

KINERJA USAHATANI KOMODITAS WORTEL (*Daucus carrota* L) (Studi kasus di Kabupaten Cianjur, Propinsi Jawa Barat)

Ade Supriatna

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian
Jl. Tentara Pelajar No.10. Bogor (16144), Jawa Barat

ABSTRACT

The Performance of Carrot (*Daucus carrota* L) Farming (a case study in Cianjur Regency, West Java Province). Approaching the era of globalization, the government is demanded to improve the performance of vegetable farming to be more competitive in both domestic and international markets. This study was conducted in 2005 in West Java. The objectives of the study were: (a) to identify the characteristics of carrot farmers, (b) to identify cultivation practices, (c) to analyze the economic feasibility of carrot farm, and (d) to describe the marketing channels, margin and price share received by farmers. The results show that the farmer's characteristics were sufficiently good in the aspects of age, education and participation in trainings, but some aspects were still weak such as small farm size (0.44 ha/farmer) and 22.2 % of farmers of hired status. Vegetable farm required a cost of Rp.28.8 million, a gross income of Rp.53.4 million and a net income of Rp.25.4 million/ha/year. It was suitable economically with B/C ratio of 1.89. The main problem in the production was selling price uncertainty, so that the farmers were unsure to implement the recommended technologies, especially the application of fertilizers. There were three channels in marketing carrots from farmers to consumers, i.e. (1) farmer, collector trader, whole trader, central market, traditional market, consumer; (2) farmer, collector trader, Sub terminal agribusiness (STA), central market, traditional market, consumer and (3) farmer, collector trader, supplier, super market, consumer. The farmers sold the carrot product through the first channel (76.6%), the second channel (13.3%) and the third channel (10.1%). The first and the second channels gave farmer's share of 49.3%, marketing cost of Rp.172 and a marketing profit of Rp.370/kg. While the third channel gave farmer's share of 20.9%, marketing cost of Rp.300 and marketing profit of Rp.553/kg. The central market was the referee market, the price offered by the central market would be used as the standard to determine the purchasing price by the preceding market institutions until the farmers. Up till now, the selling prices of vegetables are very fluctuated and unpredictable causing the farmers to be doubtful to implement the technologies advised by the government to maintain the balance of supply and demand in the central market so the farmers can obtain selling price certainty.

Key words: carrot, farm performance, West Java.

ABSTRAK

Dalam menyongsong era globalisasi, pemerintah dituntut meningkatkan kinerja usahatani sayuran agar lebih kompetitif baik di tingkat pasar domestik maupun pasar internasional. Penelitian ini dilaksanakan tahun 2005 di Propinsi Jawa Barat. Tujuan penelitian adalah; (a) mengidentifikasi karakteristik petani, (b) praktek budidaya, (c) menganalisis kelayakan ekonomi usahatani dan (c) menggambarkan saluran pemasaran, margin dan bagian harga yang diterima petani. Hasil menunjukkan bahwa karakteristik petani cukup baik dalam aspek umur, pendidikan dan keikutsertaan pelatihan tetapi beberapa aspek masih lemah yaitu rata-rata penguasaan lahan masih rendah (0,44 ha/petani) dan masih ditemukan petani berstatus sewa sebanyak 22,2%. Usahatani sayuran membutuhkan biaya Rp.28,8 juta, penerimaan kotor Rp.53,4 juta dan penerimaan bersih 25,4 juta /ha/tahun. Usahatani sayuran termasuk layak secara ekonomi dengan nilai B/C 1,89. Masalah utama dalam produksi adalah ketidakpastian harga jual sayuran sehingga petani masih ragu untuk menerapkan budidaya sesuai rekomendasi,

terutama penggunaan pupuk. Ditemukan tiga saluran pemasaran wortel dari petani sampai ke konsumen, yaitu; (1) petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pasar induk, pasar tradisional, konsumen; (2) petani, pedagang pengumpul, Sub terminal agribisnis (STA), pasar induk, pasar tradisional, konsumen dan (3). Petani, pedagang pengumpul, suplayer, super market, konsumen. Petani menjual wortel melalui saluran pertama (76,6%), saluran kedua (13,3%) dan saluran ketiga (10,1%). Farmer's share saluran pertama dan kedua adalah 49,3%, biaya pemasaran Rp.172,- dan keuntungan pemasaran Rp.370,-/kg. Sedangkan farmer's share saluran ketiga adalah 20,9%, biaya pemasaran Rp.300,- dan keuntungan pemasaran Rp.553,-/kg. Pasar induk merupakan pasar acuan (*referee market*), harga beli wortel yang ditetapkan pasar tersebut dijadikan acuan untuk menetapkan harga beli oleh pelaku pasar sebelumnya sampai di tingkat petani. Selama ini, harga jual sayuran sangat fluktuatif dan sulit diperkirakan menyebabkan petani ragu-ragu untuk menerapkan teknologi sesuai anjuran Pemerintah harus mengatur keseimbangan suplai dan demand produk sayuran di pasar induk agar supaya petani memperoleh kepastian harga jual.

Kata kunci: wortel, kinerja usahatani, Jawa Barat.

