

Jaringan Distribusi dan Relasi Pasar Petani Kubis di Dataran Tinggi Ijen

Distribution Network and Relation of Cabbage Farmers on The Flat Of Ijen

Oleh: Qorina Zulfa^{1*}, Hary Yuswadi²

¹Program Studi Sosiologi, FISIP, Universitas Jember, Jember, 68121, Indonesia.

²Program Studi Sosiologi, FISIP, Universitas Jember, Jember, 68121, Indonesia.

Email : qorinazulfa05@gmail.com

Abstract

The study entitled "Distribution Network and Market Relations of Cabbage Farmers in the Ijen Plateau" was motivated by Ijen farmers as the largest producer of cabbage vegetable commodity in the Horseshoe area (Jember, Lumajang, Probolinggo, Situbondo, Bondowoso). Lack of market access, market information, and capital make it difficult for farmers to increase income. Access or distance from the city center or market also influences the difficulty of Ijen highland farmers to interact and relate with market actors. As a result, farmers are reluctant to connect and choose their marketing channel with the selling system to Traders who come before the harvest. It causes some farmers to experience dependence and passivity in attempting to maintain relations with market actors, even though in this felling system, as much as 40% of the farmers' harvest sales results become the property of Traders. The method used in this research is the descriptive qualitative method, using purposive informant retrieval techniques. Data collection techniques using observation, in-depth interviews, documentation, and literature study. Data validity test uses data triangulation. Overview of social capital theory from Puntu (1993) and rational choice theory from Jame S Coleman (1990). The results obtained from this study are that farmers can have a superior economic position if they have good marketing relations and are willing to sacrifice time and energy, and have sufficient funds for distribution. Hence, farmers have the opportunity to establish relationships with market actors so that they will get more profits.

Keywords: *Cabbage farmers, market relations, distribution*

*Corresponding author.

Email: qorinazulfa05@gmail.com



Abstract

Penelitian dengan judul “Jaringan Distribusi dan Relasi Pasar Petani Kubis di Dataran Tinggi Ijen” dilatarbelakangi oleh petani Ijen sebagai penghasil komoditi sayur kubis terbesar pada wilayah Tapal Kuda. Kurangnya akses pasar, informasi pasar dan modal membuat petani sulit meningkatkan penghasilan. Akses atau jarak tempuh yang jauh dari pusat kota atau pasar turut mempengaruhi kesulitan petani dataran tinggi Ijen untuk berinteraksi dan berelasi dengan aktor pasar. Akibatnya petani enggan berelasi dan memilih jalur pemasaran sendiri dengan sistem tebang jual kepada pedagang yang datang menjelang masa panen. Hal ini menyebabkan sebagian petani mengalami ketergantungan dan pasif dalam bersikap mengusahakan relasi dengan aktor pasar, padahal pada sistem tebang jual ini sebanyak 40% hasil penjualan panen petani menjadi hak milik pedagang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik pengambilan informan purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Uji keabsahan data menggunakan Triangulasi data. Tinjauan teori modal sosial dari Puntu (1993), dan teori pilihan rasional dari Jame S Coleman (1990) dijadikan acuan dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah petani dapat memiliki posisi perekonomian yang unggul apabila memiliki relasi pemasaran yang baik serta bersedia untuk berkorban waktu dan tenaga, juga memiliki dana yang cukup untuk distribusi, maka petani memiliki peluang untuk dapat menjalin relasi dengan aktor pasar, sehingga keuntungan yang didapatkan akan lebih banyak.

Kata kunci : Petani kubis, relasi pasar, distribusi.



Pendahuluan

Hefner (1999) dalam penelitiannya di daerah pegunungan Jawa menjelaskan bahwa meskipun sangat dipengaruhi oleh berbagai hal yang terjadi di sekitarnya, masyarakat dataran tinggi berbeda dengan gambaran masyarakat pertanian di dataran rendah. Problem mendasar bagi mayoritas petani Indonesia adalah ketidakberdayaan petani dalam melakukan negosiasi harga pada hasil produksinya. Posisi tawar petani pada saat ini umumnya lemah, hal ini merupakan suatu kendala dari salah satu problem masyarakat petani dalam usaha meningkatkan pendapatannya. Menurut Branson dan Douglas pada (Sesbany, 2007), posisi tawar petani yang lemah pada umumnya disebabkan karena kurangnya akses pasar yang dimiliki petani, informasi mengenai pasar, serta permodalan yang tidak memadai.

Petani kesulitan menjual hasil produksinya karena tidak memiliki akses pasar dan modal yang mencukupi untuk memenuhi biaya dalam proses relasi dengan pihak pasar. Selain itu jarak tempuh lokasi Curah Macan dengan pusat kota yang jauh membuat masyarakat minim informasi mengenai pasar dan semacamnya. Akibatnya, petani mengalami ketergantungan pada pihak ketiga dalam relasi pemasaran. Sistem tebang jual, kurang lebih akan membuat petani kehilangan keuntungan sekitar 40% dari hasil panen yang dijual kepada pemborong. Ketidakpastian nasib petani dan harga di pasaran serta minimnya jaringan pemasaran yang dapat menginformasikan perkembangan harga membuat petani sering berada pada posisi yang rentan, serta persoalan harga yang tidak pasti juga menambah risiko petani semakin tinggi. Sebagian besar petani menyadari bahwa kualitas produk panen yang baik akan dapat menyelamatkan mereka dari harga jual yang rendah. Strategi pasca panen yang kemudian dilakukan petani adalah mengusahakan agar produksi dapat memberikan keuntungan yang lebih, sesuai harga yang diharapkan oleh petani. Meskipun demikian tidak semua petani aktif dalam strategi mengusahakan harga terbaik, sebagian besar petani pasif dan enggan berelasi dengan pasar.

