

DINAMIKA SOSIAL EKONOMI PADA DISTRIBUSI KOMODITAS PISANG SKALA RAKYAT DI JAWA BARAT

The Socio-Economics Dynamics at Distribution of Small Scale Bananas Comodity in West Java

Fasih Vidiastuti Sholihah^{*)}, Rilus A. Kinseng, dan Satyawan Sunito

Program Studi Sosiologi Pedesaan, Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat,
Fakultas Ekologi Manusia, Sekolah Pasca Sarjana, Institut Pertanian Bogor

^{*)}E-mail: fasihvidia@gmail.com

ABSTRACT

The pattern of the commercial banana farm rise the socio-economic dynamics in the value chain banana distribution. In West Java, the exposure to market information make banana farmers get access to the market directly but they have to encounter a domination of big seller (Bandar). This study aimed to analyze the types of value chain and the relationships among the actors. This research was conducted in Cugenang, Cianjur, West Java by using qualitative methods of case approach. The results showed seven types of value chain in the banana distribution among the farmers to the consumer which realization the cooperation relationship of information flow, production inputs, and finance. The chain was build based on kinship, relationship farmer groups, relationship capital, and direct access to the market. Farmers related to middlemen for sorting and packing bananas, while relations with Bandar done by middlemen in capital bond. Farmer groups member had relationship with marketers group (BPK) which do grading the quality of bananas. Relations with capital loans bonding between farmer-middleman-Bandar made value chain grew longer and farmers increasingly passive in determining the price. Competition occured between sections of middlemen at the local level because of the dominance Bandar who controlled the market access. BPK independently sell commodities had compete with Bandar who has a network of cooperation in the middleman.

Keywords: actor, competition, cooperation, market, value chain

ABSTRAK

Pola pertanian pisang yang komersil memunculkan dinamika hubungan sosial-ekonomi dalam rantai nilai pendistribusian pisang. Di Jawa Barat, terbukanya informasi mengenai pasar membuat petani pisang mendapatkan akses langsung ke pasar namun masih terdapat dominasi penguasa modal besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi jenis-jenis *value chain* (rantai nilai) dan relasi antar aktor pada sistem rantai nilai dalam pemasaran komoditas pisang. Penelitian ini menggunakan desain metode kualitatif yaitu studi kasus di Kecamatan Cugenang, Cianjur, Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tujuh tipe *value chain* pada distribusi pisang antara petani sampai ke konsumen akhir yang merupakan perwujudan relasi kerjasama aliran informasi, *input* produksi, dan keuangan. Rantai tersebut dibangun berdasarkan hubungan kekerabatan, hubungan kelompok tani, hubungan permodalan, dan akses langsung ke pasar. Petani berelasi dengan tengkulak dalam hal *sortir* dan *packing*, sedangkan relasi dengan Bandar dilakukan oleh tengkulak dengan ikatan modal. Kelompok tani yang masih aktif menjalin relasi dengan bagian pemasar kelompok (BPK) yang melakukan *grading* kualitas pisang. Relasi ikatan pinjaman modal antara petani-tengkulak-bandar menjadikan rantai nilai semakin panjang dan petani semakin pasif dalam menentukan harga. Persaingan terjadi antar bagian tengkulak pada tingkat lokal daerah karena dominasi akses pasar luar dikuasai oleh Bandar pisang. BPK yang menjual komoditasnya secara mandiri harus bersaing dengan dominasi Bandar yang memiliki jaringan kerjasama di tengkulak.

Kata kunci: aktor, kerjasama, persaingan, relasi, *value chain*

PENDAHULUAN

Tanaman pisang merupakan salah satu penghasil buah dengan luasan areal paling luas di Indonesia yang mendapat prioritas untuk dikembangkan secara intensif. Komoditas pisang di Indonesia memiliki nilai ekonomi sebesar Rp 6,5 triliun dalam waktu setahun (Kementerian Pertanian 2014). Kebijakan pengembangan pisang dilakukan oleh pemerintah pusat atau desa sebagai upaya pemberdayaan tanaman lokal sebagai komoditas komersial, sehingga masih berfokus pada pengembangan produksi pisang dan pengembangan usaha agribisnis pisang terutama pemberian fasilitas kredit usaha tani di skala keluarga petani. Pengembangan ini terdiri dari dua strategi yaitu pengembangan usaha agribisnis skala kecil dan skala kebun yang berdaya saing (Kementerian Pertanian 2014). Dengan kata lain, komoditas pisang ini dapat menjadi sebuah

jaminan ekonomi bagi petani pisang.

Jawa Barat memberikan kontribusi terbesar terhadap produksi pisang Indonesia, yaitu sebesar 20,03 persen dari tahun 2009-2014. Menurut data Kementerian Pertanian (2014), Cianjur merupakan sentra produksi utama pisang di Jawa Barat dengan produksi pisang mencapai seperempat bagian dari total produksi pisang Jawa Barat pada tahun 2013. Pisang merupakan tanaman pangan lokal Jawa Barat yang diproduksi dengan tujuan ekonomi dan atau konsumsi. Pengelolaan pisang di Jawa Barat masih terbatas sebagai tanaman pekarangan atau perkebunan rakyat. Kabupaten Cianjur juga telah mengadakan program pengembangan pisang dalam program PRIMATANI yang diadakan mulai tahun 2008 hingga 2012 dengan tujuan percepatan adopsi teknologi inovasi dan pembangunan kelembagaan agribisnis pedesaan secara partisipatif. Setelah

program ini dilakukan, terjadi beberapa perubahan pada dimensi sosial-ekonomi komoditas pisang. Salah satunya adalah perkembangan *value chain* (rantai nilai) sebagai kelembagaan ekonomi dalam proses distribusi pisang. Terbukanya informasi tentang pasar membuat petani mendapatkan akses langsung ke pasar namun dominasi penguasa modal besar juga masuk dengan bebas. Hal ini memungkinkan menimbulkan terjadinya tarik-menarik kepentingan antar aktor: petani dan bandar besar pisang di kedua desa Cianjur. Keberadaan petani pisang di Cianjur yang didominasi oleh petani pisang skala rakyat ini harus berhadapan dengan Bandar besar pisang yang memiliki jejaring dalam mempertahankan dominasinya pada sistem distribusi komoditas pisang.