PENDAHULUAN

Wortel (*Daucus carrota* L) merupakan komoditas sayuran unggulan nasional, sumber vitamin, sumber lapangan kerja serta pendapatan petani terutama masyarakat pedesaan. Propinsi Jawa Barat merupakan salah satu sentra produksi sayuran Indonesia termasuk wortel. Tahun 2003, wortel di Jawa Barat mencapai luas 8.342 ha dengan produksi 182.683 t atau memberikan kontribusi sebanyak 51,34% terhadap produksi wortel nasional. Selama sepuluh tahun (1993-2003), wortel di Jawa Barat mencapai laju pertumbuhan luas panen 6,9%, produksi 7,9% dan produktivitas 1,2% (BPS, 2004).

Usahatani wortel di Kabupaten Cianjur sangat tergantung pada harga jual pada waktu panen. Harga jual wortel sangat fluktuatif setiap minggu, pada waktu harga jual tinggi petani akan memperoleh keuntungan tinggi dan sebaliknya pada waktu harga rendah mereka bisa merugi (Susanti, 2000). Karakteristik pasar cenderung pada bentuk pasar bersaing tidak sempurna dan penentu harga dipegang oleh pelaku pasar yang lebih tinggi sedangkan petani masih sebagai penerima harga (*price taker*) (Kaban, 2004).

Sedangkan Irawan dan Beni (2005) menyatakan bahwa pemasaran komoditas hortikultura di wilayah DKI Jakarta belum

mengarah kepada bentuk pasar yang efisien, mengingat pasar yang terbentuk belum mengarah pada pasar bersaing sempurna.

Untuk membangun sistem agribisnis yang efisien, berdaya saing tinggi dan mampu meningkatkan pendapatan petani diperlukan studi analisis usahatani wortel terutama dari aspek sub-sistem usahatani (*on-farm*) dan sub-sistem pemasaran (*marketing*). Secara rinci tujuan penelitian adalah untuk: (i) mengidentifikasi karakteristik petani wortel, (ii) menggambarkan keragaan praktek budidaya, (iii) menganalisis kelayakan finansial usahatani, dan (iv) mempelajari saluran pemasaran, margin dan bagian harga yang diterima petani. Hasil penelitian merupakan bahan masukan dalam upaya perbaikan sistem produksi komoditas wortel dan komoditas sayuran pada umumnya agar lebih efisien, berkualitas sehingga mempunyai daya saing tinggi baik di pasar lokal maupun internasional.

METODOLOGI

Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan tahun 2005 di Propinsi Jawa Barat dan terpilih Kabupaten Cianjur sebagai salah satu sentra produksi wortel. Lokasi studi dilaksanakan di dua desa, yaitu Desa Sindangjaya dan Desa Sukatani termasuk wilayah Kecamatan Pacet yang

memiliki beberapa keunggulan komparatif dibandingkan dengan kawasan lainnya, yaitu (a) merupakan sentra produksi sayuran Kabupaten Cianjur, (b) lokasi strategis karena dilalui jalan raya negara menghubungkan Ibu Kota Propinsi Jawa Barat dengan Ibu Kota Negara dan (c) sebagai daerah pusat kegiatan pariwisata yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode survei. Data primer dikumpulkan dari 30 petani wortel dan beberapa pelaku pemasaran dengan pendekatan *snow ball sampling* dimana petani sebagai titik awal (*starting point*), selanjutnya pelaku-pelaku pasar ditetapkan berdasarkan aliran pemasaran produk dari petani sampai konsumen. Diperoleh 15 pedagang pengumpul, 5 pedagang besar, 3 pedagang sub-terminal agribisnis (STA), 2 suplayer, 2 supermarket, 3 pedagang pasar induk dan 3 pedagang pasar tradisional. Data sekunder dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan hortikultura juga dari Lembaga-Lembaga Penelitian.

Alat Analisis

Sesuai dengan tujuan penelitian, digunakan beberapa alat analisis data sebagai berikut:

1. Karakteristik petani dan keragaan praktek budidaya digambarkan secara deskriptif berdasarkan analisis data tabulasi, dengan satuan persentase dan nilai rata-rata menurut Dayan (1989).

$$r = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_i$$

dimana:

r = Nilai rata-rata

n = Jumlah contoh

X_i = Nilai parameter contoh ke i

2. Pendapatan dan kelayakan finansial usahatani menggunakan indikator pendapatan dan nisbah penerimaan terhadap biaya (*return cost ratio*) menurut Husni (2004)

a. Pendapatan usahatani

$$= Y.Py - \sum_{i=1}^n Xi.Pxi - BL$$

dimana:

= Pendapatan bersih usahatani kopi (Rp/ha/tahun)

Y = Total produksi kopi (kg/ha/tahun)

Py = Harga jual kopi (Rp/kg)

Xi = Tingkat penggunaan input usahatani ke- i (Rp/ha/tahun)

Pxi = Harga input usahatani ke- i (Rp/kg)

BL = Biaya lainnya (Rp/ha/tahun)

b. Kelayakan finansial usahatani

$$R/C = \frac{NPT}{BT} \times 100 \%$$

dimana:

R/C = Nisbah penerimaan dan biaya (%)

NPT = Nilai produksi total (Rp)

BT = Nilai biaya total (Rp)

3. Margin pemasaran dan bagian harga yang diterima petani menurut Limbang dan Sitorus, (1985)

a. Margin pemasaran (*marketing margin*)

$$Mm = Pe - Pf$$

dimana:

Mm = Margin pemasaran

Pe = Harga produk di tingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

Pf = Harga produk ditingkat petani (Rp/kg)

b. Bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*).

