

**MENDUDUKKAN KOMODITAS MANGGA SEBAGAI
UNGGULAN DAERAH DALAM SUATU KEBIJAKAN SISTEM
AGRIBISNIS : Upaya Menyatukan Dukungan Kelembagaan Bagi
Eksistensi Petani**

***Considering Mangoes as Local High Priority Commodity in an
Agribusiness System Policy: an Endeavor to Unite Institutional
Support for The Benefit of Farmers***

Iwan Setiajie Anugrah

*Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian
Jl. A. Yani No. 70 Bogor 16161*

ABSTRACT

Horticultural commodities considered as alternatives for farmer's source of income need to continuously develop by all of the stakeholders. Mangoes in Majalengka District of West Java Province have been widely developed, either by individual or by the local government under the government's development of high priority commodities. West Java Province is the second largest provinces in Indonesia that produce many varieties of mangoes after East Java Province. The area of mango in West Java was 7,424 ha with total production amounted to 141,064 ton or equivalent to average productivity of 19 ton per ha (2003). Five main local varieties of mangoes found in the region, include Majalengka, Cirebon and Indramayu are *harumanis*, *gedong*, *gedong gincu*, *dermayu*, and *golek*. Out of these, specific variety, namely *gedong gincu* has a high competitive advantage and one of the export commodities from this region. Several problems associated with the development of this commodity are: (1) highly depending on wet season and rainfall, (2) farm scale, (3) advance payment and contract system of marketing with *tebasan* system of harvest, and (4) marketing profit are enjoyed mainly by the traders, not the farmers. With these problems, synergy support from several institutions to support the farmers is highly required within the current agribusiness system. Local mangoes should not consider only as "a local mascot" without further development in favor of the farmers. The local government of Majalengka District has been in the right direction to introduce partnership scheme of development in their endeavor to lift up local mangoes in a supportive agribusiness system for mutual benefit among the stakeholders.

Key words : *mangoes, local priority, agribusiness system*

ABSTRAK

Pengembangan komoditas hortikultura sebagai alternatif sumber perekonomian masyarakat dari sektor pertanian, senantiasa terus mendapat perhatian dari berbagai pihak. Salahsatu komoditas hortikultura yang berkembang diusahakan oleh masyarakat di Kabupaten Majalengka, adalah komoditas mangga. Pengembangan komoditas mangga di beberapa daerah di wilayah Kabupaten Majalengka, telah banyak dilakukan baik secara individu maupun dalam kaitan dengan program pengembangan komoditas unggulan

daerah melalui suatu sistem agribisnis. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu wilayah andalan pengembangan mangga di Indonesia yang memberikan kontribusi tertinggi kedua setelah Provinsi Jawa Timur. Luas panen mangga di Jawa Barat tahun 2003 mencapai 7.424 ha dengan total produksi 141.064 ton, atau setara dengan produktivitas 190 kwintal per ha. Lima jenis mangga utama yang dikembangkan di sentra mangga Jawa Barat yang meliputi kabupaten Majalengka, Cirebon dan Indramayu, adalah mangga harumanis, gedong, gedong gincu, dermayu dan golek. Diantara jenis mangga tersebut, gedong gincu merupakan jenis unggulan daerah yang mempunyai nilai kompetitif. Namun demikian usaha pengembangan produksi mangga secara umum masih dihadapkan pada permasalahan; (1) sangat dipengaruhi oleh musim dan curah hujan, (2) skala usahatani, (3) pemasaran dengan sistem tebasan, ijon dan kontrak yang mengarah kepada eksploitasi produksi, akibat adanya desakan kebutuhan ekonomi, menghindari resiko gagal produksi serta menghindari biaya pemeliharaan yang besar; dan (4) Secara umum *profit* pemasaran lebih banyak dinikmati oleh para pelaku pasar, bukan petani mangga. Dengan kondisi tersebut, perlu upaya konkret dari berbagai pihak terkait untuk menyatukan dukungan kelembagaan bagi eksistensi petani dalam suatu sistem agribisnis mangga yang dijalankan. Dukungan pemikiran serta kebijakan pemerintah daerah dalam upaya mencari solusi kearah itu sangat dinantikan sehingga komoditas mangga sebagai salahsatu komoditas unggulan daerah, tidak hanya menjadi "*maskot*" daerah semata tetapi juga harus menjadi sumber pendapatan yang menguntungkan bagi para petani yang mengusahakannya. Pemerintah Kabupaten Majalengka telah mencoba merintis kelembagaan kearah itu dengan pola kerjasama kemitraan, sekaligus sebagai bentuk dukungan nyata untuk mendorong eksistensi petani dalam sistem agribisnis mangga yang saling menguntungkan.