Produk pisang dari produsen (petani) hingga ke pengguna akhir (konsumen) akan melalui berbagai tahapan dan proses yang membentuk suatu rantai yang memiliki ketergantungan satu sama lain. Analisis *value chain* menyediakan penelitian mengenai kekuatan distribusi dan nilai pada rantai petani skala kecil dan pekerja perusahaan. Analisis ini untuk mengidentifikasi peta politik dan kompetisi alamiah antar hubungan yang terlibat dan mendalami perbedaan organisasi yang ada dalam setiap prosesnya. Kaplinsky dan Morris (2001) mendefinisikan *value chain* sebagai rentang aktivitas yang dibutuhkan untuk membawa produk atau jasa dari produksi dimana terdapat perbedaan fase produksi – yang mengikutsertakan kombinasi transformasi fisik dan berbagai jenis masukan petani- hingga menyajikannya kepada konsumen dan pembuangan setelah penggunaan. Mitchell dan Coles (2011) menyatakan bahwa pendekatan *value chain* sangat dekat dengan pembahasan sosiologi. Hal ini diindikasikan dengan adanya inklusi gagasan kekuatan ekonomi yang akan sangat berguna ketika memeriksa bagaimana masyarakat miskin di daerah pedesaan dapat mengakses rantai nilai yang ada.

Selain itu, proses inklusi penguasaan dan bangunan struktur hierarki merupakan refleksi kekuatan dan identifikasi aktor dalam pasar (Mitchell and Coles 2011). Sistem distribusi ini melibatkan para aktor yang saling memiliki keterkaitan. Model rantai nilai dirancag agar terbentuk integrasi sinergis antara petani sebagai produsen pisang dan pelaku pemasaran pisang yang diusahakan secara terpadu. Rantai ini berbeda standar yang merupakan wujud karakteristik produknya (Harvey 2004). Rantai perdagangan pisang dalam usaha skala rakyat yang dimulai dari petani dan mengalir kepada tengkulak kemudian menjualnya ke pedagang besar memberikan harga yang berbeda-beda berdasarkan jenis varietas pisang. Sehingga menarik untuk dibahas, **jenis *value chain* apa sajakah yang terdapat pada komoditas pisang skala rakyat di Jawa Barat?**

Analisis *value chain* ini dapat diperhatikan dari dua aspek yaitu analisis horizontal dan vertikal untuk mengetahui bagaimana kerja sistem lokal dan pengaruhnya untuk hubungan aktor terkait dalam relasi sosial, sejarah lokal, dan lingkungan (Mitchell and Coles 2011). Fokus analisis ini didominasi pada pasar global yang sangat kontras dengan orientasi utama dalam pembangunan Negara produsen menuju pasar lokal dan wilayah. Fokus pada analisis vertikal adalah melihat hubungan vertikal antara pembeli dan penyalur serta pergerakan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Pusat analisis ini adalah aliran sumberdaya bahan produksi, pembiayaan, pengetahuan, dan informasi antara pembeli dan penyalur. Proses koordinasi dan kompetisi antar aktor beroperasi pada fungsi atau segmen yang sama dalam rantai penting yang tidak terlalu diperhatikan. Sedangkan analisis horizontal lebih melihat kepada usaha-usaha hubungan kebijakan untuk meningkatkan kemampuan produksi dan improvisasi *value chain* tersebut. Secara ringkas, aspek

horizontal dan vertikal pada *value chain* dapat dianalisis melalui tipe aktor dan tipe perubahan. Empat tipe aktor yaitu aktor dalam rantai, aktor luar rantai, aktor yang dikeluarkan, dan aktor yang tidak dapat terlibat dalam rantai ini. Empat tipe perubahan yaitu inklusi partisipasi baru, partisipasi berkelanjutan di bawah hubungan yang baru, pengusiran partisipasi, dan non partisipasi. Sehingga **kontribusi peran masing-masing aktor dalam *value chain*** adalah hal yang menarik untuk dikaji. Karena pisang memiliki arti penting bagi petani dan perekonomian masyarakat Indonesia, maka tulisan ini membahas tentang dinamika sosial-ekonomi pada tahap distribusi komoditas pisang yang mampu mendorong perubahan relasi antar aktor dalam konteks *value chain* komoditas pisang di Cianjur, Jawa Barat. Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut: 1) mengidentifikasi jenis-jenis *value chain* dalam pemasaran komoditas pisang skala rakyat di Jawa Barat, 2) mengidentifikasi aktor yang terkait dan relasi antar aktor dalam sistem *value chain* dalam pemasaran berdasarkan tipe *value chain* tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian sosiologis dengan menekankan pada hubungan antar pihak yang terlibat dalam sistem distribusi dengan melihat *value chain* komoditas pisang dan dinamika interaksi sosial yang terjadi didalamnya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif yang didukung oleh data kuantitatif. Pendekatan kualitatif ini dipilih agar peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan realita sosial yang berkaitan dengan perkembangan distribusi komoditas pisang sebelum dan setelah pelaksanaan program pengembangan pisang. Unit analisis dari penelitian ini adalah individu.

Informan dipilih secara *purposive* berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan mereka dalam *value chain* komoditas pisang di Cianjur. Informan berasal dari petani pisang, pedagang perantara (ranting, tengkulak, bagian pemasar kelompok, dan Bandar), Dinas Pertanian bagian hortikultura Kabupaten Cianjur, Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Cugenang, dan pemerintah desa setempat. Petani pisang yang dimaksud dalam penelitian ini adalah petani yang menanam pisang baik untuk usaha utama ataupun sampingan. Kemudian dipilih secara acak 50 responden yang terdiri dari petani pisang dari masing-masing desa tempat tinggal responden yang menjadi daerah penelitian.

Penelitian ini meneliti *value chain* dalam sistem distribusi pisang di Desa Talaga dan Desa Sarampad, Kecamatan Cugenang, Kabupaten Cianjur pada bulan April-Juni 2016. Kecamatan Cugenang merupakan sentra komoditas pisang yang telah menerapkan program pengembangan pisang dan kedua desa tersebut merupakan desa yang dijadikan sentra budidaya pisang skala rakyat oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Cianjur. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan *focus group discussion* untuk mengidentifikasi jenis *value chain* yang terdapat pada sistem distribusi di daerah penelitian, pemetaan aktor dan relasi antar aktor. Data primer mengenai deskripsi karakteristik petani pisang yang terlibat dalam masing-masing jenis *value chain* diperoleh dari pengisian kuesioner oleh 100 responden yang diolah dengan menggunakan uji statistik deskripsi. Sedangkan, data sekunder berupa data monografi desa, data-data yang berkaitan dengan pertanian dan distribusi komoditas pisang yang diperoleh dari studi literatur dan penelusuran dokumen. Pengumpulan data dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Metode, Informan, Tujuan dan Teknik Analisis Data

| Metode | Informan | Tujuan | Teknik analisis data |
|----------------------------|---|---|--|
| Observasi partisipasi | Petani pisang, tengkulak, bagian pemasar kelompok. | Kehidupan sehari-hari, strategi distribusi dan aktivitas matapencarian, dan persepsi perubahan <i>value chain</i> . | analisis deskripsi data kualitatif |
| Wawancara mendalam | Petani pisang, tengkulak, bagian pemasar kelompok, Bandar. | Perkembangan <i>value chain</i> , proses sosial antar aktor dalam <i>value chain</i> , dan tipologi persaingan dan konflik antar aktor. | analisis deskripsi data kualitatif |
| | Petugas dinas pertanian dan petugas balai penyuluh pertanian. | Peran dalam pengembangan pisang dan peran dalam proses distribusi pisang | analisis data kualitatif |
| Focus Group Discussion | Petani pisang, Tengkulak, Bagian pemasar, Kelompok tani, Penyuluh, dan Asosiasi petani pisang | Perkembangan pengembangan komoditas pisang di kedua desa. | analisis data kualitatif |
| Wawancara dengan kuesioner | 100 responden | karakteristik petani . | uji statistik deskriptif dan tabulasi silang |

