

PENGARUH PEMASARAN TERHADAP PENDAPATAN PETANI PESERTA
PERHUTANAN SOSIAL

Di RPH Gantar, KPH Indramayu
Kabupaten Indramayu, Jawa Barat

Oleh :

Agung Harijanto*)

Latar Belakang dan Permasalahan

Dewasa ini tidak kurang dari 20 persen lahan hutan Indonesia dalam keadaan tidak produktif, dimana setengah lahan tersebut merupakan lahan kritis. Proses pengrusakan tersebut masih terus berlangsung terus dengan laju sekitar 400.000 hektar setiap tahunnya (Al Rasyid, 1981).

Pendekatan yang ditempuh dalam mengatasi atau meminimisasi permasalahan kehutanan yang ada dengan melalui pembangunan kehutanan yang meningkatkan fungsinya sesuai dengan fungsi sebenarnya, dan dampaknya terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat sekitar hutan. Pembangunan hutan juga harus berorientasi pada konservasi sumberdaya alam dalam arti luas dan berwawasan tata hidup manusia.

Salah satu jalan yang ditempuh oleh pemerintah Indonesia dalam pembangunan kehutanan yang sesuai dengan permasalahan yang ada adalah dengan melaksanakan kegiatan kehutanan yang memperhatikan keselarasan hubungan antara hutan dengan masyarakat sekitarnya. Kegiatan yang telah dan terus dikembangkan hingga saat ini adalah program Perhutanan Sosial (Social Forestry). Social Forestry sendiri menurut Dirjen Pengusahaan Hutan, 1987 mencakup kegiatan :

1. Participatory Forestry
2. Village Forestry
3. Community Forestry
4. Farmer Forestry

*) Mahasiswa S1 Fakultas Perhutanan IPB di bawah Bimbingan Ir. Sunarto.

Dalam pola tataguna lahan di Pulau Jawa, kawasan hutan masyarakat sekitar hutan merupakan daerah yang jauh dari pusat konsumsi. Kondisi yang demikian mengakibatkan panjangnya jalur pemasaran yang harus dilalui oleh hasil pertanian dari usahatani Perhutanan Sosial. Selain itu juga informasi dari konsumen tidak akan pernah sampai kepada petani (produsen) sehingga posisi petani menjadi lebih sulit. Hal ini dijelaskan oleh Nasendi (1988) sebagai suatu permasalahan terutama pada daerah dataran rendah di Pulau Jawa yaitu yang disebabkan oleh belum adanya suatu sistem pemasaran hasil usahatani Perhutanan Sosial yang baik.

Tujuan Penelitian

Tujuan dan kegunaan penelitian yang ingin dicapai yaitu :

1. Melihat keragaan usahatani petani peserta Perhutanan Sosial
2. Melihat keragaan pola pemasaran produk pertanian yang telah ada dan menganalisisnya
3. Mencari suatu pola pemasaran bagi hasil Perhutanan Sosial yang lebih baik
4. Melihat pengaruh tingkat pendapatan petani dari adanya perbaikan pemasaran hasil.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan dengan **purposive sampling** yaitu di lokasi Perhutanan Sosial pada KPH Indramayu, BKPH Haurgeulis, RPH Gantar. Pada RPH Gantar terdapat dua lokasi Perhutanan Sosial yaitu pada lokasi petak 70 yang luasnya 25,6 hektar dengan pesanggem berjumlah 54 orang dan penanaman dilakukan pada periode 1988/1989, sedangkan lokasi yang lain yaitu pada petak 68 dengan luas 45,6 hektar dan jumlah pesanggemnya 85 orang yang mulai penanaman pada periode 1989/1990.

Penelitian dilakukan dengan waktu yang relatif lama yaitu sejak bulan Pebruari 1990 hingga 22 Desember 1990. Penggunaan waktu tersebut bisa dibagi menjadi tiga yaitu masa persiapan Pebruari - Mei 1990, masa di lapangan Mei - September 1990, dan masa penyelesaian September - Desember 1990.

Metode Pengambilan Contoh dan Jenis Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara dan diskusi dengan petani Perhutanan Sosial, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, dan grosir. Sedangkan data sekunder diperoleh dari mulai dari tingkat desa hingga tingkat kecamatan dan kabupaten serta dinas-dinas serta instansi terkait dengan penelitian ini.

Dalam usaha untuk memperoleh data primer tersebut digunakan kuesioner dan metode diskusi yang disertai dengan pengamatan langsung terhadap pelaksanaan perdagangan yang dilakukan serta pelaksanaan Perhutanan Sosial itu sendiri. Petani responden ditentukan dengan menggunakan tabel acak dan dari informasi petani inilah mulai dirunut jalur pemasaran serta lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran hasil Perhutanan Sosial. Dari hasil penggunaan tabel acak tersebut diperoleh responden petani sebanyak 54 orang dengan jumlah pedagang 8 pedagang desa, 4 pedagang perantara, dan 3 pedagang pengumpul kecamatan.