Petani yang pasif hanya akan menunggu datangnya tengkulak untuk menjual hasil panennya. Sebaliknya, sebagian kecil petani yang aktif, lebih memilih menjual sendiri hasil produksinya ke pasar dengan perhitungan atau kalkulasi yang matang. Demi memperoleh hasil akhir yang lebih baik daripada bergantung pada sistem tebang lahan dari pemborong setempat. Pentingnya relasi sosial ekonomi antara petani dengan pihak pasar sebenarnya disadari oleh hampir semua petani di Dusun Curah Macan Kecamatan Ijen ini, namun hanya beberapa petani yang menerapkan dan merealisasikan atas pengetahuan pemasaran yang didapat secara otodidak. Sementara para petani yang tidak memiliki relasi dengan pihak pasar berasumsi pekerjaan tersebut akan menyita waktu



dan cukup rumit, sehingga memilih untuk menjualnya langsung pada tengkulak merupakan cara praktis dan cepat untuk mendapatkan uang.

Walaupun begitu, ketidakpastian harga pasar yang sulit diprediksi akan tetap merugikan petani. Baik rugi modal maupun rugi *pakpok* (modal tidak kembali). Mendapatkan sedikit hasil keuntungan dari panen yang ada merupakan persoalan yang biasa dan sering ditemui dalam kehidupan petani. Dengan demikian, maka peneliti mencoba untuk melihat dan mengkaji lebih dalam seputar relasi dan distribusi pasar petani kubis di Dusun Curah Macan Ijen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Untuk teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi dan studi kepustakaan. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.

Pembahasan

1. Relasi Pemasaran Petani Kubis

Penelitian mengenai relasi ekonomi beberapa kali dituliskan dengan fokus yang berbeda, dan sebagian besar yang penulis temukan sebagai referensi terjadi pada masyarakat petani yang menjalin sistem patron-klien dengan pedagang (tengkulak) sebagai akses pemasaran hubungan jual beli yang mengikat serta kedekatan emosional antara keduanya. Fokus yang sering diangkat jurnal lain umumnya dari sisi kelembagaan untuk dapat membantu perekonomian petani, transformasi masyarakat petani pada wilayah dataran tinggi dan sebagainya. Pada penelitian lain banyak dikemukakan relasi petani dengan tengkulak yang menjalin hubungan patron-klien dan bersifat relasi yang mengikat karena kedua belah pihak merasa saling diuntungkan. Relasi ekonomi tersebut terjalin secara turun temurun atau bertahun-tahun lamanya, sehingga petani memiliki kedekatan yang sangat kuat pada tengkulak karena usahanya dalam membantu petani. Seperti meminjamkan uang untuk modal, maupun berhutang barang-barang kebutuhan petani di toko milik tengkulak.

Pada penelitian di lokasi Curah Macan petani setempat tidak memiliki hubungan yang terikat dengan pedagang. Petani berhak memilih dengan siapa saja akan menjalin relasi kerjasama dalam relasi dan pendistribusian produknya. Jika pada penelitian lain petani yang mengantarkan hasil panennya pada pedagang, sebaliknya pedagang Curah Macan akan menjemput dan melakukan transaksi langsung di lokasi petani apabila barang produksi memenuhi kriteria yang diinginkan. Pada sistem ini pedagang akan mendapatkan keuntungan kurang lebih 40% sebagai perantara petani dengan aktor pasar. Sistem yang dilakukan oleh petani Curah Macan dengan pedagang



adalah pemborongan barang tanpa menimbang total kilogram dari hasil panen yang ada. Hal ini juga menjadi hal yang menguntungkan maupun merugikan kepada petani maupun pedagang.

Pedagang akan mengalami rugi apabila tidak tepat dalam memperkirakan banyaknya panen milik petani. Sedangkan kerugian petani adalah tidak dapat mengetahui secara pasti seberapa banyak barang yang dimiliki sehingga memungkinkan tawaran harga yang diperkirakan pedagang tidak sesuai dengan total barang yang ada, dan sebaliknya hal ini adalah keuntungan yang dapat dimanfaatkan oleh tengkulak. Berikut percakapan dengan PS salah seorang petani Curah Macan mengenai proses relasi antara petani dengan pemborong.

“Pemborong akan menemui petani terlebih dahulu sebelum menawar kubis, apabila harga jual telah disepakati maka petani akan langsung menerima uang hasil jualnya dari pemborong. Kelebihan bekerjasama dengan pemborong adalah petani langsung menerima uang dari pemborong tanpa perlu ikut campur lagi terkait proses pemasaran pada pihak pasar”. (Wawancara, Tgl 24 Maret 2019)

Transaksi antara petani dan pedagang terjadi apabila telah ada kesepakatan harga antar keduanya, serta petani tidak perlu lagi turun tangan mengenai proses pemanenan dan pendistribusian produk yang sudah dijual pada pedagang. Di ungkapkan oleh BI sebagai petani kubis mengenai proses transaksi pembayaran antara petani dengan pedagang sebagai berikut:

“Transaksi pembayaran langsung diberikan oleh pemborong, apabila belum ada uang tidak bisa dipanen dulu di kawatirkan setelah memanen orangnya menghilang” (Wawancara, Tgl 24 Maret 2019).