Pf

$$Fs = \frac{\text{-----}}{Pe} \times 100 \%$$

Pe

dimana:

Fs = Harga yang diterima petani (%)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

Pe = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Wortel

Karakteristik petani, sebagai pelaku atau manager usahatani, sangat menentukan keberhasilan usaha yang dikelolanya, meliputi terutama aspek umur, pendidikan, luas dan status penguasaan lahan serta keikutsertaan dalam kegiatan penyuluhan/pelatihan terkait usahatani sayuran.

Karakteristik petani pada umumnya cukup baik, yaitu 87% berada pada usia produktif (15-55 tahun), 96% sudah berpendidikan mulai dari Sekolah Dasar (SD) sampai Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) dan 80% sudah pernah mengikuti pelatihan/training di bidang budidaya dan pengolahan hasil. Namun demikian masih ditemukan beberapa kelemahan yaitu luas lahan garapan tergolong sempit (0,44 ha/petani) dan ditemukan petani masih berstatus penguasaan lahan bukan milik (sewa, gadai dan sakap) sebanyak dua 20% (Tabel 1).

Kegiatan pelatihan cukup baik berkaitan dengan sudah masuknya berbagai program pembangunan seperti program agribisnis sayuran, ketahanan pangan dan program

agropolitan berbasis sayuran (Diperta Kabupaten Cianjur, 2004). Penguasaan lahan yang sempit ditambah status penguasaan bukan milik memperlemah petani dalam kemampuan membangun modal (*capital building*), sehingga mereka pada akhirnya sering terjerumus hutang kepada pelepas uang (*money lenders*). Selama ini, untuk mencukupi kebutuhan modal usahatani dan kebutuhan hidup menunggu panen, mereka meminjam kepada tengkulak, kios saprota dan lainnya.

Tabel 1. Karakteristik Petani Wortel di Desa Sindang Jaya dan Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. 2005.

Karakteristik Petani	Persentase (%)
Umur Kepala Keluarga (%)	
- <15 tahun	-
- 15 s/d 55 tahun	86,7
- >56 tahun	13,3
Tingkat pendidikan (%)	
- Buta huruf	3,3
- SD	60,0
- SLTP	20,0
- SLTA	16,7
Jumlah anggota keluarga (orang/rumah tangga)	4,0
Anggota keluarga ikut bantu usahatani (%)	66,6
Luas lahan usahatani (ha/petani)	0,44
Status penguasaan lahan (%)	
- Status Milik	77,8
- Status Sewa	11,1
- Status Gadai	5,6
- Status Sakap	5,5
Keikutsertaan dalam latihan (%)	
- Budidaya sayuran ¹⁾	66,7
- Pengolahan hasil ²⁾	13,3
- Belum pernah	20,0

¹⁾ Meliputi aspek budidaya, panen/pasca panen dan pemasaran

²⁾ Industri rumah tangga (*home industry*)

Anggota keluarga dapat membantu usahatani, selain teman berdiskusi untuk mengambil keputusan usahatani juga sebagai

pastian harga jual. Kerugian satu jenis sayuran akan dapat ditutupi oleh keuntungan sayuran lainnya yang mempunyai harga tinggi.

Untuk menganalisis khusus usahatani wortel sangat sulit maka keragaan budidaya dan masukan usahatani diuraikan untuk semua komoditas sayuran yang diusahakan dalam satu

kg pupuk kandang ayam/ha/tahun. Ketidakpastian harga jual sayuran menyebabkan petani ragu-ragu merapkan dosis pupuk sesuai rekomendasi. Mereka bersedia mengintensifkan pemupukan apabila sudah ada kepastian harga jual sayuran

Yang menarik dari aspek budidaya,

Tabel 3. Masukan Tenaga Kerja Menurut Kegiatan Usahatani di Desa Sindang Jaya dan Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. 2005.

No	Jenis kegiatan	Tenaga kerja (HOK/ha/tahun) ¹⁾			Persentase (%)
		Pria	Wanita	Total	
1	Pengolahan tanah	426	-	426	34,5
2	Persemaian dan tanam	27	4	31	2,5
3	Penyiangan/dangir/pemupukan	30	242	272	22,1
4	Pengendalian HPT ²⁾	26	-	26	2,1
5	Pengairan	34	-	34	2,8
6	Panen/pasca panen ³⁾	223	200	423	34,3
7	Lainnya ⁴⁾	20	1	21	1,7
Jumlah:		786	447	1.233	100

¹⁾ HOK = Hari Orang Kerja (4 jam/hari)

²⁾ HPT = Hama Penyakit Tanaman.

³⁾ Dikonversi kedalam nilai upah harian (Rp.10.000,-/HOK).

⁴⁾ Pemasangan plastik, ajir dan tali

tahun. Kegiatan budidaya mencakup persiapan lahan (pengolahan tanah dan bedengan), penanaman, penyiangan, pemupukan, pengendalian hama penyakit tanaman (HPT), panen dan pasca panen dan pemasaran hasil. Pengairan sayuran hanya dilakukan pada Musim Kemarau (MK), waktu kekurangan air melalui irigasi pedesaan.