Kata kunci : *komoditas mangga, unggulan daerah, sistem agribisnis*

PENDAHULUAN

Pengembangan komoditas hortikultura sebagai sumber pertumbuhan baru sekaligus alternatif sumber perekonomian masyarakat di sektor pertanian senantiasa terus mendapat perhatian dari berbagai pihak. Adanya kecenderungan dan pergeseran paradigma pertanian tanaman pangan khususnya yang berbasis padi, pada lahan-lahan yang kurang produktif secara perlahan berkembang kearah pengusahaan komoditas ekonomis yang dapat dijadikan sumber pendapatan bagi petani dan keluarganya.

Kenyataan lain menunjukkan, relatif kompleksnya permasalahan yang dihadapi pada beberapa komoditas tanaman pangan serta produk olahannya selama ini, membuat para petani sebagai produsen utama, seringkali tidak merasa diuntungkan jika dikaitkan dengan pendapatan yang diperoleh dari usahatannya sehingga mendorong untuk mencari peluang dan menggali potensi baru dengan cara mengusahakan komoditas lain yang lebih kompetitif. Diantara jenis komoditas yang saat ini banyak diusahakan oleh para petani di beberapa daerah di Jawa Barat adalah komoditas mangga, baik secara individu maupun dalam kaitan dengan program pengembangan komoditas unggulan daerah, melalui suatu sistem

agribisnis. Khususnya di Kabupaten Majalengka, pengembangan komoditas unggulan mangga saat ini tidak saja dilakukan pada lahan kering, tetapi juga diusahakan pada lahan-lahan sawah produktif dengan pola tumpangsari, sehingga secara bertahap berdampak pada pengurangan jumlah luasan areal lahan sawah produktif yang ada dan berubah menjadi lahan kebun mangga.

Secara Nasional, berdasarkan laporan FAO (2004) dalam Saptana (2005), luas panen mangga berkembang pesat dari tahun 1994 hingga tahun 2004, yaitu dari luasan 36.981 hektar menjadi 185.773 hektar dengan total produksi 826.824 ton meningkat hingga mencapai total produksi 1.437.665 ton dari seluruh lokasi pertanaman yang tersebar hampir di seluruh wilayah di Indonesia. Salahsatu wilayah andalan pengembangan mangga di Indonesia, adalah provinsi Jawa Barat yang memberikan kontribusi tertinggi kedua setelah Provinsi Jawa Timur. Luas panen mangga di Jawa Barat tahun 2003, tercatat mencapai 7.424 hektar dengan total produksi 141.064 ton, setara dengan produktivitas 190 kuintal per hektar (Agustian, 2005).

Terdapat lima jenis mangga utama yang dikembangkan di sentra mangga Jawa Barat, meliputi wilayah Kabupaten Majalengka, Cirebon dan Indramayu, yaitu mangga Harumanis, Gedong, Dermayu dan Golek (Agustian *et al.*, 2005; Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jabar, 2001; Haeruman *et al.*, 2001). Diantara jenis mangga tersebut, mangga jenis "Gedong Gincu" merupakan jenis unggulan daerah yang mempunyai nilai kompetitif, sehingga intensitas perkembangan pertanaman jenis mangga ini diarahkan menjadi komoditas unggulan daerah Majalengka, sekaligus sebagai "maskot" produk daerah secara nasional maupun pada skala ekspor (Saptana, 2005 ; Haeruman *et al.*, 2001)

