

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pembangunan pertanian sebagai salah satu sub sistem pembangunan nasional mempunyai peranan penting dalam perekonomian. Salah satu bagian dari sektor pembangunan pertanian adalah hortikultura yang terdiri dari komoditas buah-buahan, sayuran, tanaman obat, dan florikultur (bunga dan tanaman hias).

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki kontribusi besar dalam pertanian di Indonesia. Pada tahun 2010, nilai PDB komoditas buah-buahan diproyeksikan menempati urutan pertama di atas komoditas hortikultura lainnya yaitu mencapai Rp 88.851 triliun atau sekitar 52,6 persen dari total PDB hortikultura (Ditjen Hortikultura, 2010).

Berdasarkan data dinas pertanian (2009), Jawa Timur sangat berpotensi untuk di budidayakan tanaman mangga, hal ini dapat dilihat dari perkembangan produksi mangga dari tahun ke tahun semakin meningkat.

Varietas mangga yang di budidayakan di Jawa Timur diantaranya a varietas arumanis, manalagi, golek dan gadung. Adapun perkembangan produksi mangga di Jawa Timur yang menunjukkan peningkatan dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 1. Perkembangan Produksi Mangga di Jawa Timur

Tahun	Produksi (ton)
2005	616.612
2006	625.063
2007	692.235
2008	721.281
2009	846.965

Sumber: Dinas Pertanian Propinsi Jawa Timur, 2009

Dari tabel 1 didapatkan data produksi mangga khususnya Jawa Timur, dari tahun 2005 sampai dengan tahun 2009 mengalami peningkatan produksi hal ini menunjukkan bahwa mangga banyak di konsumsi oleh konsumen. Produksi mangga yang semakin lama semakin meningkat ini diharapkan dapat di dukung dari aspek pemasaran. Daya tarik komersial pada buah mangga sebagai bagian dari pemasaran bisa dilihat dari bentuk, ukuran, warna kulit, aroma, rasa dan daging buah. Buah mangga pada umumnya dikonsumsi dalam bentuk segar,

kurang dari satu persen dari total produksi yang diproses menjadi bentuk olahan (Suryanti, 2013).

Di propinsi Jawa Timur ada beberapa daerah yang berpotensi menjadi sentra mangga yakni diantaranya terletak pada Kabupaten Situbondo, Kabupaten Probolinggo, dan Kabupaten Pasuruan. Peningkatan produksi mangga di Kabupaten Pasuruan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Produksi Mangga tahun 2006-2008

Tahun	Sentra Mangga di Jawa Timur		
	Kab. Situbondo	Kab. Probolinggo	Kab. Pasuruan
2006	16,550 ton	36,332 ton	52,127 ton
2007	20,956 ton	62,715 ton	39,430 ton
2008	43,629 ton	38,945 ton	44,062 ton

Sumber: Departemen Pertanian, 2008

Kabupaten Pasuruan adalah satu-satunya daerah yang memiliki kebun koleksi mangga yang berfungsi sebagai koleksi plasma nutfah mangga terlengkap di Asia Tenggara. Kabupaten Pasuruan dengan luas wilayah 147.401,5 Ha mempunyai posisi yang strategis karena terletak pada jalur ekonomi, yaitu Surabaya-Malang, Surabaya-Banyuwangi, dan Malang-Banyuwangi. Posisi yang strategis tersebut menjadikan kabupaten Pasuruan ramai dengan berbagai aktifitas ekonomi, salah satunya usahatani dan pemasaran mangga.

Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan kabupaten Pasuruan (2011), Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra mangga di Jawa Timur. Pengembangan mangga di Kabupaten Pasuruan secara khusus mulai dilaksanakan melalui Proyek P2RT pada TA. 1994/1995-1997/1998 di 3 (tiga) kecamatan, yakni Sukorejo, Wonorejo dan kecamatan Rembang. Pada 3 kecamatan tersebut ditanami tanaman mangga yang sama varietasnya yakni Gadung Klonal 21, namun hasil yang didapatkan di Sentra Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan (SPAKU), Desa Oro-oro Ombo Wetan, Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan berbeda dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Buah mangga yang dihasilkan agak tebal, warna kuning telur dan ukurannya tidak terlalu besar, selain itu mangga ini memiliki rasa yang berbeda karena tidak memiliki serat, berdasarkan kajian yang ada, tanah yang berada dilokasi tersebut berwarna hitam, berpasir dan kandungan airnya kecil, sehingga hasil produksi mangga yang dihasilkan mengakibatkan mangga tersebut tidak berserat, berbeda



dengan jenis mangga yang lainnya, selain itu mangga dengan kriteria tersebut hanya bisa didapatkan di Desa Oro-oro Ombo Wetan, apabila di budidayakan di tempat lain maka hasilnya tidak sama dengan yang dihasilkan di Desa Oro-oro Ombo Wetan tersebut.

Pemasaran di Desa Oro-oro Ombo Wetan terdapat 2 cara dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan petani yaitu petani yang melakukan kegiatan pemasaran melalui kelompok tani di SPAKU yang nantinya akan dijual hasil mangga tersebut ke lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat kerjasama sedangkan NON SPAKU merupakan kegiatan yang dilakukan petani mangga tanpa melalui kelompok tani, sehingga mereka menjual hasil mangganya sendiri ke pasar.