Rata-rata kebutuhan tenaga kerja untuk usahatani sayuran mencapai 1.232 HOK/ha/tahun, paling banyak dialokasikan untuk kegiatan pengolahan tanah 426 HOK (34,5%), tenaga panen 423 HOK (34,3%), penyiangan, dangir dan pemupukan 272 HOK (22,1%) dan sisanya 112 HOK (9,1%) digunakan untuk kegiatan tanam, pengendalian HPT, pengairan dan lainnya (Tabel 3).

Jumlah dan jenis pupuk yang digunakan petani terdiri atas 651 kg Urea, 230 kg SP-36, 211 kg KCL, 135 kg NPK, 117 kg ZA dan 4780

adalah diterapkannya pupuk bokhasi (kotoran ayam yang difermentasi secara khusus) oleh 36,7% petani dengan takaran 300 kg/ha/tahun serta penggunaan pestisida nabati (*bio-pesticides*) oleh 100% petani dengan takaran 80,0 liter/ha/tahun sebagai salah satu upaya untuk menghasilkan produk sayuran yang ramah lingkungan (Tabel 4).

Mayoritas petani (63,3%) belum mengaplikasikan pupuk bokhasi dengan alasan kesulitan pembuatan, terutama petani yang sibuk sehingga mereka lebih menyukai penggunaan langsung bentuk pupuk kandang. Petani membuat sendiri pestisida nabati yang bahan bakunya mudah didapatkan di lokasi seperti betarawali, daun nimba, bakung dan tembakau. Pestisida nabati digunakan petani untuk mengusir HPT, mengurangi nafsu makan hama tanaman yang selanjutnya diharapkan diikuti dengan kematian. (Daras dan R.Zaubin, 2002

dalam Ade Supriatna, 2005). Selanjutnya, apabila di kebun masih ditemukan gangguan HPT, petani akan mengendalikannya dengan pestisida kimia.

Tabel 4. Masukan Sarana Produksi Pupuk dan Pestisida di Desa Sindang Jaya dan Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. 2005.

Jenis pupuk	Takaran (Satuan/ha/ tahun)	Persen- tase ¹⁾ (%)
Aplikasi pupuk (kg)		
Aplikasi Pestisida		
- ZA	117	33,3
- Urea	651	86,7
- SP-36	230	63,3
- Pupuk Kandang ayam	4.780	73,3
- Pestisida padat (Kg)	18,7	100
- Pestisida Nabati ²⁾	80,0	63,3
- Pestisida cair (Lt)	15,5	100
- NPK	135	43,3
- KCL	211	53,3
- Gandasil A/B	0,02	6,7
- Bokhasi	300	36,7

¹⁾ Persentase petani yang mengaplikasikan

²⁾ Bentuk terlarut dalam air (siap semprot)

Sesuai dengan prinsip PHT, bahwa penggunaan pestisida kimia tidak dilarang tetapi digunakan apabila sudah diusahakan tindakan pencegahan (penanaman tanaman sehat), cara biologis, fisik dan mekanis tetapi belum memberikan hasil optimal (Oka, 1995). Penggunaan pestisida kimia dilaksanakan secara bijaksana, yaitu pemilihan jenis pestisida yang sesuai dengan jenis hamanya, pestisida mudah terurai, berspetrum sempit dengan konsentrasi yang tidak berlebihan.

Dalam perjalanannya, penggunaan pupuk kandang bokhasi dan pestisida nabati (Pesnab) semakin sulit berkembang karena selama ini pembeli tidak membedakan harga beli antara produk sayuran ramah lingkungan dengan produk sayuran biasa.

Input produksi usahatani sayuran terdiri atas bibit tanaman, pupuk kimia, pupuk daun, pupuk kandang dan obat-obatan seperti *Furadan*, *Curacron*, *Dethine 45*, *Antracol*, *Elsan*, dll. Untuk kebutuhan bibit sayuran yang bisa dibibitkan sendiri seperti wortel mayoritas petani (83,3%) menggunakan bibit sendiri, sedangkan untuk jenis-jenis sayuran yang tidak bisa dibibitkan (asal impor) petani memperoleh dengan cara membeli di kios. Pupuk kimia diperoleh dengan cara membeli cash (83,3%) sisanya dengan cara meminjam dibayar panen (*yarnen*) (Tabel 5).

Beberapa petani melakukan pinjaman pupuk dan pestisida kepada pihak pedagang, atau kios yang akan dibayar pada waktu panen (*yarnen*). Ikatan pinjaman ini akan merugikan petani karena meskipun tanpa dikenakan bunga, tetapi petani ada keharusan (secara tidak langsung) untuk menjual hasil panennya ke pedagang tersebut. Petani dibatasi untuk memilih pembeli yang lebih menguntungkan, terutama dari jarak kebun ke lokasi pembeli karena semakin jauh jarak akan semakin besar upah angkut yang akan ditanggung oleh petani.

Diperlukan upaya untuk meningkatkan aksesibilitas petani terhadap lembaga permodalan sehingga petani tidak terjerumus kepihak pelepas uang. Lembaga-lembaga pemberi pinjaman kredit produksi kepada para petani dapat merupakan suatu faktor pelancar yang penting bagi pembangunan pertanian (Mosher, 1965).