Kerangka Pemikiran

Pengelolaan komoditas pisang di Jawa Barat sebagian besar masih dikelola secara tradisional skala rakyat. Perubahan dalam tata kelola pengembangan pisang setelah pemberlakuan program di tahun 2007 yaitu dibukanya akses secara besar-besaran, telah membawa dinamika *value chain* pada distribusi komoditas pisang. Dinamika di dalam proses sosial ini melingkupi identifikasi aktor, hubungan-hubungan produksi, teknologi yang digunakan, mekanisme pemasaran, dan lain-lain. Studi ini menekankan pada pola-pola hubungan antara pihak yang terlibat dalam sistem distribusi komoditas pisang dan dinamika yang terjadi didalamnya. Seiring dengan masuknya intervensi pasar global dari komoditas pisang ini, tentu akan memberikan perkembangan akan corak yang ada di tengah-tengah pengelolaan pisang skala rakyat. Pengembangan pisang skal rakyat selama ini masih terganjal pada keterbatasan modal. Ketidakmampuan petani melakukan investasi disebabkan oleh perilaku ekonomi petani yang teresklusi dalam sistem pengelolaan komoditi tanaman komersial, yaitu: 1) usaha tani yang berbasis usaha tani keluarga; 2) hasil perolehan masih sangat minim karena faktor kekurangan modal, lahan, dan tenaga kerja; 3) faktor produksi utama yang dimiliki hanya tenaga kerja (Sumarti 2007).

Pengelolaan suatu komoditas tidak akan pernah lepas dari kebijakan yang ada di suatu daerah. Arah pengembangan pisang di Cianjur beralih dari yang semula hanya untuk konsumsi

keluarga kemudian diandalkan menjadi sumber pemasukan utama keluarga. Hal ini dimulai sejak diberlakukannya program pengembangan pisang sebagai tanaman unggulan lokal oleh Dinas Pertanian setempat. Selain itu, dibukanya pintu komunikasi secara langsung antara petani dan pengumpul oleh Asosiasi Petani Pisang Cugenang membuat petani memiliki akses kepada pasar secara langsung. Hal ini mengakibatkan perubahan tujuan pemanfaatan komoditas pisang yang kini semuanya mengacu kepada permintaan pasar, yang mengakibatkan terjadinya perubahan dalam proses distribusi komoditas pisang. Di lain sisi, dominasi penguasa modal besar (Bandar pisang) juga dapat masuk dengan bebas. Fenomena yang tampak ketika tekanan intervensi pasar menguat yang terjadi adalah aktor di dalam *value chain* tersebut membentuk kerjasama pada dimensi sosial-ekonomi untuk memperkuat eksistensinya pada usaha komoditas pisang. Selain kerjasama, persaingan menjadi suatu hal yang niscaya terjadi karena keterikatan aktor pada *value chain* berbasis kerjasama. Persaingan ini kemudian akan menghasilkan pergeseran petani menuju *value chain* tertentu. Gambaran mengenai dinamika dalam proses inilah yang dianalisis dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Komoditas Pisang di Cianjur

Pada penelitian ini, dua desa di Kecamatan Cugenang dijadikan sebagai tempat penelitian yaitu Desa Talaga dan Desa Sarampad. Kecamatan Cugenang menjadi area sentra pengembangan pisang di Cianjur, Jawa Barat. Hal ini dikarenakan kekhasan kondisi topografi daerah yang berada di dataran tinggi membuat hasil produksi pisang dari daerah ini berbeda. Kecamatan ini berada di ketinggian 300-1035 mdpl dengan posisi kemiringan sebesar 3-40 persen. Total luas lahan Kecamatan Cugenang adalah 6565 hektare dengan penggunaan 2083 hektar untuk lahan sawah, 4029 hektar untuk pertanian bukan sawah, dan 453 hektar sisanya untuk bukan pertanian. Luas areal lahan pisang di Kecamatan Cugenang adalah 786 hektar.

Desa Sarampad merupakan daerah dengan areal memanjang dari dataran tinggi ke daerah dataran yang lebih rendah. Dataran dengan ketinggian 1300 meter di atas permukaan laut, membuat daerah ini cocok ditanami teh, sayuran, hingga padi. Sedangkan Desa Talaga merupakan Desa Talaga yang berada di posisi lebih rendah dibanding Sarampad. Komoditas utama di desa ini adalah pertanian sawah dengan frekuensi panen sekali dalam setahun. Sehingga setiap enam bulan, tepatnya di musim kemarau, petani tidak mendapatkan penghasilan karena bukan musim tanam padi. Awalnya, pisang bukanlah komoditas unggulan di kedua desa ini meski desa ini memiliki produk pisang unggulan yang mampu memenuhi selera pasar. Pisang merupakan tanaman lokal yang sudah lama tumbuh dan dikembangkan secara turun temurun di Kecamatan Cugenang. Komoditas pisang umumnya diusahakan dalam skala kecil, tersebar hampir di seluruh desa bahkan hampir di setiap pekarangan desa Sarampad dan Talaga, ditanam sebagai tanaman tumpangsari, dan tanaman pelindung di pinggir-pinggir kebun atau pematang sawah.

Melihat potensi tersebut, pemerintah daerah Kabupaten Cianjur mencanangkan program budidaya pisang yang membawa fokus pada pengembangan pembangunan pertanian dan pedesaan yang berlandaskan pada inovasi teknologi pertanian guna meningkatkan produksi dan produktivitas serta mutu hasil pisang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bagian Hortikultura Dinas Pertanian Kabupaten Cianjur, arah pengembangan pisang di Cianjur mengikuti arah pembangunan di Kabupaten Cianjur menuju pada industrialisasi di bidang

pertanian melalui pengembangan agribisnis yang berkelanjutan dan juga berwawasan lingkungan. Menurutnya, persiapan ketangguhan petani dalam pembangunan pertanian bukan saja diukur dari kemampuan petani dalam mengatur usahanya sendiri, tetapi juga kemampuan dan ketangguhan petani dalam mengelola sumberdaya alam secara rasional dan efisien, berpengetahuan, terampil, cakap dalam membaca peluang pasar. Petani juga harus mampu menyesuaikan diri terhadap perubahan dunia dalam pembangunan pertanian. Oleh karena itu, wajar saja jika program ini menjadikan pisang sebagai komoditas yang dibudidayakan untuk kepentingan komersial.