Namun demikian, pada umumnya sistem pengusahaan mangga dari tahap produksi hingga pemasaran hasil, belum sepenuhnya memberikan insentif yang optimal kepada petani yang selama ini mengusahakannya. Dari beberapa hasil kajian tentang komoditas mangga yang dilakukan Agustian *et al.* (2005); Saptana *et al.* (2005); Iswariyadi *et al.* (1993); Kusumo *et al.* (1989); Haeruman *et al.* (2001); Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jawa Barat (2001) serta hasil kajian lain yang terkait, menunjukkan bahwa selama periode penelitian tersebut keuntungan dari kegiatan agribisnis mangga, lebih banyak dinikmati oleh sebagian besar pelaku di tingkat pedagang atau pelaku pemasaran secara umum. Sehingga dengan kondisi tersebut, sudah saatnya dipikirkan suatu upaya untuk menjembatani posisi tawar petani sebagai produsen agar memperoleh keuntungan yang layak, sebagaimana perolehan keuntungan yang telah diterima oleh para pelaku pasar lainnya (Iswariyadi *et al.*, 1993; Agustian, 2005 dan Saptana, 2005).

Tulisan ini mencoba menyampaikan suatu gambaran tentang kondisi usahatani mangga yang selama ini telah dijalankan dalam satu tatanan kegiatan agribisnis serta beberapa hal yang terkait dengan pola-pola pengembangan komoditas mangga ke depan. Dengan informasi tersebut, maka baik secara langsung maupun tidak langsung diperoleh landasan analisis bagi sebuah dasar

pemikiran serta masukan kongkrit bagi para pengambil kebijakan, khususnya yang terkait dengan komoditas mangga yang diusahakan di beberapa sentra produksi mangga Jawa Barat maupun di tingkat nasional. Diharapkan selain dijadikan sebagai salah satu komoditas unggulan daerah, pengusahaan komoditas mangga juga secara langsung dapat meningkatkan pendapatan para petani yang mengusahakannya, disamping mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah secara keseluruhan di dalam tatanan sistem agribisnis yang sehat dan menguntungkan semua pihak.

KONSEP AGRIBISNIS DALAM PEMBANGUNAN PERTANIAN

Berbagai sumber dan literatur yang berkaitan dengan pembahasan konsep agribisnis telah disampaikan para ahli serta pemerhati masalah agribisnis, baik dari dalam maupun luar negeri. Konsep agribisnis seperti *dalam Haeruman et al.* (2002) meliputi beberapa batasan mengenai konsep agribisnis yang dihimpun dari berbagai sumber, seperti ;

1. Bungaran Saragih (1996), menjelaskan bahwa *agribisnis merupakan cara baru melihat dan membangun pertanian dimana pembangunan ekonomi berbasis pertanian tidak hanya terbatas pada pembangunan subsistem usahatani saja.*
2. Davis dan Goldberg (1957), memberikan definisi bahwa *“Agribusiness is the sum total of all operations involved in the manufacture and distributions of farm supplies; production operations on the farm; and the storage, processing and distribution of farm commodities and item made from them”.*
3. E. Paul Roy (1979); *“ Agribusiness is the coordinating science of supplying agricultural production inputs and subsequently producing, processing and distributing food and fiber”*
4. Kenneth D. Duft (1979); *“... Agribusiness includes all business enterprises that buy from or sell to farmers. The transactions may involve either a product, a commodity, or a service and encompasses items such as: (1) Productive resources (feed, seed, fertilizer, equipment, energy, machinery, etc); (2) Agricultural commodities (all food and fiber), and (3) Facilitative services (credit, insurance, marketing, storing, processing, transportation, packaging, distribution, etc).*

Definisi agribisnis yang lebih luas menurut Downey dan Erickson (1987) *dalam Sudaryanto dan Pasandaran (1993)*, adalah : *“ Agribusiness includes all those business and management activities performed by firms that provide inputs to the farm sector, produce farm products and process, transport, finance, handle, or market farm products “.* Kemudian batasan lain yang hampir sama dikemukakan pula oleh Davis dan Golberg (1957) *dalam Sudaryanto dan Pasandaran (1993)*, sekalipun dalam batasan ini tidak secara eksplisit memasukan jasa pelayanan, seperti pengangkutan dan *financial* di dalamnya.

Dari definisi di atas, terlihat bahwa agribisnis secara umum mencakup bidang-bidang usaha yang sangat luas dan pada prinsipnya dapat dikelompokkan ke dalam 5 (lima) komponen, yaitu: (1) bidang usaha yang menyediakan dan menyalurkan sarana produksi dan mesin-mesin pertanian, (2) bidang usaha dalam bidang produksi komoditas pertanian, (3) bidang usaha industri pengolahan hasil pertanian (agroindustri), (4) bidang usaha pemasaran hasil-hasil pertanian dan (5) bidang usaha pelayanan, seperti perbankan, angkutan, asuransi atau penyimpanan.