Suatu pelaku agribisnis atau produsen yang melakukan kegiatan pemasaran mempunyai tujuan tertentu yang berkaitan dengan kelangsungan hidup produsen. Salah satu tujuan tersebut adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang nantinya akan meningkatkan total pendapatan dan laba maksimal sehingga produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dari produsen ke konsumen. Kelompok tani "Tani Makmur Sentosa" di SPAKU menjual hasil produksi pada beberapa pedagang, semakin banyaknya lembaga yang terkait dan panjangnya saluran pemasaran maka akan mengakibatkan margin yang cukup besar dan hasil yang didapatkan dari masing-masing lembaga yang terkait maupun petani akan semakin kecil. Mata rantai perdagangan mangga yang cukup panjang ini akan menjadi salah satu kendala peningkatan pendapatan petani, selain itu kendala usahatani yang dihadapi seperti lahan petani sebagian besar tergolong lahan sempit dan produksi yang dihasilkan sedikit, apabila iklim tidak menentu dapat mengakibatkan produksi mangga menurun, sehingga perlu adanya perbaikan secara intensif, hal ini dapat dilihat dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan petani, apabila salah satu faktor tidak tersedia maka tujuan untuk meningkatkan pendapatan pun tidak akan tercapai.

Oleh karena itu untuk meningkatkan pendapatan petani dapat dilihat dari beberapa aspek seperti aspek pemasaran mangga, usahatani yang tepat dan efisien serta faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan petani.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian mengenai efisiensi pemasaran pada komoditas mangga dirasa penting untuk dilakukan dalam rangka memperoleh masukan untuk upaya peningkatan pendapatan petani mangga yang melakukan pemasaran melalui Sentra Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan (SPAKU).

## 1.2 Rumusan Masalah

Mangga Gadung Klonal 21 merupakan komoditi utama di Sentra Pengembangan Agribisnis Komoditas Unggulan (SPAKU) Desa Oro-oro Ombo Wetan, Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan. Komoditi mangga pada umumnya produk pertanian lainnya memiliki sifat produk yang mudah rusak sehingga dibutuhkan penanganan yang tepat terutama pada aspek pemasaran agar buah tetap memiliki penampilan yang segar, bentuk dan warna yang baik untuk di pasarkan.

Pada pemasaran terdapat saluran pemasaran yang berfungsi untuk melancarkan pemindahan suatu produksi sehingga tepat guna dari produsen ke konsumen akhir. Didalam saluran pemasaran terdapat lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk menyampaikan hasil produksi dari produsen ke konsumen akhir. Soekartawi (2004) berpendapat bahwa panjang pendeknya saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak, skala produksi, modal dan karakteristik produk. Sesuai dengan teori tersebut, kondisi dilapang menunjukkan bahwa sentra mangga di Desa Oro-oro Ombo Wetan ini memasarkan hasil produksinya ke beberapa daerah lain yang akan berpengaruh terhadap panjangnya saluran pemasaran dan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat akibat adanya jarak tersebut.

Pada kegiatan pemasaran mangga di SPAKU, petani bertindak sebagai penerima harga sehingga menyebabkan penerimaan ditingkat petani menjadi lebih rendah dibandingkan dengan lembaga pemasaran yang lainnya selain itu jauhnya lokasi produksi sampai ke konsumen akhir mengakibatkan harga di suatu lembaga lebih tinggi dibandingkan harga yang diberikan petani. Semakin banyak pihak yang terlibat dalam rantai pemasaran, maka akan semakin banyak pula perlakuan yang diberikan dan pengambilan keuntungan oleh setiap lembaga pemasaran,



sehingga diharapkan perlu adanya penekanan biaya pemasaran agar didapatkan keuntungan pemasaran yang lebih besar, selain itu persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen menjadi tidak terlalu tinggi dan diperoleh keuntungan lembaga pemasaran secara merata.

Proses pemasaran mangga di SPAKU terjadi melalui beberapa lembaga pemasaran, dimulai dari petani sampai ke pedagang pengecer yang pada akhirnya berhubungan dengan konsumen, hal ini akan berpengaruh terhadap pendapatan petani dan pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Panjang atau pendeknya pola saluran pemasaran serta fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan juga akan berpengaruh terhadap margin pemasaran, apabila semakin besar margin pemasaran maka selisih harga mangga di tingkat petani akan semakin besar sehingga *share* yang diterima oleh petani rendah dan mengakibatkan pemasaran tidak efisien.

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan penelitian secara umum dapat dirumuskan sebagai “Sejauhmana pemasaran mangga melalui SPAKU dapat meningkatkan pendapatan petani”. Masalah tersebut secara rinci dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana efisiensi pemasaran yang dilakukan petani mangga di daerah penelitian?
2. Bagaimana tingkat pendapatan petani mangga dengan adanya SPAKU?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran mangga yang dilakukan petani mangga.
2. Menganalisis besarnya pendapatan petani mangga melalui SPAKU dan NON SPAKU.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani mangga.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

1. Sebagai informasi bagi para petani sebagai produsen dan lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran mangga di daerah penelitian.

2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah untuk menentukan kebijakan dalam meningkatkan kesejahteraan petani mangga di daerah penelitian.
3. Sebagai informasi untuk penelitian lanjutan tentang pemasaran mangga di daerah penelitian.