Analisis Kelayakan Usahatani Wortel

Petani sangat lemah dalam menentukan harga jual sayuran, mereka hanya menerima harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul. Sesuai pendapat Adang *et al.* (2005) bahwa petani sayuran sering berada pada posisi yang lemah dalam menentukan harga, tingkah laku pasar atau lembaga pembeli menentukan harga secara searah. Pedagang merasa lebih berhak menjadi penilai suatu barang

dibandingkan petani produsen dan senjata pedagang adalah informasi pasar.

Pembentukan Sub Terminal Agribisnis (STA) yang diharapkan dapat memperkecil masalah pemasaran belum menunjukkan hasil sesuai harapan dan baru berperan sebagaimana

memberikan penerimaan sebanyak Rp.1,89. (Tabel 6). Tinggi rendahnya pendapatan atau kelayakan usahatani sayuran sangat tergantung pada tingkat harga jual pada waktu panen.

Harga wortel di tingkat petani berfluktuasi antara Rp.350,- sampai Rp.1.000,-

Tabel 5. Persentase Petani Wortel menurut Sumber dan Cara Perolehan Input Produksi di Desa Sindang Jaya dan Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. 2005.

No	Uraian	Bibit	Pupuk kimia	Pupuk Kandang	Pestisida
1	Sumber perolehan				
	- Milik sendiri	83,3	-	-	-
	- Beli/cash	16,7	83,3	100	83,3
	- Pinjam ¹⁾	-	16,7	-	16,7
2	Tempat pembelian				
	- Kios desa	30,0	30,0	100	23,3
	- Kios kecamatan	70,0	70,0	-	76,7
3	Cara pembayaran				
	- Tunai	100	83,3	100	86,7
	- Lainnya ¹⁾	-	16,7	-	13,3
4	Tempat penyerahan				
	- Tempat penjual	100	100	-	100
	- Kebun petani ²⁾	-	-	100	-

¹⁾ Dibayar panen (*Yarnen*)

²⁾ Lokasi kebun atau jalan terdekat yang dilalui kendaraan roda empat

pedagang besar. Mereka belum bisa menciptakan pasar baru atau menembus ke pasar ekspor sehingga harga beli yang diberikan ke petani masih mengacu kepada harga yang ditetapkan oleh pasar induk.

Analisis kelayakan usahatani dilakukan untuk seluruh komoditas yang diusahakan petani selama satu tahun karena kesulitan memisahkan khusus komoditas wortel. Usahatani sayuran membutuhkan biaya Rp.28,874 juta/ha/tahun, paling banyak dialokasikan untuk ongkos upah tenaga kerja (43,1%), pengadaan bibit (35,9%), pupuk (13,4%), obat-obatan (4,9%) dan biaya lainnya (2,7%). Penerimaan kotor usahatani Rp.53,360 juta dan pendapatan bersih sebanyak Rp.25,486 juta/ha/tahun. Nilai R/C 1,89 artinya usahatani sayuran termasuk layak secara ekonomi, setiap masukan Rp.1,- akan

/kg, padahal harga jual ekonomisnya Rp.600,-/kg (Diperta Kabupaten Cianjur, 2004). Pada waktu penelitian rata-rata harga jual wortel di tingkat petani sedang jatuh, yaitu Rp.360,-/kg namun demikian secara keseluruhan usahatani masih menguntungkan, layak secara ekonomi karena dibantu oleh harga jual sayuran lainnya yang relatif tinggi.

Pihak pengambil kebijakan dituntut untuk menghasilkan kebijakan yang mengarah kepada pengaturan produksi sayuran pada setiap wilayah sentra produksi, baik mengenai jenis, jumlah maupun waktu produksi sehingga di pasar induk tidak terjadi kelebihan produksi (*over production*) maupun kekurangan produksi (*under production*). Melalui pengaturan keseimbangan penawaran dan permintaan

tersebut diharapkan harga jual sayuran di tingkat petani akan lebih stabil dan menguntungkan.

Tabel 6. Analisis Finansial Usahatani Sayuran (Rp/ha/tahun) di Desa Sindang Jaya dan Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. 2005.

Masukan/Pengeluaran	Nilai (Rp)	Persentase ¹⁾ (%)
Masukan usahatani		
1. Bibit/benih	10.258.890	35,9
2. Pupuk		
- Urea	814.160	2,8
- SP-36	380.590	1,3
- KCL	320.980	1,1
- NPK	423.040	1,5
- ZA	147.300	0,5
- Pupuk kandang	1.332.170	4,7
- Lainnya ²⁾	436.150	1,5
Total (2)	3.854.390	13,4
3. Pestisida		
- Kimia (an organik)	1.368.350	4,8
- Pestisida nabati	34.200	0,1
Total (3)	1.402.550	4,9
4. Tenaga Kerja		
- Pengolahan tanah	4.259.000	14,9
- Persemaian/tanam	310.000	1,1
- Penyiangan	2.722.000	9,5
- Pengendalian HPT	256.000	0,9
- Pengairan	339.000	1,2
- Panen	4.228.000	0,7
- Lainnya ³⁾	207.000	14,8
Total (4)	12.321.000	43,1
5. Biaya lainnya ⁴⁾	767.620	2,7
Total biaya (1+2+3+4+5):	28.604.450	100,0
Produksi kotor	53.360.020	-
Pendapatan bersih	24.755.570	-
R/C Ratio	1,89	-