Berdasarkan pada beberapa konsep di atas, terlihat bahwa agribisnis merupakan paradigma baru pembangunan perekonomian suatu wilayah yang didasarkan pada pemberian nilai tambah produk hayati menjadi produk bernilai tinggi secara manfaat dan ekonomi (Gunawan, 1993). Pemberian ataupun peningkatan nilai tambah dapat dilakukan dengan berbagai upaya yang bersifat manajerial dan teknologi (Arifin, 2003). Upaya pemberian nilai tambah harus dilakukan karena agribisnis merupakan suatu aktivitas yang bersifat multifungsional, multidisiplin, multi *regional networking*. Secara umum agribisnis adalah suatu kegiatan rangkaian usaha pertanian yang dimulai dari persiapan tanam hingga pemasaran hasil atau produk dari usaha pertanian yang dilakukan. Didalamnya meliputi kegiatan perencanaan, pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan, penanaman, panen dan pasca panen serta pemasaran (Hadi, 1992; Deirenda, 1992; Sudaryanto, 1993; Haeruman, 2000).

Pengembangan agribisnis dalam fase desentralisasi ekonomi dan pembangunan ekonomi regional harus diterjemahkan menjadi peningkatan basis kemandirian daerah yang secara otomatis dan empiris mampu mengalirkan dan bahkan menciptakan dampak ganda aktivitas ekonomi lain di daerah. Otonomi daerah perlu diterjemahkan sebagai suatu kewenangan di daerah untuk lebih leluasa mengembangkan kombinasi strategi pemanfaatan suatu keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif yang ada di suatu daerah otonom (Arifin, 2003).

Dalam kaitan dengan komoditas mangga yang dikembangkan di Wilayah Kabupaten Majalengka maka konsep sederhana agribisnis juga tidak jauh dari batasan yang diuraikan sebelumnya. Namun demikian, karena menunjukkan tanaman tahunan maka rangkaian konsep agribisnis mangga biasanya bertitik tolak dari pemeliharaan, panen, penanganan pasca panen serta pemasaran produk. Hal ini mengingat hampir sebagian besar pertanaman mangga yang dimiliki oleh para petani setempat merupakan tanaman yang sudah dibudidayakan sejak lama. Tahapan agribisnis mangga yang lengkap dapat ditemui pada proses pertanaman mangga baru dan lebih bersifat pengembangan.

Kedudukan Komoditas Unggulan Mangga Dalam Pelaksanaan Pembangunan Pertanian di Kabupaten Majalengka

Arah dan strategi pembangunan pertanian di Kabupaten Majalengka yang dituangkan melalui visi dan misi dalam Renstra Pembangunan Pertanian, pada

dasarnya adalah mewujudkan agribisnis tanaman pangan dan hortikultura sebagai andalan dan penggerak pembangunan ekonomi Majalengka hingga tahun 2010. Untuk mencapai hal tersebut, maka upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah adalah dengan mengembangkan komoditas unggulan kompetitif menjadi komparatif, pewilayahan komoditas serta sentra-sentra produksi. Upaya lain yang dilakukan, disamping meningkatkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produksi melalui efisiensi usahatani juga dalam mengantisipasi persaingan pasar, peningkatan nilai tambah serta penanganan pasca panen dengan keragaman produk olahan hasil pertanian dalam satu sistem agribisnis. Sementara strategi dan arah kebijakan pembangunan pertanian Kabupaten Majalengka, diarahkan pada penetapan komoditas pertanian unggulan untuk setiap wilayah, sejalan dengan peningkatan kualitas produk pertanian pada 6 (enam) Satuan Wilayah Pengembangan (SWP) (Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka, 2000).

Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka (2001) dan Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jabar (2001), sudah sejak tahun 2001 menetapkan bahwa komoditas unggulan di Kabupaten Majalengka, pada dasarnya meliputi ; padi, palawija (jagung, kedelai, kacang tanah), sayuran (cabai, bawang merah, bawang daun, kentang, tomat dan kol) dan buah-buahan (mangga gedong gincu, durian, pisang dan alpukat) yang didasarkan pada kesesuaian agroekosistem di setiap wilayah pengembangan dan sentra produksi.