Menurut Sudiyono (2004), pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk, yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melakukan satu atau dua lebih fungsi pemasaran. Beberapa masalah pemasaran komoditi pertanian yang umumnya terjadi antara lain :

- a. Tidak tersedianya komoditi pertanian dalam jumlah yang cukup dan continue; Untuk persediaan komoditi pertanian yang ada di Curah Macan Ijen sebenarnya akan cukup untuk memenuhi permintaan pasar, akan tetapi karena di wilayah ini penanaman kubis tergantung pada air hujan maka menjadi kelemahan petani untuk menyesuaikan pada permintaan pasar yang setiap saat apabila di butuhkan.
- b. Fluktuasi harga; Fluktuasi harga sayuran pada umumnya lebih tinggi dibanding buah, padi dan palawija dengan kata lain ketidakseimbangan antara volume pasokan dan kebutuhan konsumen lebih sering terjadi pada sayuran. Margin pemasaran sayuran juga relatif tinggi. Sebaliknya harga yang diterima petani dan transmisi harga dari daerah konsumen ke daerah



produsen rendah. Kondisi tersebut tidak kondusif bagi upaya pengembangan agribisnis dan peningkatan daya saing agribisnis sayuran yang dicirikan oleh kemampuan merespon dinamika pasar secara efektif dan efisien. (Irawan, 2007) Adanya fluktuasi harga yang di alami oleh petani sayur kubis di dataran Ijen tentu memiliki peranan besar pada kerugian yang sering di alami oleh masyarakat petani setempat. Ketidakstabilan harga kubis di pasaran menjadi problem utama dalam kesuksesan distribusi yang membuat petani sering mengeluh karena rugi. Menurut petani, fluktuasi harga yang sering terjadi dan berimbas pada masyarakat di sebabkan karena iklim dan juga liburan panjang.

Dalam penanaman sayur kubis, petani Curah Macan hanya bisa mengandalkan hujan. Hal ini disebabkan wilayah tersebut hanya memiliki satu sumber air yang masih aktif dan letaknya jauh dengan ladang warga, sehingga dalam pertaniannya petani hanya bisa menunggu bantuan dari hujan.

Situasi semacam ini juga terjadi pada daerah dataran tinggi lainnya seperti Dieng. Petani di daerah Bromo juga bergantung pada hujan untuk proses penyiraman dan lain-lain. Saat musim hujan tiba, umumnya penanaman kubis petani Ijen dengan daerah dataran tinggi lainnya tidak akan jauh berbeda selisih waktunya, maka panen hasil komoditi juga akan berlangsung bersamaan. Meskipun tidak selalu panen pada waktu yang sama, namun hal tersebut berpeluang besar menyebabkan jumlah komoditi lebih tinggi di bandingkan kebutuhan konsumen sehingga harga sayur kubis dapat mengalami penurunan harga yang drastis.

Fluktuasi harga oleh warga Curah Macan, dapat dipengaruhi adanya libur panjang. Hal tersebut juga memberikan dampak kerugian untuk warga atau masyarakat petani kubis di Curah Macan Ijen. Menurut PR dalam wawancaranya :

“Gak tau, kalau sudah anak-anak libur panjang kan sampai satu bulan lebih ya itu pas kubis tua hancur harganya, sepi katanya pasaran. Waktunya liburan panjang akhir tahun sama kenaikan kelas itu kan liburan panjang, pas kebetulan disini kubis panen, harga hancur dah. Katanya orang-orang dipasaran yang jual kubis itu, sepi gak ada orang belanja, pada libur semua. (Wawancara 04 Oktober 2019).

c. Pelaksanaan pemasaran yang tidak efisien terjadi karena tidak adanya transparansi pelaku pasar dalam mekanisme pemasaran. Pelaku pasar yang tidak transparan dalam mekanisme pemasaran umumnya terlibat antara petani dan pedagang, maupun pedagang dengan pengepul. Salah satu contoh tidak terbukanya mekanisme pemasaran seringkali terjadi antara pedagang dengan petani Ijen terkait informasi harga pasaran kubis. Pedagang sengaja tidak memberikan informasi mengenai harga jual kubis yang sedang tinggi, agar petani tidak menuntut harga mahal.



Hal ini dilakukan agar keuntungan yang di dapatkan pedagang akan semakin banyak, terlebih saat harga kubis di pasaran sedang tinggi. Menurut PW dalam wawancaranya :

“Ya gimana caranya ngomong itu yang enak dek, kalau bisa petani jangan sampai tau harga pasaran berapa. Soalnya kalau petani sudah tau harga pasar biasanya “nget-nengnet” (rewel) dan kubisnya sulit mau di tawar harga. Karna petani taunya harga kubis sekarang lagi mahal. Kalau petani gak tau kan enak, tapi ya tetep saya nawarnya yang sekiranya gak samasama rugi lah” (Wawancara tgl 29 November 2019).

d. Tidak memadainya fasilitas pemasaran seperti transportasi, gudang dan tempat komoditi pertanian dipasarkan; Tidak adanya fasilitas yang lengkap juga menjadi permasalahan bagi petani untuk melakukan poses pemasaran keluar dari ketergantungan kepada pedagang. Selain karena relasi, tidak memiliki alat transportasi juga menjadikan petani “malas rumit” untuk mencari banyak relasi lain kepada supir. Hal tersebut menghambat distribusi pemasaran yang mengakibatkan petani enggan untuk menembus pasar sendiri.

e. Terpencarnya lokasi produsen dan konsumen; letak wilayah yang jauh dari perkotaan dan juga pasar menjadi faktor dan hambatan petani dalam melakukan proses pemasaran. Berbeda dengan petani di dataran rendah yang lokasinya lebih dekat dengan pasar sehingga sedikit banyak memiliki keuntungan apabila akan mendistribusikan produk pertaniannya. Sebanyak 90% petani Ijen bergantung kepada pedagang karena salah satu faktor lokasi tempat tinggal yang jauh dari Perkotaan atau pasar. Akibatnya petani sulit untuk menjalin relasi serta minim informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran.

f. Kurang lengkapnya informasi pasar; Petani Ijen juga mengalami minimnya informasi mengenai pemasaran karena di sebabkan faktor jauhnya lokasi antara masyarakat petani Ijen dengan perkotaan. Hal ini yang menyebabkan petani Ijen mengalami ketergantungan kepada pedagang dalam proses pemasaran karena kekhawatiran petani akan di tipu apabila harus menjalin hubungan dengan pihak pasar yang belum memiliki relasi dan juga pengalaman.