1) Persentase terhadap total biaya

2) Pupuk bokhasi dan gandasil A/B

3) Tenaga memasang plastik, ajir dan tali

4) Pajak dan nilai penyusutan alat dan bahan

Informasi harga sayuran melalui siaran radio sudah ada dan dimanfaatkan oleh tetapi kurang optimal dalam menstabilkan harga jual sayuran karena siaran hanya berperan

menyampaikan informasi perubahan harga yang terjadi di suatu tempat tetapi kurang menyentuh upaya ke arah stabilitas harga. Harga sayuran bisa berubah-ubah dalam waktu jam.

Saluran Pemasaran, Margin dan Bagian Harga yang Diterima Petani

Di tingkat petani, banyak ditemukan pelaku pasar, yaitu sekitar 90 pedagang pengumpul, 30 pedagang besar, 2 suplayer, dan 1 Sub Terminal Agribisnis (STA). Pedagang pengumpul merupakan kaki tangan dari pedagang besar, suplayer atau STA dan mereka paling banyak berhubungan dengan petani dalam kegiatan pembelian. Harga jual wortel dibentuk berdasarkan mekanisme pasar dan aksesibilitas fisik petani terhadap pasar output tergolong mudah.

Petani memperoleh informasi harga berasal dari para petani yang sudah melakukan penjualan dan atau dari pedagang. Harga beli sayuran relatif sama antara harga yang ditetapkan oleh pedagang besar, STA maupun yang ditawarkan oleh suplayer. Dengan demikian petani akan memilih pembeli yang lokasinya paling dekat sehingga dapat menekan ongkos angkut ke tempat pembeli.

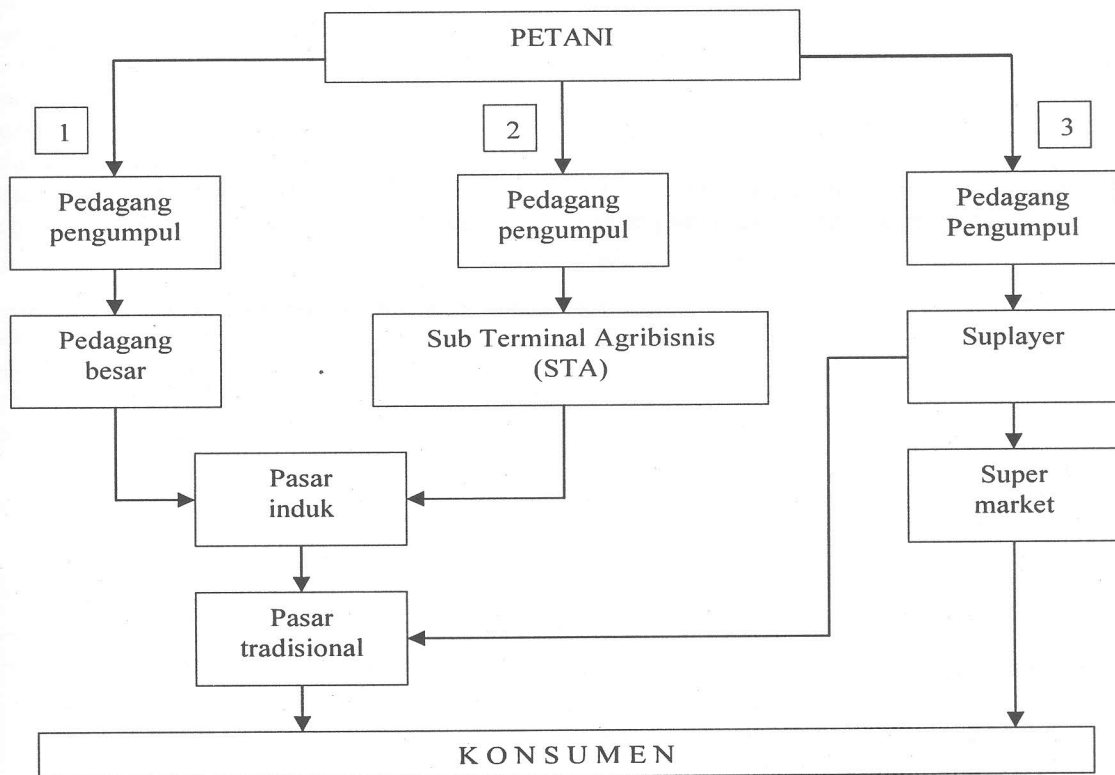
Pada dasarnya ada tiga rantai saluran pemasaran dalam penjualan wortel dari petani sampai konsumen akhir, yaitu saluran 1, 2 dan 3 (Gambar 1).

