

RINGKASAN

Kukuh Alamiah Sakti. 0710440043. Peranan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” Dalam Peningkatan Pendapatan Petani Kubis (*Brassica oleracea*) (Studi Kasus di Desa Tawangsari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). Di bawah bimbingan Ir. Heru Santoso HS, SU sebagai pembimbing utama dan Silvana Maulidah, SP.MP sebagai pembimbing kedua.

Dalam era globalisasi ini tuntutan konsumen baik didalam maupun luar negeri terhadap kualitas sayuran semakin tinggi, bahkan masing-masing negara kualitas produk sayuran Indonesia tidak dapat memenuhi selera sesuai kebutuhan konsumen maka Indonesia akan dibanjiri oleh sayuran impor dan tidak akan mampu bersaing dalam mengisi pasar dunia. Sehingga Indonesia akan dibanjiri oleh sayuran impor yang membuat produk sayur domestik tidak mampu bersaing dalam mengisi pasar domestik. Dengan melihat situasi tersebut, pemerintah seharusnya juga memberikan campur tangan tertentu untuk menstabilkan kondisi yang banyak merugikan petani.

Sayuran utama yang dibudidayakan oleh petani di Indonesia adalah bawang merah, cabai, kacang panjang, kentang, kubis, mentimun dan tomat. Perkembangan hasil produksi kubis dan luas lahan pada tahun 1995-2003, sangat berfluktuasi yaitu antara 69.815 hektar pada tahun 1996 dan 59.207 hektar pada tahun 2001. Salah satu tempat dimana upaya untuk meningkatkan efisiensi pemasaran yaitu Pasar Induk Modern “Puspa Agro” yang merupakan salah satu pasar agrobis terbesar di Indonesia yang baru dibuka dan sudah berjalan pada tahun 2010 yang mempunyai tujuan untuk meningkatkan pendapatan petani, dengan cara memperbaiki sistem rantai saluran pemasaran. Pembangunan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” ini terbentuk bertujuan sebagai wadah para petani untuk langsung menjual hasil usahatani, dengan cara tersebut maka mata rantai atau saluran pemasaran yang banyak merugikan para petani yang berlangsung selama ini akan hilang perlahan – lahan, sehingga dengan cara itu pendapatan petani akan meningkat.

Penelitian ini bertujuan: 1) Mendeskripsikan peranan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” terhadap pemasaran kubis petani yang kemitraan. 2) Menganalisis besarnya pendapatan petani kubis yang kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan pendapatan petani kubis yang non kemitraan dengan Pasar Induk Modern “Puspa Agro”, dan 3) Menganalisis efisiensi pemasaran kubis di Pasar Induk Modern “Puspa Agro”.

Metode analisis yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan analisis kuantitatif meliputi analisis pendapatan, uji beda rata-rata dan efisiensi pemasaran. Hasil perhitungan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Peranan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” terhadap pemasaran kubis petani yang bermitra yaitu untuk memperbaiki sistem saluran pemasaran yang sudah ada sebelumnya, bisa juga dengan cara melalui jaminan pasar, jaminan harga, dan informasi pasar yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan petani.

Pendapatan yang diperoleh petani kubis kemitraan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” sebesar Rp. 17.495.716,73 sedangkan pendapatan yang diperoleh petani kubis non kemitraan sebesar Rp. 12.016.463,66. Untuk hasil analisis uji beda rata-rata dengan menggunakan analisis *independent sample T-test* diperoleh hasil Nilai t_{hitung} untuk pendapatan petani kubis kemitraan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan petani kubis non kemitraan adalah 1,351 dan 1,193 sedangkan nilai t_{tabel} untuk petani kemitraan sebesar 2,02, sedangkan nilai t_{tabel} untuk petani non kemitraan sebesar 2,09. Dimana nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} atau berada di luar daerah penerimaan H_0 , sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak dengan nilai α 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pendapatan petani kubis kemitraan Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dan petani kubis non kemitraan tidak mempunyai perbedaan yang nyata.

Di daerah penelitian saluran pemasaran kubis sebagai berikut: tingkatan saluran pemasaran satu: Petani – Pasar Induk Modern “Puspa Agro” – Konsumen, tingkatan saluran pemasaran dua A: Petani – Tengkulak Besar STA Pasar Mantung Pujon Malang – Pedagang Pengecer Pasar Karang Ploso Malang – Konsumen, dan untuk tingkatan saluran pemasaran dua B: Petani – Tengkulak Menengah Pasar Porong Sidoarjo – Pedagang Pengecer Pasar Porong – Konsumen. Efisiensi pemasaran dilihat dari margin dan *share* harga yang diterima petani pada tingkatan saluran pemasaran satu : hasil analisis margin pemasaran menunjukkan pada tingkatan saluran pemasaran satu margin total sebesar Rp. 900,00/kg, tingkatan saluran pemasaran dua A dan dua B : hasil analisis margin pemasaran menunjukkan margin total pada tingkatan saluran pemasaran dua A dan dua B sebesar Rp. 1.900,00/kg dan Rp. 2.050,00/kg. Sedangkan untuk *share* harga yang diterima petani pada tingkatan saluran pemasaran satu sebesar 100,00 % dengan harga jual ditingkat petani sebesar Rp. 1.700,00/kg, pada tingkatan saluran pemasaran dua A dan dua B berturut-turut adalah sebesar 36,37 % dengan harga jual ditingkat petani sebesar Rp. 1.100,00/kg, 35,94 % dengan harga jual ditingkat petani sebesar Rp. 1.150,00/kg.