g. Kurangnya pengetahuan terhadap pemasaran; Umumnya petani kubis di dataran tinggi Ijen dibantu oleh pedagang dalam menjualkan hasil panennya, sehingga pengetahuan mengenai pemasaran kurang dimiliki oleh sebagian besar petani. Ketergantungan terhadap pedagang akhirnya membuat petani tidak maju dan minim pengetahuan tentang pemasaran. Mereka merasa tidak perlu bersusah payah dan rumit dalam memasarkan hasil panennya kepada pihak pasar karena telah ada pedagang yang menjadi perantara pemasaran bagi mereka.

h. Kurangnya respon produsen terhadap permintaan pasar; Suatu barang yang harganya naik, biasanya terjadi karena jumlah barangnya terbatas. Kurangnya respon produsen atau petani terhadap permintaan pasar biasanya lumrah terjadi pada petani



termasuk petani curah Macan. Pada saat hasil panen tanaman kubis di wilayah lain banyak mengalami kegagalan, harga kubis di pasaran menjadi naik. Sayangnya, petani Curah Macan yang bergantung pada air hujan tidak bisa memperkirakan masa penanam kubis di waktu-waktu yang biasanya terjadi penurunan maupun kenaikan harga pasaran. Seperti yang dikatakan oleh salah satu warga Curah Macan bahwa “namanya juga bergantung pada musim hujan saja, jadinya kurang bisa maksimal sama waktu-waktu permintaan pasar”. (PM, Wawancara tgl 26 Maret 2019). Oleh sebab itu karena kesamaan ketergantungan pada musim hujan tersebut menjadi kelemahan Petani Ijen khususnya Petani Curah Macan yang kurang bisa mengatur waktu berlangsungnya proses pertaniannya.

i. Kebijakan pemerintah yang kurang mendukung;

Minimnya regulasi atau kebijakan pemerintah terhadap petani dalam proses pemasaran membuat mereka tidak sejahtera. Petani kurang mendapatkan bantuan dari segi apapun, termasuk dalam proses peningkatan tarif perekonomian maupun kesejahteraan. Terlebih lokasi tempat tinggal yang jauh dan terpencil.

j. Mutu yang labil.

Kualitas pertanian di Curah Macan yang terkadang masih belum stabil pada keadaan yang bagus, gagal panen dan mutu yang standart karena di rusak oleh hama maupun cara perawatan yang kurang baik juga turut menghambat proses pemasaran atau distribusi produk pertanian setempat.

Beberapa poin hambatan pemasaran yang terjadi pada petani Curah Macan Ijen tersebut mayoritas mengalami kesulitan menjual hasil produksinya karena tidak memiliki akses pasar yang baik, serta minimnya modal untuk memenuhi biaya proses relasi dengan pihak pasar. Tidak tersedianya alat transportasi pribadi untuk pengangkutan hasil panen kubis, jarak tempuh lokasi tempat tinggal dengan pusat kota yang jauh mempersulit petani. Minimnya informasi pasar dan relasi membuat masyarakat petani kubis tidak mampu dalam pendistribusian produk pertaniannya. Ada dua jenis pemasaran yang di pilih petani dalam melakukan distribusi hasil panen kubis. Pertama, petani yang menjalin relasi pemasaran dengan bergantung pada pedagang yang selalu datang pada saat musim kubis. Kedua, petani yang berelasi langsung dengan pihak pasar dalam mendistribusikan hasil panen kubisnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi petani memutuskan pilihan mereka untuk bekerjasama dalam penjualan hasil panen kubis, yakni:

1) Petani Pasif, merupakan petani yang bergantung pada pedagang dalam pemasaran kubis. Petani yang pasif enggan untuk berelasi dengan pengepul atau pihak pasar, mereka lebih memilih



untuk bertahan melakukan kerjasama dengan pedagang yang datang langsung menemui petani, untuk melakukan transaksi pemborongan hasil panen. Petani Curah Macan yang pasif hanya akan menjalin relasi dan menunggu penjemputan hasil panen oleh Pemborong, sehingga produksinya dapat di distribusikan pada pihak pasar atau konsumen melalui perantaranya tanpa syarat apapun, dan mendapatkan uang langsung setelah terjadi kesepakatan harga jual panen yang ditawarkan.

Pilihan menjalin hubungan dengan pedagang dipilih oleh petani pasif karena keterbatasan relasi dan informasi yang dimiliki mengenai distribusi hasil pertanian. Mereka enggan melakukan kegiatan pemasaran langsung karena memerlukan modal yang besar untuk mempersiapkan penjualan kubis kepada pihak luar terkait dana penyewaan alat transportasi dan sopir, upah kuli potong (panen) dan kuli angkut kubis. Belum lagi harus mendampingi mereka selama awal masa panen hingga pengantaran barang. Kubis yang rusak dan busuk selama perjalanan juga menjadi resiko yang perlu di perhatikan oleh petani apabila berelasi dengan pihak pasar.

Minimnya informasi dan jaringan relasi dengan pihak pasar serta enggan rumit menjadi alasan utama petani untuk tidak menjalin relasi langsung dengan pihak pasar, dengan banyaknya kegiatan yang harus di jalankan apabila menembus pasar, petani memilih untuk bergantung pada pedagang daripada harus memilih mengurus persoalan pemasaran yang menurut petani bukan peranan mereka. Petani setempat yang belum pernah melakukan relasi dengan pihak pasar mengatakan “Saya gak punya kenalan orang pasar, lebih enak ke pedagang gak repot” (PM, Wawancara 26 Maret 2019).