Sebagian besar petani menjual wortel ke pedagang besar (76,6%), sisanya ke STA (13,3%) dan suplayer (10,1%). Cara penjualan petani untuk ketiga pedagang tersebut relatif sama, yaitu hasil panen dijual dalam bentuk segar, diantar langsung ke tempat pembeli. Cara pembayaran oleh pedagang besar dan STA dilakukan 2-7 hari setelah transaksi (menunggu pembayaran dari pasar induk), sedangkan suplayer melakukan pembayaran secara tunai (30%) dan panjar (70%)

Sistem pembayaran dari suplayer (terutama cara tunai) sangat diinginkan petani tetapi jumlah petani yang dapat menjual ke

suplayer masih terbatas, dikarenakan: (i) suplayer hanya menerima produk dari petani-petani tertentu yang sudah dipercaya, (ii) volume produk wortel yang diterima oleh supermarket masih terbatas (antara 50 - 100kg/hari/

Bandung. Biaya pemasaran pedagang besar mencapai Rp.75,-/kg, terdiri atas upah tenaga kerja pencucian, bongkar muat dan ongkos pengiriman ke pasar induk.



Gambar 1. Tiga Rantai Saluran Pemasaran Komoditas Wortel.

supermarket) dan (iii) untuk menstabilkan kontinuitas produk yang akan dipasarkan, suplayer juga mengusahakan wortel di lahan milik sendiri.

Pedagang pengumpul berperan dalam mencari petani yang akan menjual, pembelian, penimbangan, pengumpulan dan pengangkutan ke lokasi pedagang besar, STA atau suplayer. Total biaya pemasaran pedagang pengumpul adalah Rp.15,-/kg. Di tingkat pedagang besar dan STA, wortel dicuci dan terus langsung dikirim ke pasar induk di Jakarta, Bogor dan

Di pasar induk, wortel disortasi dan menghasilkan kualitas I dan II dengan perbandingan 57 : 43% dan harga jual masing masing Rp.700,- dan Rp.500,-/kg. Biaya pemasaran pedagang pasar induk mencapai Rp.36,- /kg, terdiri atas ongkos bongkar/timbang, sortasi, kantong plastik dan iuran pasar. Biaya pemasaran pedagang pasar tradisional Rp.46,- /kg, terdiri atas ongkos transportasi pembelian, ongkos bongkar, kantong plastik dan iuran pasar.

Berbeda dengan pelaku pasar lainnya, suplayer melakukan penanganan hasil lebih intensif untuk menghasilkan kualitas produk sesuai permintaan supermarket, berupa pencucian, sortasi dan pengemasan. Dihasilkan dua jenis produk yaitu wortel grade (sesuai permintaan super market) dan non grade dengan proporsi 15 : 85%, selanjutnya wortel grade dikirim ke super market sedangkan non grade dijual ke pasar tradisional dengan harga masing-masing Rp.1.500,- dan Rp.550,- /kg. Biaya pemasaran suplayer mencapai Rp.185,-/kg terdiri atas upah tenaga sortasi, kantong plastik,

Efisiensi pemasaran antara saluran pertama dan kedua relatif sama, yaitu nilai *farmer's share* 49,3%, total biaya pemasaran Rp.172,-, margin pemasaran Rp.370,- dan keuntungan pemasaran Rp.198,-/kg. Kesamaan ini dikarenakan peranan pedagang STA tidak berbeda dengan peran Pedagang besar, baik dalam cara pembelian, penanganan hasil, maupun cara penjualan ke pasar induk. Saluran pemasaran tiga kurang efisien dibandingkan dengan saluran satu dan dua, mempunyai nilai *farmer's share* 20,9%, total biaya pemasaran Rp.300,-, margin pemasaran Rp.553,- dan

Tabel 7. Analisis Marjin Pemasaran Wortel menurut Saluran Pemasaran di Desa Sindang Jaya dan Sukatani, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. 2005.

Saluran pemasaran	Harga Beli (Rp/kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Keuntungan (Rp/kg)	Marjin Pemasaran (Rp)	Harga Jual (Rp/kg)	Farmer's Share (%)
1. Saluran pertama:						
a. Petani	-	-	-	-	360	49,3
b. Ped.pengumpul	360	15	25	40	400	
c. Ped.besar	400	75	45	120	520	
d. Ped.pasar induk ¹⁾	520	36	59	95	615	
e. Pasar tradisional	615	46	69	115	730	
Total:	-	172	198	370	-	-
2. Saluran kedua:						
a. Petani	-	-	-	-	360	49,3
b. Ped.pengumpul	360	15	25	40	400	
c. STA	400	75	45	120	520	
d. Ped.pasar induk ¹⁾	520	36	59	95	615	
e. Pasar tradisional	615	46	69	115	730	
Total:	-	172	198	370	-	-
3. Saluran ketiga:						
a. Petani	-	-	-	-	360	20,9
b. Ped.pengumpul	348	15	25	40	400	
c. Suplayer ²⁾	400	185	108	293	693	
d. Super market	1.500	100	120	220	1.720	
Total:	-	300	253	553	-	-

¹⁾ Sortasi pasar induk menghasilkan wortel kualitas I (57%) dan II (43%)

²⁾ Penanganan hasil suplayer menghasilkan wortel grade (15%) dan non grade (85%)

ongkos muat dan pengiriman ke super market. Di super market, wortel yang kiriman suplayer tidak disortasi lagi tapi langsung ditempatkan di tempat penjualan yang sudah tersedia.

keuntungan pemasaran Rp.253,- /kg (Tabel 7).