Metode Analisa Data

Usahatani adalah kegiatan untuk mengkoordinasikan dari berbagai faktor yang meliputi tanah, modal, tenaga kerja, dan keahlian untuk mendapatkan pendapatan dari kegiatan tersebut (Bachtiar Rifai dalam Soeharjo, Patong 1973).

Pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi yang dapat menghasilkan berbagai kegunaan, yang meliputi kegunaan waktu, kegunaan bentuk dan kegunaan tempat. Sehingga dapat dikatakan bahwa kegiatan pemasaran dapat memberikan manfaat yang diinginkan konsumen dengan cara mempertinggi nilai guna dari suatu komoditi.

Untuk melihat usahatani dan pemasaran tersebut maka digunakan berbagai analisis yang meliputi analisis R/C, margin pemasaran, hubungan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pedagang pengumpul kecamatan, analisis informasi harga, analisis elastisitas transmisi harga, dan analisis biaya angkutan, serta analisis regresi dan prosentase untuk melihat efisiensi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan Usahatani

Sebagaimana yang diuraikan sebelumnya bahwa usahatani dilakukan untuk memperoleh produk dari lapangan pertanian yang pada akhirnya akan diukur dalam bentuk pendapatan usahatani. Pada pembahasan pendapatan responden dibedakan atas empat strata yang masing-masing strata didefinisikan sebagai berikut :

1. Strata satu : yaitu merupakan responden yang hanya memiliki lahan Perhutanan Sosial saja. Dengan demikian pendapatan rumahtangga dari usahatani seratus (100) persen berasal dari lahan Perhutanan Sosial. Petani pada strata satu ini berjumlah 25 orang atau 46,3 persen sehingga hampir setengah dari responden.
2. Strata dua : yaitu merupakan responden yang hanya memiliki lahan milik Perum Perhutani baik yang berupa lahan Perhutanan Sosial maupun lahan campuran yang terdiri atas lahan tumpangsari terkendali kayu putih dan lahan sengket. Pada strata dua ini pendapatan rumahtangga dari usahatani seratus (100) persen berasal dari lahan milik Perum Perhutani baik yang digunakan dengan ijin maupun tanpa ijin. Jumlah responden yang ada pada strata dua ini berjumlah empat 94) orang responden atau 5,56 persen.
3. Strata tiga : merupakan responden yang memiliki lahan milik yaitu sawah, selain lahan Perhutanan Sosial, sehingga pendapatan rumahtangga dari usahatani selain berasal dari lahan Perhutanan Sosial juga berasal dari lahan sawah. Responden pada strata ini sebanyak 12 orang atau 22,22 persen.
4. Strata empat : yaitu responden yang memiliki ketiga jenis lahan yaitu lahan Perhutanan Sosial, lahan sawah dan lahan campuran. 13 orang responden yang masuk dalam strata empat ini atau sebesar 25,94 persen.

Pembedaan strata ini merupakan usaha untuk memudahkan pembahasan dan pengamatan dari pertambahan pendapatan rumahtangga dari usahatani karena pertambahan lahan dan perbaikan pemasaran. Sehingga mudah dibandingkan antar masing-masing strata.

Tabel 1. Luas Tanam Petani Responden pada Masing-masing lahan

Strata Jenis Lahan	Strata I	Strata II	Strata III	Strata IV
Perhut Sos MT I	0,9871	0,2500	0,2500	0,3750
Perhut Sos MT II	0,1420	0	0,1375	0,2045
Sawah MT I	0	0	0,8360	0,7970
Sawah MT II	0	0	0,4837	0,3473
Campuran MT I	0	0,8333	0	0,6545
Campuran MT II	0	0,1667	0	0,0227

Sumber : Data Olahan

Tabel 2. Persentase Pendapatan Peserta Perhutanan Sosial per Luas Efektif per Strata Menurut Jenis Sumber Hasil Pertanian

Strata	Jenis Lahan	Perhutanan Sosial	Sawah	Campuran	Total
Strata I	SAS	100	-	-	100
Strata I	STS	100	-	-	100
Strata II	SAS	63	-	-163	-100
Strata II	STS	19	-	81	100
Strata III	SAS	55	45	-	100
Strata III	STS	20	80	-	100
Strata IV	SAS	25	79	- 4	100
Strata IV	STS	13	68	18	100

Catatan : SAS = Saat Terjadi Serangan penggerek Batang
STS = Saat Tanpa ada Serangan Penggerek Batang

Dari Tebl 1 dan 2 diatas terlihat untuk petani pada strata I ternyata pendapatannya berasal dari lahan Perhutanan Sosial semuanya dan kalau diamati dari nilai nominal yang diperoleh petani maka kita dapat melihat Tebl 3 berikut ini.