Menurut PS petani Curah Macan yang juga enggan menjalin relasi langsung dengan pihak pasar mengungkapkan “Ndak pernah saya langsung ke pasar, buuu ruwet dek itu. Mana sek bayar kendaraannya, bayar yang ngangkut itu masih uang lagi” (Wawancara 24 Maret 2019). Kerumitan yang di sampaikan petani adalah terlalu banyak langkah-langkah yang harus di kerjakan apabila menjalin relasi dengan pihak pasar, sedangkan petani kurang memiliki modal untuk mendanai proses pemasarannya yang cukup besar. Salah satu petani pasif di Curah Macan mengungkapkan bahwa keengganannya berelasi dengan pihak pasar karena rumit “Bedanya petani yang bawa ke pengepul besar itu nambah hasilnya tapi ya ndak banyak lah sama saja sama yng ke pemborong, kalau saya kan daripada ruwet itu terus juga biayaa jadi di jual ke yang ada aja sudah” (Wawancara 24 Maret 2019). Beberapa faktor tersebut menyebabkan petani semakin tidak berusaha menjalin hubungan tanpa melalui perantara dagang, meskipun di sadari bahwa berelasi langsung dengan pasar akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.



Petani pasif yang bergantung kepada pedagang dalam proses pemasaran memiliki cara-cara untuk mencari celah dalam memasarkan hasil pertaniannya, yaitu untuk menghindari tawaran dengan harga rendah dari pedagang, petani mensiasati dengan menunda waktu panen sembari menunggu harga stabil. Jenis kubis green corn yang seringkali ditanam petani dapat ditunda tanggal panennya sekitar 1-2 bulan dengan syarat kondisi tanaman bagus dan tidak berpenyakit.

Apabila kubis yang di tanam petani berjenis green nova yang juga seringkali di tanam, menurut petani Curah Macan tidak dapat ditunda pematangan karena akan mengalami kerusakan. Perbedaan jenis kubis yang di tanam petani juga memberikan dampak plus dan minus dalam keadaan petani kubis Curah Macan Ijen karena mereka tidak memiliki keberdayaan dalam memasarkan produk komoditinya langsung kepada pasar. Umumnya, mengundur tanggal pematangan atau pemanenan kubis ini dilakukan oleh sebagian besar petani untuk memperoleh harga yang tidak merugikan dari harga pasar yang fluktuatif.

Apabila keadaan tanaman tidak baik dan diserang hama maka strategi tersebut tidak dapat dilakukan karena akan mempercepat proses pembusukan pada kubis dan menyebabkan gagal panen. Penundaan tanggal pemanenan ini biasanya lebih identik pada petani pasif yang tidak memiliki relasi dan enggan untuk mengirimnya sendiri ke pasar dengan banyak pertimbangan, meskipun apabila harga tidak kunjung stabil salah satu cara yang umumnya dilakukan adalah terpaksa menjual produksi dengan harga murah dengan pertimbangan umur dan kualitas kubis yang dikhawatirkan rusak ataupun bisa layu. Sebagian besar petani yang mengalami kerugian pada pemasaran tanaman kubisnya, hanya bisa pasrah dan menganggap hal tersebut sudah kehendak dari Allah SWT. Seperti yang dikatakan PS petani setempat.

“Ya diem, Cuma bisa pasrah sama yang kuasa, berarti belum waktunya untung” (Wawancara, 24 Maret 2019) Begitupun dengan statment BI *“Diem, ya mau gimana kalau harganya sudah murah”* (Wawancara, 24 Maret 2019).

Ketika harga di pasar tidak stabil dan mengalami jatuh harga, petani akan membiarkan tanamannya menjadi pupuk di ladang karena tidak ada pedagang yang mau menjemput dan menawar komoditas petani Curah Macan dengan pertimbangan kalkulasi dana keluar dan pemasukan yang tidak seimbang. Ketidakpastian harga pasar nyatanya memang tidak dapat diprediksi kapan dan berapa angka pasarnya, namun menurut tokoh masyarakat di Ijen yang



cukup memiliki peran dalam pertanian warga Ijen, mengaspirasikan pendapatnya mengenai strategi untuk keberhasilan daya tawar produksi petani.

“Semua pekerjaan penjualan yang di tentukan oleh pasar itu sulit, terlebih warga setempat enggan untuk di buat hukum asosiasi. Semestinya orang sekawah ijen ini harus ada asosiasi itu artinya ada badan hukumnya. Tidak sembarangan orang luar sembrono masuk, jadi ada yang koordinir, sehingga pasar tidak dipermainkan oleh pedagang-pedagang” (PA, Wawancara 26 Maret 2019)

Asosiasi yang di maksud oleh PA, seorang tokoh masyarakat wilayah setempat adalah kelembagaan yang dibuat untuk menaungi dan menjaga daya tawar petani dapat stabil pada angka yang menyelamatkan nasib kesejahteraan para petani, namun para petani di Dataran Ijen tidak berminat dengan pembentukan asosiasi lembaga dan melanjutkan dengan bekerjasama pada sistem tebang yang relasinya berhubungan dengan pedagang atau pemborong.

2) Petani Aktif Petani aktif adalah petani Curah Macan yang menjalin hubungan dengan aktor pasar langsung dalam proses pemasaran tanaman kubisnya. Petani aktif umumnya memilih untuk bekerjasama dengan aktor pasar langsung seperti Pengepul atau menjualkan sendiri ke pasar karena kurang setuju dengan penawaran harga dari pedagang setempat, sehingga berinisiatif untuk mengirimkan sendiri produknya pada pengepul maupun menjajarkannya sendiri (mengecer).