Keberadaan super market belum berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan petani, karena wortel petani dibeli oleh suplayer

dengan harga yang sama dengan pembeli-pembeli lainnya. Selama ini, keberadaan super market baru bisa meningkatkan pendapatan suplayer, suplayer mampu melakukan penanganan pasca panen yang lebih baik, pengemasan produk dan kontinuitas pengiriman sehingga mampu masuk super market. Sesuai Ditjen Bina Produksi Hortikultura (2001) bahwa upaya memperbesar pangsa pasar sayuran dapat dilakukan melalui peningkatan penanganan pasca panen (grading, sortasi, paking), perbaikan mutu produk dan penjualan ke pasar-pasar khusus (swalayan, hotel, dll).

Di tingkat super market, wortel impor sudah masuk dan lebih disukai oleh konsumen, menurut mereka wortel impor lebih disukai konsumen dibandingkan lokal terutama ukuran, kebersihan dan rasanya lebih manis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Karakteristik petani sayuran pada umumnya sudah termasuk baik, beberapa kelemahan petani yang perlu diperhatikan dalam pembinaan yaitu rata-rata penguasaan lahan tergolong sempit (0,44 ha/petani) dan 20% petani berstatus penggarap, gadai dan sakah.
2. Usahatani sayuran termasuk layak secara ekonomi dengan nilai R/C 1,89 artinya setiap masukan Rp.1,- akan memberikan penerimaan sebanyak Rp.1,89. Pendapatan usahatani sayuran sangat fluktuatif tergantung kepada harga jual pada waktu panen yang sulit diprediksi dengan benar. Petani yang penguasaan lahan masih sempit dan berstatus bukan milik (bagi hasil) menyebabkan lemah dalam kemampuan membangun modal sehingga sering terjerumus kepada pelepas uang.
3. Pemasaran wortel dari petani sampai ke konsumen dilakukan melalui tiga saluran, saluran pertama dan kedua melalui pasar

induk dengan pengecer di pasar tradisional sedangkan saluran ke tiga melalui suplayer dengan pengecer di super market. Efisiensi pemasaran Efisiensi saluran pertama dan kedua relatif sama, yaitu nilai *farmer's share* 49,3% sedangkan saluran ketiga kurang efisien dengan nilai *farmer's share* 20,9%.

Saran

Pemerintah sebagai pengambil kebijakan harus mampu mengambil langkah-langkah nyata untuk mengatur keseimbangan suplai dan demand sayuran di pasar induk, yang tidak stabil. Selama ini, tingkat harga yang ditawarkan di pasar induk sebagai pasar acuan (*reference market*) akan dijadikan acuan dalam penetapan harga beli oleh pedagang sebelumnya sampai ke tingkat petani. Melalui pengaturan tersebut diharapkan petani akan memperoleh kepastian harga jual dan melalui kepastian pemasaran petani akan mampu meningkatkan baik jumlah maupun kualitas produk sesuai permintaan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Supriatna Ade. 2005. Manfaat Sekolah lapang pengendalian hama terpadu (SL-PHT) perkebunan rakyat. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan. Pusat Penelitian Ekonomi. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI). XII (2):185-218.
- Agustian A, Armen,Z., Syahyuti, A.Supriatna., Herlina Tarigan, Yana, S. dan Tjetjep Nurasa. 2005. Laporan Akhir: Analisis berbagai bentuk kelembagaan pemasaran dan dampaknya terhadap kinerja usaha komoditas sayuran dan buah. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- BPS. 2004. Produksi tanaman sayuran dan buah-buahan 2003. Badan Pusat Statistik. Jakarta.

- Dajan A. 1989. Pengantar metode statistik. Jilid I. Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta. Hlm. 12-119.
- Ditjen Bina Produksi Hortikultura. 2001. Prosiding pertemuan nasional hortikultura. 24-27 September 2001. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura, Departemen Pertanian.
- Diperta Kabupaten Cianjur. 2004. Laporan tahunan Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Cianjur. Cianjur.
- Irawan dan Beni. 2005. Analisis pemasaran dan integrasi pasar komoditas buah-buahan dan sayuran di DKI Jakarta. Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB Bogor.
- Kaban, H. 2004. Analisis pemasaran kentang (*Solanum tuberosum*). Studi kasus di Kecamatan Pengalengan, Kabupaten Bandung. Skripsi. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB Bogor.
- Limbong, W.H. dan P.Sitorus. 1985. Pengantar tataniaga pertanian (Diktat kuliah). Edisi I. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB Bogor.
- Malian Husni. 2004. Analisis ekonomi usahatani dan kelayakan finansial teknologi pada skala pengkajian. Bahan pelatihan "Analisis finansial dan ekonomi bagi pengembangan sistem dan usaha agribisnis wilayah". Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian dan Proyek Pengkajian Teknologi Pertanian Partisipatif. 28 hal.
- Mosher, A.T. 1965. Menggerak dan membangun pertanian. Syarat-syarat mutlak pembangunan dan modernisasi. C.P. Yasaguna. Jakarta. hal.67-131.
- Oka, I.N. 1995. Pengendalian hama terpadu dan implementasinya di Indonesia. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. 225 hal.
- Susanti, D. 2000. Analisis usahatani dan efisiensi pemasaran wortel (Studi kasus di Desa Cipendawa, Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur). Skripsi. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. IPB Bogor.