Gambar 1. Timeline Perkembangan Komoditas Pisang

Program ini memberikan fasilitas berupa bantuan modal, penyuluhan, dan pemantauan komoditas pisang oleh penyuluh yang ditempatkan di setiap desa. program ini juga telah menginisiasi pembentukan kelembagaan formal yang berkaitan dengan sistem produksi yaitu kelompok tani, kelompok wanita tani (KWT), dan gabungan kelompok tani serta pada sistem distribusi komoditas pisang yaitu Asosiasi Kelompok Pisang Cugenang.

Asosiasi Kelompok Pisang Cugenang berperan sebagai penyedia informasi pasar untuk disampaikan langsung petani. Hal ini mengakibatkan terbukanya akses pasar secara langsung kepada petani. Seiring berjalannya waktu, tengkulak dengan berbagai variasinya semakin bermunculan yang memicu banyaknya persaingan antar tengkulak level daerah (Kecamatan) dan masuknya dominasi Bandar dari luar daerah.

Pisang menjadi salah satu komoditas andalan bagi 53 persen petani di Desa Talaga dan Desa Sarampad. Petani memilih pisang sebagai usaha utama maupun sampingan karena bermacam alasan. Lebih dari separuh petani melanjutkan usaha pisang yang dirintis oleh orangtua mereka, sedangkan 32 persen petani mulai menanam pisang saat program pengembangan pisang dilaksanakan. Rata-rata petani telah menanam pisang selama 17 tahun dengan sebanyak 23 persen petani telah menanam pisang selama lebih dari 21 tahun. Fakta tersebut membuktikan bahwa petani telah menanam pisang jauh sebelum program dilakukan, namun lebih banyak lagi yang menanam pisang ketika program diberlakukan di daerah ini.

Hampir seluruh responden (76%) yang diwawancarai menggantungkan kehidupannya dari hasil pertanian, 53 persen diantaranya khusus menanam pisang sebagai tanaman utama. Sisanya menjadikan pisang sebagai tanaman untuk menambah pendapatan keluarga. Hampir seperempat petani (23,5%) memiliki pendapatan perkapita di bawah rata-rata kemiskinan Kabupaten Cianjur tahun 2015 (Rp 264.580,00) dengan rata-rata sebesar Rp541.656,00 per bulan.

Tabel 2. Karakteristik Petani Pisang di Lokasi Penelitian

| Karakteristik | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|----------------|----------------|
| Jenis kelamin petani | | |
| Laki-laki | 89 | 89 |
| Perempuan | 11 | 11 |
| Usia Petani | | |
| Usia produktif (<= 60 tahun) | 63 | 63 |
| Usia non-produktif (>= 60 tahun) | 37 | 37 |
| Sumber Pendapatan | | |
| Pertanian | 76 | 76 |
| Non-pertanian | 24 | 24 |
| Status Petani | | |
| Petani pemilik penggarap | 12 | 12 |
| Petani pemilik | 72 | 72 |
| Petani penggarap | 11 | 11 |
| Buruh tani | 4 | 4 |
| Status Menanam Pisang | | |
| Utama | 53 | 53 |
| Sampingan | 47 | 47 |
| Kepemilikan Lahan Pisang | | |
| Milik Sendiri | 89 | 89 |
| Garap | 21 | 21 |
| Sewa | 2 | 2 |
| Jenis Petani Pisang | | |
| Petani kecil (< 5000 m ²) | 67 | 67 |
| Petani menengah (5000 m ² -1 ha) | 24 | 24 |
| Petani atas (>1 ha) | 9 | 9 |
| Jumlah Tanaman Pisang | | |
| <= 100 rumpun | 50 | 50 |
| 101 - 1000 | 41 | 41 |
| >= 1000 | 9 | 9 |

Jenis Value Chain dalam Distribusi Komoditas Pisang

Kabupaten Cianjur terletak pada jalur perdagangan yang strategis yakni dekat dengan ibukota Negara dan ibukota provinsi. Daerah-daerah tersebut sangat potensial sebagai pasar komoditas pisang ke berbagai wilayah yang lebih luas. Kabupaten Cianjur sendiri memiliki beberapa fasilitas pasar baik berupa pasar tradisional maupun pasar modern. Beberapa diantaranya adalah pasar induk, pasar tradisional, dan Pasar Cipanas. Penjualan pisang di Jawa Barat masih dalam bentuk pisang segar. Hal ini menyebabkan pisang merupakan komoditas yang memperhatikan efisiensi dan efektifitas dalam sistem distribusi agar kesegaran pisang tetap terjaga dan mampu bersaing di pasar nasional dan internasional. Produk pisang dari produsen (petani) hingga ke pengguna akhir (konsumen) akan melalui berbagai tahapan dan proses yang melibatkan suatu mata rantai yang saling ketergantungan. Pelaku rantai pemasaran dari produsen ke konsumen antara lain terdiri dari petani, pedagang perantara (ranting dan tengkulak), pedagang pengumpul besar (Bandar pisang), *supplier*, pengecer dan konsumen sebagai mata rantai akhir.

Petani secara umum menjual pisang ke tengkulak. Mereka tidak menjualnya langsung ke pasar. Hal ini disebabkan oleh dua hal.

Pertama, letak desa yang jauh dari pusat pasar. Desa Talaga dan Sarampad terletak lebih dari 15 kilometer ke Pasar Cianjur, 80 kilometer ke Pasar Bandung, dan 100 kilometer ke Pasar Induk Jakarta. Selain itu, letak kebun yang berjauhan dengan pemukiman, umumnya harus ditempuh dengan berjalan kaki dengan kondisi jalan tanah yang diperkeras sehingga apabila musim penghujan tiba sangat sulit menuju kebun karena jalan menjadi licin dan berlumpur. Dengan kondisi jalan dan mahal biaya transportasi di Desa Talaga dan Sarampad mendorong petani untuk menjual hasil panennya ke pedagang perantara (tengkulak). Pedagang perantara tersebut mampu menyediakan sarana transportasi untuk mengangkut pisang hasil panen petani dari kebun. Pedagang perantara yang bersentuhan langsung dengan petani adalah ranting dan tengkulak. Mereka yang datang ke kebun-kebum petani untuk mengumpulkan pisang. Proses panen pun dilakukan oleh mereka sendiri. Pembayaran dilakukan secara tunai oleh tengkulak setelah hasil panen pisang ditimbang. *Kedua*, mekanisme pembayaran komoditas pisang di pasar yang dirasa menyulitkan petani. Sistem pembayaran pasar yaitu bayar tunda, artinya pembayaran dilakukan setelah barang habis, membuat perputaran modal tengkulak menjadi terhambat. Sistem pembayaran yang diberlakukan tersebut membuat petani berkeberatan untuk menjual langsung produksi pisang mereka ke pasar. Hal ini dikarenakan dengan sistem tersebut, petani tidak dapat memutar kembali uang hasil penjualan pisang mereka. Padahal petani skala rakyat sangat menggantungkan biaya hidup mereka dari penjualan pisang.