Menurut PI salah satu petani yang menjalin relasi langsung dengan pengepul atau pihak pasar mengatakan *“Soalnya kalau gak gitu (tidak di kirim pada pihak pasar) harganya dari pemborong ndak pas. Itu kalau sudah di tawar ga pokok, saya minta 2000 tapi ditawar 700-800, nah itu kan ndak masuk ke saya, ya dikirim sendiri, itu bisa hasil”* (Wawancara, 30 November 2019).

Relasi kerjasama yang terjalin antara petani dan pengepul ini terjadi umumnya melalui perantara terlebih dahulu. Pak Imron merupakan salah satu petani yang berelasi langsung pada pengepul dan sesekali menjajarkannya sendiri. Menurutnya hubungan atau relasi dengan pengepul berawal dari supir yang menjadi perantara perkenalan mereka. Setelah diberi kontak nomor oleh supir maka komunikasi dan perkenalan mereka terjadi melalui via suara. Berawal dari kondisi yang menghimpit petani setempat karena harga kubis yang sangat murah sekitar pada tahun 2010 yang mencapai 50-150 rupiah perkilo di sebabkan karena hasil panen kubis bersamaan dari hampir segala penjuru menyebabkan kubis di daerah Curah Macan tidak laku. Pedagang yang biasanya datang pada saat panen Raya di Curah Macan tidak menjemput karena lebih memilih kubis petani yang lokasinya lebih dekat dengan pasar untuk mengurangi biaya transportasi dan resiko yang



lainnya. Terjadinya penurunan harga sayur kubis tersebut menyebabkan beberapa warga Curah Macan mengambil inisiatif untuk membawa sendiri panen kubisnya, salah satunya PI dan PSY yang membawa hasil panennya ke Pematang Jawa Tengah.

“Kalau di Dieng sudah panen kubis, panen raya barengan sama sini, disini gak laku, murah. Paling 200-500. Saya yang jual buka lapak sendiri di Jawa Tengah itu harga kubis disini itu 150. Di jualkan disana ya 800-900. Kan bisa dihitung, $900 \times 5 \text{ ton} = 4.500.00$. Ongkosnya 3 jt, ongkosnya mikul 1 jt. Tinggal Rp 500.000, iya!!!” (PI, Wawancara tgl 30 November 2019).

Meskipun hasil yang di dapatkan tidak seluruhnya mengembalikan modal, namun menurut petani aktif ini hal tersebut lebih baik daripada harus membiarkan kubisnya membusuk di ladang. Selain menjualkan pada pengepul terkadang PI juga mengecekkannya dengan menggunakan pick up berkeliling masuk pada desa-desa di daerah Situbondo. *“Setelahnya saya dari Jawa Tengah, sisa panen yang disini saya bawa keliling masuk ke desa-desa. Mau ngirim ke pengepul sudah gak di terima. Saking murahnyanya. Pokoknya kalau di Dieng, di Medan sudah panen raya, disini murah”* (PI, Wawancara tgl 30 November 2019).

Keberanian untuk melakukan hal tersebut awalnya mendapatkan imbas dari PSY yang merupakan salah satu pedagang yang kala itu bekerjasama dengan Pak Imron untuk bertani bersama dengan sistem paruh hasil. Karena harga kubis yang sangat rendah, sehingga mereka menjualkannya keliling pada Desa-Desa perbatasan Ijen yaitu Situbondo dan Banyuwangi. Sejak saat itu, PI mulai terbiasa menjualkan sendiri hasil panennya apabila tidak setuju harga penawaran dari pedagang. Sebagian besar petani Curah Macan enggan untuk mengikuti contoh petani aktif yang telah mampu menembus pasar dalam proses pemasaran hasil panennya, ini dikarenakan resiko yang harus di tanggung cukup besar apabila proses penjualannya tidak berhasil. Ketakutan akan ditipu oleh pengepul menjadi kekhawatiran mayoritas petani menghambat mereka untuk keluar dari zona ketergantungan kepada pedagang.

Resiko petani yang menjalin hubungan langsung dengan pihak pasar adalah mereka harus siap dengan kegagalan atau penipuan apabila salah memilih relasi dengan pihak pasar. Sehingga petani aktif selalu memiliki cara untuk keberhasilan dalam menjalin hubungan ekonominya dengan pihak pasar, yaitu tidak sembarangan dalam memilih partner kerjasama dan harus menyeleksi terlebih dahulu atas dasar rekomendasi dari sopir serta menjaga hubungan baik dengan pihak pasar sehingga memiliki relasi tetap dengan orang yang dapat di percaya.



“Ya pokoknya tanya bener-bener sama sopir itu fa, sopir itu yang lebih tau biasanya, kalau udah kenal lama dan ga ada ciri (kesalahan) ya langganan nanti soalnya kan udah tau orangnya gimana” (PI, Wawancara tgl 30 November 2019).

Petani aktif umumnya bekerjasama dengan pihak pasar hanya pada saat di waktu-waktu tertentu, dimana petani tidak setuju dengan harga penawaran pedagang sehingga mengharuskan dia untuk mengirim sendiri ke pengepul atau pihak pasar.

“Gak selalu, kalau di tawar harganya masuk ya tak jual ke dagang sama saya kalau misalkan saya kasih harga 50 jt terus di awar 45 jt, pas tak ebegieh (pas gak mau di kasih), ya tetep di kasihkan ke dagang daripada sek ruwet-ruwet jual sendiri ke pengepul ngantar barang kalau udah harganya masuk gak jauh dengan penawaran saya ya saya kasihkan” (PI, Wawancara tgl 30 November 2019).