Tabel 3. Pendapatan Peserta Perhutanan Sosial per Luas Efektif per Strata dan per jenis Sumber Hasil Pertanian

Strata	Jenis Lahan	Perhutanan Sosial	Sawah	Campuran	Total
Strata I	SAS	67 484	-	-	67 484
Strata I	STS	105 261	-	-	105 261
Strata II	SAS	24 888	-	-64 698	-39 810
Strata II	STS	61 833	-	255 753	317 586
Strata III	SAS	139 010	115 136	-	254 146
Strata III	STS	153 464	627 304	-	780 768
Strata IV	SAS	80 460	249 724	-12 757	317 428
Strata IV	STS	132 039	684 208	183 033	999 280

Kedua tabel diatas menunjukkan pada kita bahwa pada strata I dan II termasuk golongan lemah dan miskin dengan tingkat pendapatan yang rendah sekali. Kalau tanpa lahan Perhutanan Sosial pada kondisi serangan nama maka tidak ada pendapatan dari sektor pertaniannya. Pada strata III dan IV sumbangan pendapatan dari lahan Perhutanan Sosial mulai menurun.

Analisis Efisiensi Pemasaran Komoditi Pertanian Perhutanan Sosial

Berdasarkan data dan analisis pemasaran dan struktur pasar yang ada pada lokasi penelitian terlihat bahwa pasar bersifat monopsoni pada tingkat pedagang pengumpul kecamatan. Hal ini sangat jelas terlihat bahwa jumlah pedagang pengumpul di tingkat kecamatan pada lokasi penelitian hanya ada tiga pedagang masing-masing membidangi satu bidang komoditi khusus saja. Ketiga pedagang itu yaitu satu pedagang untuk komoditi padi, satu pedagang untuk komoditi cabe dan sayuran dan satu pedagang palawija.

Menurut Krishnaswamy dan Smitch bahwa pemasaran hasil pertanian yang bersifat monopsoni tidak hanya bersifat eksploitatif tetapi juga tidak efisien yang menyebabkan perusahaan tidak bekerja dengan biaya minimum dan akan terjadi kesalahan dalam pengelolaan sumberdaya.

Menurut Sefuddin dan Dirjen. Dagri. salah satu strategi untuk memperbaiki pemasaran yaitu dengan memperbaiki margin pemasaran dengan memperbaiki mekanisme harga dan mengurangi kesempatan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari lembaga yang terlibat. Hal ini dapat dilakukan

dengan melakukan integrasi pasar yang bisa dilakukan dengan dua cara yaitu :

1. Integrasi vertikal ke belakang yang bisa dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan, hal ini akan meningkatkan share petani dari 1,95 hingga 9,6 persen seperti terlihat pada tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Besar Peningkatan Share Petani karena Perbaikan Marjin Pemasaran

Musim Tanam Tanaman	Musim Tanam I (persen)	Musim Tanam II (persen)
Padi	9,04	4,36
Kedele	3,71	5,80
Cabe	4,95	4,77
Kacang Tanah	1,95	9,60

Dan diperoleh tingkat pendapatan seperti pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Peningkatan Pendapatan Usahatani Total Petani Responden Per Luas Efektif Akibat Perbaikan Pemasaran

Strata	Jenis Lahan	Perhutanan Sosial(Rp)	Sawah (Rp)	Campuran (Rp)	Total (Rp)
Strata I	SAS	73 798	0	0	73 798
Strata I	STS	112 383	0	0	112 383
Strata II	SAS	28 006	(61 110)	0	(33 104)
Strata II	STS	65 854	277 801	0	343 655
Strata III	SAS	150 581	0	140 273	290 854
Strata III	STS	165 302	0	679 269	844 571
Strata IV	SAS	55 477	281 446	(11 582)	325 341
Strata IV	STS	140 645	742 620	199 574	1 082 839

2. Dilakukan dengan Integrasi vertikal ke belakang oleh KUD dan Bulog dan Integrasi Vertikal ke depan oleh petani dalam bentuk KTH.

KESIMPULAN DAN SARAN

Usahatani yang dilakukan oleh responden semakin beragam dengan adanya penambahan lahan Perhutanan Sosial yang merupakan lahan kering sehingga hal ini akan mengurangi resiko kegagalan panen. Sumbangan Perhutanan Sosial akan semakin menurun dari strata I ke strata IV yang disebabkan oleh semakin luasnya pemilikan lahan non Perhutanan Sosial.

Sistem pemasaran yang ada tidak efisien, sehingga untuk meningkatkan pendapatan petani tidak hanya dengan meningkatkan produksi dan luas lahan tetapi perlu perbaikan pemasaran dengan melakukan suatu integrasi baik integrasi vertikal ke belakang oleh swasta (pedagang besar dalam bentuk PIR pangan) dan juga Bulog dan KUD serta integrasi vertikal ke depan oleh petani dalam bentuk KTH.