Sistem distribusi komoditas pisang yang dilakukan di kedua desa ini bersifat bebas terbuka, artinya petani baik yang tergabung dalam kelompok tani ataupun tidak, tidak terikat oleh perjanjian apapun dengan pelaku berikutnya. Hubungan yang muncul diantara mereka hanya merupakan hubungan keakraban yang menimbulkan kelanggengan transaksi. Mayoritas petani pisang memilih tengkulak berdasarkan harga terbaik. Namun beberapa petani juga menjualnya karena alasan persaudaraan sehingga petani ini tidak mendapatkan kesempatan untuk memilih tengkulak. Petani melakukan pemasaran melalui ranting, bagian pemasar di kelompok tani atau tengkulak, selanjutnya bagian tersebut menjual hasil produksinya kepada Bandar atau pengumpul di Pasar. Masing-masing rantai memiliki perannya masing-masing, bergantung kepada siapa pelaku rantai selanjutnya. Ranting menjalankan fungsi pertukaran yaitu pembelian kepada petani pisang. Tengkulak dan bagian pemasar kelompok sama-sama melakukan proses *sortasi*. Bagian beberapa tengkulak yang bekerja sama dengan Bandar melakukan proses *packing* kemudian meneruskannya kepada Bandar pisang. Kemudian Bandar akan menyalurkan pisang yang sudah dikemas ke pengumpul di pasar kota lain dan *supplier* pasar ritel di Jakarta dan sekitarnya. Sedangkan, tengkulak yang langsung menjualnya kepada pasar, mereka tidak melakukan proses *packing*. Hal ini dikarenakan mereka menjualnya sesuai sortir kualitas tanpa perlu tambahan kemasan. Bagian pemasar dan beberapa tengkulak memainkan peran pemilihan pisang yang layak jual (*sortir*), sedangkan bagian produk yang tidak masuk kualifikasi penjualan akan dimasukkan ke industri rumah tangga untuk dijadikan pisang olahan berupa sale atau kripik pisang. Selain untuk konsumsi segar, beberapa kultivar pisang di daerah Cianjur dikhususkan sebagai bahan baku untuk produk olahan seperti sale pisang, kripik pisang, dan pisang goreng/bakar. Dampak dari program pengembangan pisang adalah terbentuknya kelompok wanita tani yang berfungsi sebagai pengolah pisang untuk dijadikan produk olahan. Tingginya keragaman ini memberikan peluang kepada petani pisang untuk dapat memilih jenis pisang komersial yang dibutuhkan konsumen dengan memperhatikan pemanfaatannya. Saat ini sistem distribusi pisang masih dikuasai oleh Bandar

(tengkulak besar), tengkulak menawarkan harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan bila petani menjual hasil panen pisang kepada ranting. Namun, banyaknya petani yang enggan untuk melakukan fungsi *sortir* dan *packing* yang membuat mereka lebih memilih untuk menjual pisang kepada ranting, pemasar kelompok, atau tengkulak.

Berdasarkan analisis dari sistem pemasaran diketahui terdapat tujuh rantai pemasaran yang digunakan oleh petani pisang di daerah penelitian, yaitu:

- a. Tipe A: Petani – Konsumen Akhir,
- b. Tipe B: Petani – Tengkulak – Pasar Cianjur,
- c. Tipe C: Petani – Pemasar Kelompok – Pasar Induk Jakarta,
- d. Tipe D: Petani – Pemasar Kelompok – Pasar Cianjur dan Bandung,
- e. Tipe E: Petani – Tengkulak – Bandar – Pasar Ritel,
- f. Tipe F: Petani – Tengkulak – Bandar – Pasar Induk Jakarta, dan
- g. Tipe G: Petani – Ranting – Tengkulak – Bandar – Pasar Lokal, Pasar Jakarta, dan Ritel.

Rantai pemasaran tersebut tidak bersifat tetap. Tipe rantai pemasaran ini berubah bergantung dengan ketersediaan pisang di pasar. Jika produksi pisang sedang menurun akibat serangan penyakit, hama, dan angin besar, maka Bandar akan langsung membeli pisang dari petani. Harga pisang di tingkat petani berbeda bergantung kepada jenis pisang dan pembelinya. Pembelian pisang dari petani didominasi teknik penjualan sistem timbangan tanpa memperhatikan kualitas pisang, sehingga petani memperoleh pendapatan seharga berat pisang yang diperolehnya. Harga pisang yang langsung dibeli oleh ranting dari petani berkisar antara Rp. 2500,00- 3000,00 per kilogram untuk Pisang Ambon Kuning, Pisang Raja Bulu, dan Pisang Raja Sereh sedangkan Pisang Ambon Lumut dan Pisang Nangka hanya setengah dari harga tersebut. Ranting mengambil untung Rp 500,00 – 1000,00 per kilogramnya ditambah dengan biaya timbang tandan sebesar Rp 1000 pertandan untuk dijual kepada tengkulak. Sedangkan tengkulak dan bagian pemasar kelompok yang sama-sama melakukan proses *sorting* dan *packing* menghargai pisang sesuai dengan *grade* kualitas pisang tersebut. Pada tahap ini, pisang dijual per peti berisi 100 kilogram pisang yang disesuaikan dengan *grade* kualitas pisang. Harga jual pisang dari tengkulak kepada Bandar meningkat menjadi 100 persen yaitu menjadi Rp 8000,00 per kilogram. Bandar melakukan fungsi distribusi kepada pasar ritel di Jakarta yang akan memberikan label merk ke produksi pisang tersebut. Bagian rantai yang melakukan fungsi pengolahan, *sortasi*, dan *packing* cenderung mendapatkan porsi keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan bagian fungsi lainnya dalam rantai nilai. Masing-masing bagian rantai dalam sistem *value chain* ini melakukan fungsi-fungsi yang dapat menambah nilai ekonomi penjualannya.