Petani aktif berpendapat, untuk mendapatkan keuntungan yang lebih dari hasil panen kubis haruslah mau rumit terlebih dahulu dengan mengirimkan sendiri ke aktor pasar dan tidak ketergantungan dengan pedagang. Dengan demikian, beberapa persen keuntungan dari panen kubis yang seharusnya menjadi milik petani tidak perlu di berikan kepada pedagang sebagai perantara. Bagi petani aktif, meskipun dia telah memiliki relasi pada aktor pasar namun selama tawaran pedagang masih menguntungkan, dia masih akan mempertimbangkan kembali dan memungkinkan lebih memilih bekerjasama dengan pedagang karena tidak menampik bahwa mereka juga ingin menghindari kerumitan langkah-langkah pemasaran yang memiliki resiko besar.

2. Distribusi Pemasaran Kubis

Terdapat 2 macam distribusi hasil pertanian kubis di dataran tinggi Ijen. Seperti yang di katakan PI yang merupakan petani sekaligus menjualkan sendiri hasil panennya pada pengepul. “kalau disini jual kubis itu biasanya ke Malang, Jakarta, Jawa Tengah dari sini ngirimnya kesana. Kalau Cuma pakai mobil pick up ya ke Banyuwangi, Bondowoso bisa”. Pengiriman barang dengan muatan kecil umumnya hanya dikirim pada wilayah terdekat, sedangkan untuk pengiriman barang dalam jumlah besar di lakukan oleh pengirim kepada pasar besar yang umumnya akan di distribusikan lagi ke Luar Jawa maupun Luar Negeri. Berikut cakupan lokasi yang penulis ringkas dari hasil wawancara bersama pedagang setempat.



Cakupan kecil meliputi Bondowoso, Jember, Banyuwangi, Situbondo (barang sedikit, atau harga tidak memenuhi syarat untuk membawa ke jarak tempuh yang jauh) sedangkan, cakupan luas meliputi Jakarta, Jawa Tengah meliputi Kudus, Jawa Timur meliputi Malang.

Namun, dalam pengiriman pedagang lebih sering melakukan ekspedisi ke Jawa Barat ketika harga kubis mahal, sekaligus dengan permintaan dari Jawa Barat biasanya yang lebih tinggi karena merupakan pasar induk atau pasar pusat dari pasar-pasar kecil di sekitarnya yang menjadi rujukan banyak orang. Pada cakupan pengiriman barang ini tidak hanya berlaku di wilayah Jawa saja, melainkan ke Luar Jawa maupun Luar Negeri misalnya Kalimantan, Singapore dan Taiwan. Proses yang di lakukan pada ekspedisi ke Luar Negeri tersebut akan berbeda dengan proses yang di distribusikan pada lingkup Pulau Jawa, karena faktor jarak tempuh yang relatif lebih jauh sehingga memerlukan tehnik untuk mensiasati penyusutan sayuran lebih lambat yang biasa disebut dengan istilah kapalan.

Kesimpulan

Mayoritas penduduk Curah Macan Ijen merupakan petani kubis yang memiliki dua tipe yang berbeda dalam pemasaran komoditinya. Penduduk dengan jumlah 90% warga Curah Macan Ijen merupakan petani kubis dengan sistem pemasaran yang bekerjasama dengan pedagang dalam pendistribusian komoditinya, umumnya sistem tebang jual yang digunakan adalah pemborongan. Relasi antara pedagang dan petani kubis Curah Macan Ijen terjalin baik dan dekat dengan adanya modal sosial yang terjalin.

Merujuk pada gagasan Putnam (1993) dalam (Field, 2016) mengatakan modal sosial adalah bahwa jaringan sosial memiliki nilai dan kontak sosial memengaruhi produktivitas individu dan kelompok. Realita pada masyarakat setempat terdapat jaringan sosial yang dimiliki oleh petani memberikan kepercayaannya kepada pedagang yang memiliki pendekatan modal sosial adalah melalui kegiatan pemasaran antara petani yang sepakat penundaan pembayarannya dilakukan pada saat proses pemotongan selesai. Pedagang biasanya dapat menjalin kedekatan dengan petani melalui kegiatan-kegiatan sosial di daerah Realita pada masyarakat setempat terdapat jaringan sosial yang dimiliki oleh pedagang memberikan nilai sehingga dia dapat diterima oleh masyarakat petani Curah Macan dalam proses kerjasama pemasaran. Salah satu bentuk masyarakat memberikan kepercayaannya kepada pedagang yang memiliki pendekatan modal sosial adalah melalui kegiatan pemasaran antara petani yang sepakat penundaan pembayarannya dilakukan pada saat proses pemotongan selesai.



Bagi pedagang yang belum memiliki kedekatan dengan petani biasanya tidak akan diijinkan memotong panen kubis terlebih dahulu sebelum uangnya di bayarkan karena khawatir pedagangnya pergi dan tidak bertanggung jawab. Apabila petani telah mengenal baik dengan pedagang setempat, maka rasa kepercayaan akan lebih diberikan melalui kedekatan maupun kontak sosial yang terjalin di antara keduanya sehingga memengaruhi produktivitas individu maupun bersama. Kedekatan pedagang dengan warga karena adanya nilai modal sosial mempengaruhi petani untuk memberikan rasa kepercayaannya kepada pedagang dalam proses pemasaran kubis.

Umumnya modal sosial muncul karena seringnya kontak sosial yang terjadi antara pedagang dengan warga, selain itu kesamaan nilai yang dianut membuat petani yakin bahwa orang yang dikenal tidak akan menipunya. Nilai dominan modal sosial pada relasi Petani dan Pedagang adalah rasa kepercayaan yang terjalin di antara keduanya karena adanya persamaan bahasa dan nasib sehingga semakin mempererat hubungan diantara keduanya. Pedagang biasanya dapat menjalin kedekatan dengan petani melalui kegiatan-kegiatan sosial di daerah setempat seperti pengajian bersama, kegiatan sosial seperti kerja bakti dan lain sebagainya, sehingga intensitas kedekatan dan perkenalan di antara keduanya memberikan dampak pada kerjasama pekerjaan mereka masing-masing. Modal sosial yang dimiliki oleh pedagang memberikan rasa aman bagi petani sehingga implementasi dalam kerjasamanya adalah mereka memberikan rasa ketergantungannya kepada pedagang dan tidak mau melakukan relasi langsung ke pasar meskipun peran perantara pedagang mengambil jatah keuntungan yang seharusnya di dapatkan oleh petani apabila dapat menembus pasar.