Saran untuk penelitian ini adalah (1) Untuk petani dengan adanya Pasar Induk Modern “Puspa Agro” diharapkan dapat memanfaatkan sebaik-baiknya dalam meningkatkan pendapatannya dan juga dapat mengembangkan usahataniya lebih baik dari pada sebelumnya, (2) Untuk pihak Pasar Induk Modern “Puspa Agro” sebaiknya lebih mendekatkan diri kepada petani lagi, agar petani tersebut dapat lebih cepat terorganisir dalam mengembangkan usahataniya dan menghasilkan hasil produksi yang bernilai jual tinggi yang sesuai dengan visi dan misi Pasar Induk Modern “Puspa Agro”, dan (3) Untuk peneliti selanjutnya dapat lebih baik apabila melakukan penelitian di Pasar Induk Modern “Puspa Agro” dalam hal memilih judul dalam penelitiannya.

SUMMARY

Kukuh Alamiah Sakti. 0710440043. The Role Modern Central Market Of "Puspa Agro" In Increasing Cabbage Farmer Income (*Brassica oleracea*) (Case Study In The Village Tawangsari, Pujon District, Malang Region). Under the guide of Ir. Heru Santoso HS, SU as the supervisor and Silvana Maulidah, SP.MP as co supervisor.

In this era of globalization demands of consumers both inside and outside in the country against higher quality vegetables, even individual countries Indonesia vegetable product quality can't meet according to customer needs then Indonesia would be flooded by imported vegetables and will not be able to competed in domestic market to fill. With looking at the situation, government should also provide a specific intervention to stabilize the adverse conditions that many farmers.

The main vegetables grown by farmers in Indonesia is onions, peppers, beans, potatoes, cabbage, cucumbers and tomatoes. The development of cabbage production and land area in years 1995-2003, fluctuatif greatly which is between 69.815 hectares in 1996 and 59,207 hectares in 2001. One of the places where efforts to improve marketing efficiency is modern central market Of "Puspa Agro" which is one of the largest agribusiness markets in Indonesia a new opened and has been running in 2010 whose objective was to increase farmers' income by improving the system of marketing channel chain. Development of Modern central market of "Puspa Agro" was formed as a forum purpose at farmers to directly sell their farming, in this way then chain a lot lost farmers who lasted this will slowly disappear, so with how it will increase farmers income.

This study aims: (1) Describe the role modern central market of "Puspa Agro" against the marketing cabbage farmer in partnership. (2) Analyzing how many cabbage farmer income in partnership modern central market of "Puspa Agro" and cabbage farmer income non partnership modern central market of "Puspa Agro", and (3) Analyzing the efficiency marketing in modern central market of "Puspa Agro". The method analyz used is analyz of qualitative and analyz of quantitative includes analyz of income, an average different test and marketing efficiency. Calculation results of this study indicate that the role modern central market of "Puspa Agro" against the marketing of cabbage farmers who have partner is to improve the system of marketing channel that already exists, it could be a way through the market guarantees, price guarantees, and market information a which can be increase farmers income.

Income earned cabbage farmers partner modern central market of "Puspa Agro" for 17,495,716.73 while the income earned of cabbage farmers non partnership Rp. 12,016,463.66. For on result the analysis of average different test by using analysis of independent sample t-test results obtained t_{count} value to farmer's income cabbage modern central market of "Puspa Agro" and cabbage farmer non partnerships are 1.351 and 1.193 while t_{tabel} value is 2.02 for the partnership of farmers, while the value t_{table} for farmer non partnership is 2.09

while t_{table} value to farmers non partnership is 2.09. Where t_{count} value is greater than t_{table} or outside the reception area H_0 , so H_1 accepted and H_0 is rejected with α value 0.05 ° so that it can be concluded that the income of farmers cabbage modern central ,market of "Puspa Agro" and non partnership cabbage farmer has no real difference.

In the research area cabbage of marketing channels as follows: levels single of marketing channels : farmers – modern central market of “Puspa Agro” – consumers, level marketing channels two A: Farmers – Major middleman STA Mantung Pujon market Malang – Merchants Retailers Karang Ploso market Malang – Consumers, and for level of two B marketing channels two B: Farmers – Middle middleman Porong Market Sidoarjo – Merchants Retailers Porong market – Consumers. Marketing efficiency viewed from the margins and share prices received by farmers at the level of single channel marketing; marketing margin analysis results showed level of the marketing channels a total margin is Rp. 900.00/kg, level marketing channels two A and two B : Results of the analysis marketing margins indicates for level marketing channels two is Rp. 1,900.00/kg and Rp. 2,050.00/kg. As for share prices received by farmers in levels single of marketing channels is Rp. 1,700.00/kg, in level of two A and two B marketing channels respectively amounted to 36.37% on the price level of farmers amounted to Rp. 1,100.00/kg, 35.94% on the price level of farmers amounted to Rp. 1,150.00/kg.

Suggestions for this study is (1) For farmers in the presence of the modern central market of "Puspa Agro" is expected to make the best use in improving their income and can also develop farming is better than before, (2) To the modern central market of "Puspa Agro" should be closer to the farmers again, so that farmers can more quickly organized in developing farming and produces a high value of production in accordance with the vision and mission of the modern central market of "Puspa Agro", and (3) For further research can be better when conducting research in the modern central market of "Puspa Agro" in terms of selecting the title his research.