Saat ini, produksi pisang dikembangkan oleh petani skala rakyat yang memiliki dua tujuan yaitu untuk konsumsi keluarga dan sumber pendapatan keluarga. Hal ini mempengaruhi pemilihan varietas pisang dalam penanamannya oleh petani. Varietas yang paling banyak dicari yaitu Pisang Ambon, Pisang Ambon Lumut, Pisang Raja Bulu, Pisang Raja Sereh, dan Pisang Nangka. Hampir seluruh petani menanam kelima kultivar tersebut di kebun pisang mereka. Mereka memprioritaskan Pisang Ambon Kuning, Pisang Raja Bulu, dan Raja Sereh sebagai varietas yang khusus untuk dijual, sehingga membatasinya untuk konsumsi keluarga. Sedangkan Pisang Ambon Lumut dan Pisang Nangka dimanfaatkan untuk kedua tujuan tersebut. Hal ini dikarenakan harga jual Pisang Nangka dan Pisang lumut yang hanya setengah dari harga jual tiga varietas yang lain. Penentuan harga

sangat ditentukan oleh harga pisang di Pasar Induk Jakarta sebagai pasar yang melibatkan pemasaran bersifat grosir untuk konsumen skala besar dan penerimaan stok pisang lintas daerah. Jika persediaan pisang sedang melimpah, maka harga pisang akan turun begitupun sebaliknya. Meski demikian, harga pisang masih dianggap cukup stabil oleh petani.

Relasi Antar Aktor

Aktor yang terlibat dalam pemasaran pisang adalah petani, pengumpul, pedagang perantara kecil dan besar, pedagang lokal dan daerah, dan pengecer. Peran utama petani lebih besar pada tahap produksi. Pengumpul, pedagang perantara, dan pengecer dalam tingkat yang berbeda, memerankan peranan *sorting*, *packing*, penyimpanan, dan transportasi. Berdasarkan hubungan yang terjadi antar aktor dalam alur distribusi komoditas pisang, terdapat relasi kerjasama dan persaingan baik secara vertikal maupun horizontal. Relasi kerjasama horizontal terdapat pada sesama petani, sedangkan kerjasama vertikal terjadi antara petani dengan tengkulak. Persaingan pun terjadi secara horizontal (antar tengkulak baik antara bagian pemasaran kelompok – tengkulak) maupun vertikal (Bagian pemasar kelompok – Bandar).

Persaingan antar pengumpul pada level daerah terjadi karena faktor bertambahnya jumlah tengkulak dan terlalu fluktuatifnya produksi pisang di Cianjur. Selain itu, masuknya dominasi Bandar luar daerah membuat tengkulak daerah kalah saing karena modal yang terbatas. Hal inilah yang membuat bagian pemasar ataupun tengkulak tidak dapat menjual pisang ke pasar ritel. Mereka memilih pengumpul yang dapat membayar secara langsung. Dampak dari hal ini adalah adanya spesifikasi daerah penjualan. Bandar pisang yang datang dari luar daerah Cianjur memiliki akses ke pasar ritel dan kesepakatan pasokan komoditas yang reatif tetap. Untuk mengantisipasi kurangnya pasokan produksi pisang, Bandar mengadakan kerjasama dengan para tengkulak dalam hal pemberian modal yang digunakan untuk proses pengumpulan pisang, *sortir*, dan *packing*. Sedangkan tengkulak atau pemasar kelompok mengandalkan kepada daya tampung pasar dalam memasarkan pisang mereka.

Kerjasama horizontal antar petani terwujud dalam hubungan kelompok tani. Hubungan kelompok tani mempermudah petani untuk selalu mendapatkan informasi mengenai harga pisang di Pasar Induk Jakarta. Hal ini membuat petani memiliki standar harga sehingga mereka dapat memilih pembeli dengan harga terbaik. Namun Pisang Ambon dan Pisang Raja relatif rentan terhadap serangan penyakit layu fusarium sehingga banyak petani yang mengalami gagal panen dan sampai saat ini belum adanya penanggulangan yang efektif dari dinas pertanian terkait. Kondisi ini membuat petani sering merugi. Penyakit ini ditambah beberapa kondisi khusus (angin besar, berkurangnya lahan) menyebabkan produksi pisang Jawa Barat merosot mulai tahun 2013 hingga saat ini. Dengan keterbatasan modal yang dimiliki, beberapa petani pisang menerima tawaran modal dari tengkulak. Hal ini kemudian disiasati oleh Bandar dengan menjalin kerjasama dengan ranting ataupun tengkulak dengan memberikan modal kepada mereka untuk mengumpulkan pisang dari petani. Ketersediaan modal tersebut membantu tengkulak dalam melakukan pembelian pisang secara tunai kepada petani dan pemasaran beras sehingga dapat memenuhi target pemesanan para konsumen. Selain itu, tengkulak juga dapat menggunakan modal tersebut untuk menyediakan sarana produksi pertanian dan pemberian kredit pertanian kepada para petani yang membutuhkan. Implikasi lebih lanjut adalah para petani dapat secara kontinyu memproduksi pisang serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hubungan kerjasama

dilakukan atas dasar kepercayaan transparansi harga. Selama kesepakatan yang dibangun dapat dijalankan oleh kedua pihak maka kerjasama dapat berlangsung terus. Tidak berjalannya kelompok, tidak lagi mengharuskan petani menjual hasilnya kepada bagian pemasar kelompok membuat pendapatan mereka menurun. Bagian pemasaran kelompok masih memiliki “produsen tetap” karena hubungan erat selama berada di kelompok. Selain itu, bagian pemasar kelompok ini terkadang memberikan keleluasaan pembayaran hasil pisang kepada petani, yaitu secara tunai, sebagai tabungan, atau sebagai jaminan pinjaman. Bagian pemasar membayar secara tunai penjualan pisang tersebut kepada para petani. Bagian pemasar dapat juga memberikan pinjaman sarana produksi yang diperlukan petani pisang untuk memperlancar proses produksi pisang ataupun untuk kebutuhan sehari-hari mereka.

Hubungan yang dibangun antara petani dengan pedagang perantara baik ranting, tengkulak, dan bagian pemasar kelompok adalah pencarian keuntungan terbesar. Petani dapat dengan mudah berpindah dari satu jenis *value chain* satu ke *value chain* yang lain. Namun, kesempatan berpindahnya petani tersebut tidak dinikmati oleh sebagian besar petani kecil. Separuh dari petani kecil terikat hutang dengan tengkulak ataupun bagian pemasar kelompok. Para petani tersebut melunasi hutang dengan cara menjaminkan pisang kepada para pemberi pinjaman modal. Penentuan harga pisang dilakukan ketika pinjam-meminjam dilakukan kemudian dijadikan standar besar pinjaman yang diberikan. Hanya saja, jika kondisi pisang pada saat panen tidak memenuhi kualitas maka petani harus mengganti pisang di panen berikutnya. Hal inilah yang membuat petani kecil tidak dapat berpindah ke pembeli yang mampu memberikan harga yang lebih baik. Pada Gambar 2 dapat diperhatikan alur *value chain* masing-masing tipe. Dari tipe-tipe tersebut dapat dilihat, semakin tinggi kedudukan aktor pada *value chain* tersebut maka semakin kuat kerjasama yang terjadi namun sebaliknya semakin asimetris hubungan yang terjadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