Sejak penetapan tersebut maka hingga saat ini Kabupaten Majalengka telah menjadi salah satu sentra mangga di Jawa Barat. Komoditas mangga juga merupakan tanaman yang selama ini telah banyak dimiliki oleh sebagian besar masyarakat, sekaligus merupakan salahsatu komoditas unggulan bagi Kabupaten Majalengka. Pada umumnya pertanaman dan pemeliharaan tanaman mangga relatif masih berviasi diantara petani dan pada awalnya hanya merupakan tanaman pekarangan yang berfungsi sebagai peneduh halaman. Namun dalam perkembangannya, sampai saat ini sudah ada sebagian masyarakat yang secara "intensif komersial" mengusahakan komoditas mangga dalam suatu kawasan kebun semi permanen atau secara tumpangsari di sawah.

Terdapat beberapa jenis mangga yang diusahakan para petani di wilayah Kabupaten Majalengka, diantaranya mangga Gedong, Harumanis, Bapang, Cengkir, Kidang, Manalagi Indramayu serta jenis mangga lainnya dengan umur tanaman yang cukup beragam. Dari berbagai jenis mangga tersebut, mangga "Gedong" merupakan mangga pilihan yang banyak dipelihara dan diminati oleh sebagian besar masyarakat/konsumen, terutama terhadap jenis "gedong gincu" yang menjadi komoditas unggulan daerah saat ini dibandingkan dengan jenis mangga lainnya. Dengan demikian perhatian pemerintah daerah terhadap pengembangan komoditas mangga, termasuk jenis "Gedong Gincu" sangat intensif dilakukan melalui penataan sistem agribisnis serta pola kemitraan agribisnis dengan jaringan yang lebih luas.

Produksi dan Pemasaran Komoditas Mangga di Kabupaten Majalengka

Komoditas mangga merupakan salahsatu jenis buah-buahan yang termasuk dalam kelompok hortikultura. Komoditas mangga banyak ditanam dan dimiliki oleh masyarakat di wilayah Kabupaten Majalengka yang dalam perkembangannya termasuk salahsatu komoditas unggulan dari Kabupaten Majalengka. Data BPS (2003) dalam Agustian *et al.* (2005) menunjukkan bahwa sampai dengan tahun 2003 luas panen komoditas mangga di Kabupaten Majalengka mencapai 11,50 ribu hektar dengan produksi 43,30 ribu ton dan produktivitas mencapai 50,4 kuintal per hektar (Tabel 1). Data lain menunjukkan bahwa selama kurun waktu 1998 hingga 2003 laju peningkatan luas panen mangga di Kabupaten Majalengka mencapai 26,0 persen per tahun serta laju peningkatan produksi sebesar 8,34 persen per tahun. (Agustian, 2005). Pada tahun 2004, luas tanaman mangga terus berkembang hingga mencapai 12,6 ribu hektar dengan produksi 63,8 ribu ton mangga segar (Supriatna, 2005).

Dari berbagai jenis mangga yang ditanam oleh masyarakat di beberapa wilayah Kabupaten Majalengka menunjukkan bahwa jenis mangga gedong, khususnya mangga "gedong gincu" merupakan komoditas unggulan yang mempunyai beberapa ciri khas dan sejak tahun 1990 sudah menjadi komoditas ekspor ke beberapa negara tujuan, seperti Negara-negara di Timur Tengah, Jepang, Cina, Saudi Arabia dan Eropa Barat. Dalam perkembangannya, upaya pengusahaan komoditas mangga dari Kabupaten Majalengka telah dilakukan dengan suatu kerjasama kemitraan terutama dalam kaitan dengan kegiatan pemasaran. Pemasaran mangga gedong gincu juga selain ditujukan untuk pasar lokal juga secara bertahap sudah memasuki beberapa supermarket yang ada di tanah air. (Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka, 2000; Saptana, 2005; Agustian, 2005).

