap* harganya tidak terlalu besar, yaitu hanya sebesar Rp3.000. Begitu juga menurut Karma (75) bahwa harga mangga yang berada di pasar tradisional hanya selisih sebesar Rp2.000 dari harga jual mangganya kepada pihak *first buyer*. Sementara menurut Haerudin (58), harga jual mangga di tingkat konsumen akhir ketika *off season* dapat mencapai dua kali lipat lebih mahal karena kurangnya pasokan yang terdapat di pasar.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Petani mangga di Kecamatan Sedong saat ini menjual hasil panennya kepada 1-3 tujuan *first buyer* dengan variasi yang berbeda-beda. Sebanyak 72% petani mangga menjual kepada tengkulak / pedagang pengumpul, 10% kepada tengkulak / pedagang pengumpul dan pedagang besar, 6% kepada tengkulak / pedagang pengumpul dan pasar tradisional, 4% kepada pedagang besar dan pedagang tradisional, 4% kepada pedagang besar, 2% kepada petani yang pedagang besar, eksportir, dan pedagang pengecer, serta 2% kepada tengkulak / pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pasar tradisional. Terdapat 4% petani mangga yang pernah menjual kepada ritel modern, tetapi telah berhenti melakukan

kemitraan dikarenakan para petani tidak mampu memenuhi persyaratan kualitas yang ditetapkan oleh pihak ritel modern.

2. Mayoritas petani mangga di Kecamatan Sedong menjual hasil panen kepada *first buyer* dilandasi dengan hubungan kebiasaan dengan lama bermitra selama 16-20 tahun. Tempat bertemu petani mangga dan *first buyer* umumnya adalah di pasar dan frekuensi penjualan setiap 1-3 kali/minggu. Hasil panen yang dijual adalah *grade* A/B dengan sistem pembayaran umumnya secara tunai. Penentuan harga jual mangga sebagian besar ditentukan oleh *first buyer*. Petani mangga di Kecamatan Sedong mayoritas tidak mengetahui informasi harga mangga pada tingkat *first buyer* maupun konsumen akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Deliana, Y. 2011. Analysis of Consumer Behavior on the Selection of Apple, Citrus, Imported and Local Mango, in the Bandung City, West Java. *Journal Lucrari Stiintifice. Seria Agronomie*. 54 (2), 32-37.
- Deliana, Y., Fatimah, S., Charina, A. 2014. Persepsi dan Perilaku Produsen dan Konsumen terhadap Label Asal Daerah pada Mangga Gedong Gincu. *Jurnal Sosiohumaniora*. Vol. 16(1). Hlm. 70-76.
- Kik. 2011. Sukses Menduniakan Mangga Gedong Gincu. *Media Cetak Republik*. <http://mirror.unpad.ac.id/koran/republika>. Diakses tanggal 6 Januari 2017.

- Muthini,D.N., Nyikal,R.A., Otieno,D.J. 2017. Determinants of Small-Scale Mango Farmers Market Channel Choices in Kenya: An application of The Two-Step Craggs Estimation Procedure. *Journal of Development and Agricultural Economics*. Vol.9(5). Pp. 111-120.
- Natassia, R. dan Utami, H.Y. 2016. Pengaruh Harga Pinang terhadap Volume Ekspor Pinang. *Jurnal Economica*. Vol.5(1). Hlm. 6-12.
- Natawidjaja, R.S, 2012. Understanding How Informality Works in Reality: The Case of Horticulture Sector in Indonesia. Paper presented at Meeting Small- Scale Farmers in Their Markets: Understanding and Improving the Institutions and Governance of Informal Agrifood Tradeheld in Amsterdam November 29-30, 2012.
- Pasaribu, J.M. 2015. Pemanfaatan Informasi Teknologi oleh Petani Mangga. Tesis. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Ramadhani, W. dan Rasmikayati E. 2017. Pemilihan Pasar Petani Mangga serta Dinamika Agribisnisnya di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol.3(2). Hlm.185-202.
- Rasmikayati,E.,Sulistyowati,L.,Saefudin, B.R. 2017. Risiko Produksi dan Pemasaran terhadap Pendapatan Petani Mangga: Kelompok Mana yang Paling Berisiko. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Vol.3(2). Hlm.105-116.
- Rasmikayati, E.,Wibawa,G., Andriani,R., Fatimah,S., Saefudin,B.R. 2018. Kajian Potensi dan Kendala dalam Proses Usahatani dan Pemasaran Mangga di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol.20 (3). Hlm.215-221.
- Subdirektorat Statistik Hortikultura. 2015. Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayuran Tahunan Indonesia. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Supriatna, A. 2010. Analisis Pemasaran Mangga “Gedong Gincu” (Studi Kasus di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat). *Jurnal Agrin*. Vol.14(2). Hlm.98-113.