Dalam menentukan pilihan kerjasama, modal sosial yang dimiliki pedagang memang cukup memberikan andil bagi keputusan petani untuk mengutamakan kenalan pedagang yang telah dekat dan mengenal baik dengannya. Akan tetapi tidak cukup dengan hanya soal punya kedekatan, sebelum itu petani akan mempertimbangkan harga yang paling kuat dalam menawar harga produksinya. Tawaran yang paling kuat atau yang paling mahal akan dipilih oleh petani sebagai langkah kesepakatan kerjasama antara keduanya.

Hal ini dilakukan petani Curah Macan karena mengharapkan keuntungan yang lebih dari hasil penjualannya, meskipun nilai kedekatan tetap menjadi acuan untuk memberikan rasa amannya dalam bertaruh keuntungan, namun petani tetap memiliki pilihan rasional yang dianggapnya bisa membawa pada laba yang lebih besar. Teori pilihan rasional merujuk pada Aktor dan Sumber Daya (Coleman, 1990), pilihan rasional juga dipilih petani Curah Macan dalam proses



pemasarannya untuk memutuskan partner kerjasama pemasaran komoditinya. Meskipun kedekatan antara petani dengan pedagang dapat mempengaruhi dalam mengutamakan kerjasama, namun petani Curah Macan masih berfikir secara rasional bahwasannya kedekatan bukanlah hal utama dalam dia menentukan kerjasama, melainkan penawaran harga tinggi yang di tawarkan oleh pedagang kepada petani.

Petani mempertimbangkan keuntungan yang dapat ia peroleh meskipun yang mengajaknya bekerjasama bukanlah pedagang yang memiliki kedekatan dan hubungan yang akrab. Minoritas petani Curah Macan dengan jumlah 10% penduduk setempat, tidak mengandalkan pedagang dalam pemasaran komoditinya, petani aktif tersebut melakukan proses pemasarannya secara mandiri dan menjualkan langsung pada pengepul atau pada pasar. Nilai yang paling dominan pada proses relasi antara Petani dan Pasar adalah adanya rasa ketidakpuasan Petani aktif pada keuntungan yang didapatkan apabila bekerjasama dengan Pedagang, sehingga mereka memilih jalan untuk bisa memperoleh laba yang lebih besar dengan cara mengirimkan sendiri ke Pasar atau menjalin relasi dengan Pengepul.

Petani aktif yang menjalin relasi dengan pihak pasar tidak selalu mengirimkan panennya secara berkala, ada sekali waktu petani enggan mengirimkan dan menunggu pedagang yang datang karena faktor kalkulasi harga yang menurutnya pas dan sesuai dengan keuntungan yang akan diperoleh. Apabila kalkulasi harga memungkinkan dapat memberikan keuntungan maka barang akan di distribsikan sendiri kepada pengepul atau pihak pasar, sedangkan apabila harga barang merosot rendah dan tidak memungkinkan untuk di jual sendiri maka petani aktif akan menawarkan pada pedagang setempat.



References*

- Asyafuq Hamim Mohammad. (2018). *Pola Hubungan Kerjasama Tengkulak Dan Petani Jeruk Desa Sambimulyo Kecamatan Bangorejo Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Jember
- Branson, R. E. (1983). *Introduction to Agricultural Marketing*. New York: Mc Graw-Hill Book Company. New York,USA.
- Buku profil Desa Karanganyar Tahun 2017.
- Coleman, S. J. (2009). *Dasar-Dasar Teori Sosial*. Bandung:NusaMedia. Terjemahan oleh I. Muttaqien. D. Windowartie. S Purwandari.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Damsar. (2002). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Gandi, G Grita. (2016). *Jaringan Sosial Petani Sayur Dalam Sistem Ijon Pada Pertanian Di Desa Pagenteran Kecamatan Pulosari Kabupaten Pemasang*. Universitas Negeri Semarang
- Hefner, Robert W. (1999). *Geger Tengger: Perubahan Sosial dan Perkelahian Politik*. Yogyakarta: LkiS.
- Izzah, L. (2016). *Dataran Tinggi Ijen Potongan Tanah Surga untuk Java*. Yogyakarta: Jogja Bangkit Publisher
- Maarif, Samsul. (2011). *Kapital Sosial*. Yogyakarta: Gress Publishing.
- Mubyarto. (1989.) *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Nasikha, A Isna. (2014). *Relasi petani Gurem dengan Tengkulak sebagai Pertukaran Sosial Petani di Kabupaten Banyuwangi*. Universitas Jember
- Romadhan, Muhammad. (2015). *Pola Hubungan Tengkulak dengan Petani (Studi Kasus Hubungan Patron Client Pada Masyarakat Petani di Desa Kampung*. Universitas Sumatera Utara
- Soekartawi, 1993. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian: Teori dan Aplikasinya*. Rajawali Press Jakarta



Sudiyono, A. (2002). *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Universitas Muhammadiyah Malang

Sugiarista, F.M. (2013). *Perilaku Ekonomi Tengkulak dalam Proses Perdagangan Perilaku Ekonomi Tengkulak dalam Proses Perdagangan Buah Mangga di Probolinggo*. Universitas Jember

Yuswadi, Hary. (2005). *Melawan Demi Kesejahteraan-Perlawanan Petani Jeruk terhadap Kebijakan Pembangunan Pertanian*. Jember: KOMPYAWISDA JATIM.