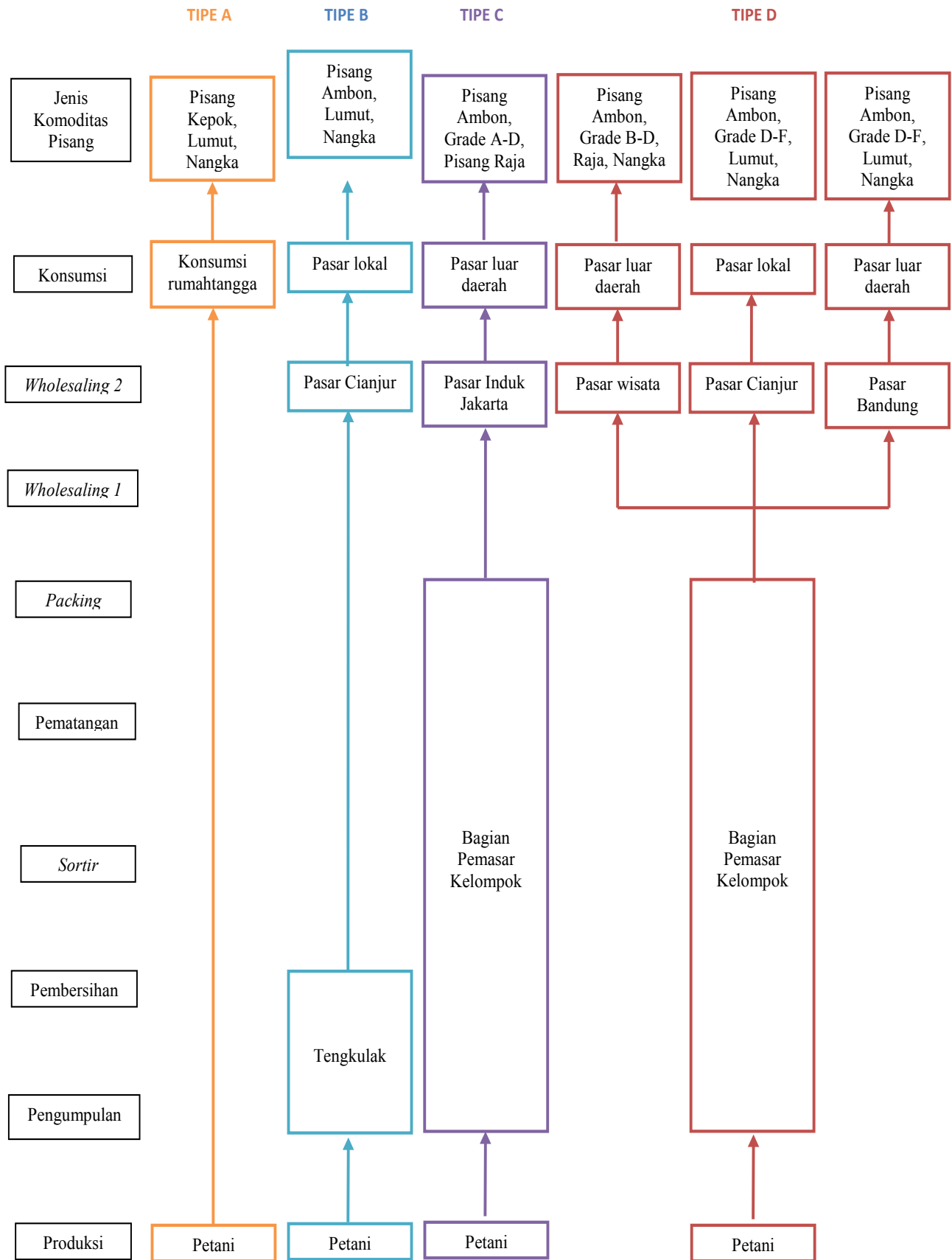
1. Secara keseluruhan, terdapat tujuh jenis *value chain* antara petani sampai ke konsumen akhir. Jenis *value chain* ini bersifat terbuka yang memungkinkan petani untuk berpindah dari satu jenis *value chain* ke jenis yang lain berdasarkan keuntungan materi yang paling besar.
2. Relasi yang dibentuk antar aktor dalam masing-masing *value chain* adalah persaingan dan kerjasama. Relasi ini dibangun berdasarkan aliran informasi, *input*, dan keuangan. Kerjasama dilakukan oleh antar petani dalam bentuk kelompok tani, petani dengan tengkulak dalam bentuk pinjaman modal, dan tengkulak dengan Bandar dalam bentuk pinjaman modal dan jaminan pasar. Hubungan persaingan terjadi antar pembeli perantara tingkat daerah (bagian pemasaran kelompok dan tengkulak) untuk mendapatkan produksi pisang.

DAFTAR PUSTAKA

- Babatunde RO, Omotesho, Sholotan. 2007. Socio-Economics and Food Security Status of Farming Households in Kwara State, North-Central Nigeria. *Pakistan Journal of Nutrition* 6(1): 49-58. Asian Network for Scientific Information. Doi 10.3923/pjn.2007.49.58
- Budiyanto M. 2010. Model Pengembangan Ketahanan Pangan Berbasis Pisang Melalui Revitalisasi Nilai Kearifan Lokal. *Jurnal Teknik Industri* [Internet] [diunduh 2016

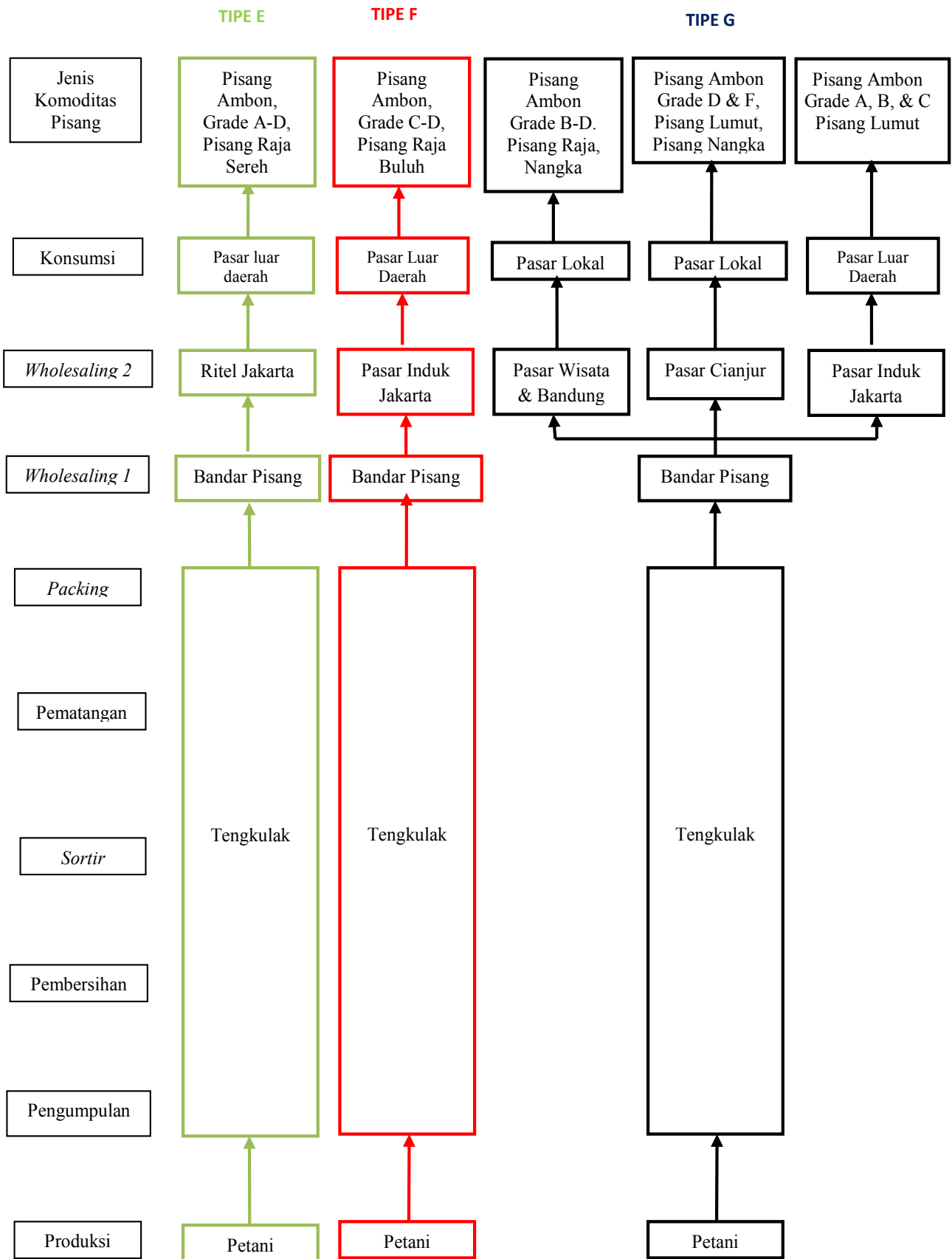
- Maret 3]. Vol. 11, No. 2, Agustus 2010: 170–177. Tersedia ada: <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/industri/article/download/670/693>
- Beimsten H. 2015. *Dinamika Kelas dalam Perubahan Agraria*. Seri Kajian Petani dan Perubahan Agraria. Yanuardi D, Muntaza, Herwinarko SA, penerjemah; Wiradi G, Savitri L, Sirimorok, Ni'am L, editor. Yogyakarta: INSIST Press. Terjemahan dari: *Class Dynamics of Gararian Change*
- Clegg P. 2002. *The Carribean Banana Trade from Colonialism to Globalization*. New York: Palgrave Macmillan
- Damsar. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Media Grup
- Dicken P, Kelly P, Olds K, Yeung H. 2001. Chains and networks, territories and scales: towards a relational framework for analysing the global economy. *Journal of Global Network*. Vol 1 (2): 89-112. Doi: 10.1111/1471-0374.00007
- Dodo MK. 2014. Multinational Companies in Global Banana Trade Policies. *Journal of Food Processing and Technology*. Vol 5(8): 1-8. doi: 10.4172/2157-7110.1000351
- Ebiowei KP, Eugene OC, Jackson NN. 2014. Socio-Economic Determinants and Productivity in Banana and Plantain Production. *Global Institute for Research and Education*. [Internet]. [diunduh 2016 Januari 18]. Vol 3(1): 26-31. ISSN: 2319-5584. Tersedia pada: <http://gifre.org/library/upload/volume/26-31-vol-3-1-14-gibahs.pdf>
- [FAO] Food and Agriculture Organization. 2014. The Changing Role of Multinational Companies in the Global Banana Trade. Roma: RAMHOT Products Team. [diunduh 2016 Mei 2]. Tersedia pada: <http://www.fao.org/docrep/019/i3746e/i3746e.pdf>
- Granovetter M, Swedberg R. 1992. *The Sociology of Economic Life*. San Francisco: Wetview Press
- Grossman LS. 1998. *The Political Ecology of Bananas : Contract Farming, Peasants, and Agrarian Change in the Eastern Caribbean*. USA: The University of North Carolina Press
- Harvey M, Quilley S, Beynon H. 2004. *Exploring The Tomato, Transformations Of Nature, Society, And Economy*. Britain: Edward Elgar Publishing
- Hutchins M, Sutherland J. 2008. An exploration of measures of social sustainability and their application to supply chain decisions. *Journal of Cleaner Production Elsevier*. Vol 16 (6): 1688-1698. Doi: 10.1016/j.jclepro.2008.06.001
- Indriana H. 2016. Dinamika Kelembagaan Pertanian Organik Menuju Pembangunan Berkelanjutan. *Sodality*. Vol.4 (2): 192-207. Doi: [10.22500/sodality.v4i2.13652](https://doi.org/10.22500/sodality.v4i2.13652)
- Kementerian Pertanian. 2014. *Outlook Komoditi Pisang 2014*. Kementan: Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian
- Lambert D, Cooper M, Pagh J. 1998. Supply chain management: implementation issues and research opportunities. *The International Journal of Logistics Management*. Vol. 9 (2): 1-19. Doi: 10.1108/09574099810805807
- Mitchell J, Coles C. 2011. *Markets and Rural Poverty: Upgrading in Value Chains*. Canada: Earthscan
- Rausch S, Negrey C. 2006. Does the creative engine run? A consideration of the effect of creative class on economic strength and growth. *Journal of Urban Affairs*. Vol 28 (5): 473-489. Doi: 10.1111/j.1467-9906.2006.00310
- Seuring S, Muller M. 2008. From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production Elsevier*. Vol 16 (6): 1699-1710. Doi: 10.1016/j.jclepro.2008.04.020
- Sumarti T. 2007. Kemiskinan petani dan strategi nafkah ganda rumah tangga pedesaan. *Sodality*. Vol. 01, No 02. 217-232 ISSN: 1978-4333
- Wiley J. 2008. *The Banana: Empire, Trade Wars, and Globalization*. Lincoln and London: University of Nebraska Press
- Wilson M, Jackson P. 2016. Fair-trade bananas in the Caribbean: Towards a moral economy of recognition. *Journal of Geoforum Elsevier*. Vol 70: 11-21. Doi: 10.1016/j.geoforum.2016.01.003
- Vachon S, Mao Z. 2008. Linking supply chain strength to sustainable development a country-level analysis. *Journal of Cleaner Production Elsevier*. Vol 16 (6): 1552-1560. Doi 10.1016/j.jclepro.2008.04.012

Lampiran 1.



Gambar 2. Alur Value Chain Komoditas Pisang

Lampiran 2.



Lanjutan Alur Value Chain Komoditas Pisang