Tabel 1. Perkembangan Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Mangga di Kabupaten Majalengka, Tahun 1998-2003

Tahun	Luas panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ku/ha)
1998	9.402	7.222	7,7
1999	10.266	16.157	15,7
2000	10.332	18.916	18,3
2001	10.745	20.517	19,1
2002	11.144	12.479	11,2
2003	11.495	43.299	50,4
Pertumbuhan (%/Th)	4,28	29,82	25,76

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2003

Gambaran secara umum, menunjukkan bahwa sebagian besar usahatani mangga belum dilakukan secara intensif. Pemeliharaan dilakukan sekedarnya,

berupa pembersihan lahan disekitar tanaman dan jarang dilakukan pemupukan, termasuk dalam pemberantasan hama penyakit. Sebagian besar tanaman mangga yang ada, merupakan tanaman lama dan hanya sebagian kecil merupakan tanaman baru, kecuali yang dikembangkan sebagai sentra produksi mangga gedong gincu yang terkonsentrasi di Kecamatan Kertajati. Minimnya pemeliharaan juga sejalan dengan minimnya penanganan panen dan pasca panen yang selama ini dilakukan. Namun demikian, dilihat dari luas tanam dan jumlah populasi pohon terus berkembang. Penanaman baru terus dilakukan baik secara individu petani maupun dalam kaitannya dengan program pemerintah daerah, khususnya seperti yang telah dilakukan pada pertanaman jenis mangga gedong gincu. Pola pertanaman mangga lebih bersifat monokultur, sekalipun pada akhir-akhir ini pengembangannya dilakukan pada lahan-lahan sawah dan tidak hanya dilakukan pada lahan kering.

Berdasarkan perhitungan biaya yang disajikan dalam laporan penelitian Saptana *et al.* (2005), bahwa besarnya biaya investasi pertanaman mangga per hektar sekitar Rp 7,1 juta untuk tahun pertama, dimana komponen terbesar adalah pengeluaran untuk pupuk (39 %), tenaga kerja (26,77 %) dan sewa lahan jika diperhitungkan (24,72 %). Diperkirakan untuk tanaman baru, akan menghasilkan/berproduksi sekitar umur 6 tahun sehingga total biaya investasi yang dikeluarkan oleh petani sekitar Rp 39 juta. Struktur biaya yang dikeluarkan untuk usahatani mangga yang sudah menghasilkan, diperlukan sebesar Rp 6,76 juta per hektar per tahun dengan rincian biaya sarana produksi (23,33 %), meliputi biaya untuk pupuk Rp 1,86 juta, biaya tenaga kerja 22,23 persen, dimana 13,94 persen diantaranya untuk biaya panen dan pasca panen serta sewa lahan 16,37 persen (Tabel Lampiran 1)

Besarnya proporsi biaya yang harus dibayarkan kepada tenaga kerja, khususnya untuk kegiatan panen dan pasca panen, merupakan faktor yang mendorong sebagian besar petani untuk memilih tidak menangani sendiri dalam kegiatan panen maupun pasca panen. Sebagian besar petani lebih memilih menjual mangganya secara borongan atau tebasan bahkan secara ijon, sehingga tidak jarang terjadinya eksploitasi yang berlebihan terhadap tanaman mangga yang dilakukan oleh para pembeli/pedagang.

Sistem panen mangga yang dijalankan petani, pada dasarnya banyak dilakukan dengan berbagai macam cara, diantaranya dengan sistem ijon. Pada sistem ijon, transaksi pembelian mangga dilakukan pada saat mangga berbunga, dimana cara perhitungan dan penaksiran dilakukan pada satuan pohon mangga, kemudian pada saat itu juga biasanya bisa langsung terjadi transaksi. Cara lainnya adalah melalui tebasan, dimana pembelian mangga biasanya dilakukan pada saat sudah terbentuk mangga muda yang dilakukan oleh pedagang pengumpul desa dan sekaligus melakukan pemanenan sendiri. Tebasan juga biasanya dilakukan pada saat pembelian mangga yang sudah besar, dengan sistem pembayaran tempo setelah pedagang pengumpul menyetorkan hasil panen mangga tersebut ke pedagang pengumpul besar ataupun bandar. Besarnya pendapatan hasil pemanenan mangga tersebut, sangat ditentukan oleh hasil penyortiran yang

dilakukan oleh bandar penerima, dimana hasil penyortiran secara tidak langsung juga bisa menentukan harga yang harus dibayar. Hasil penyortiran yang dilakukan, biasanya menghasilkan tiga kelas mangga. Namun demikian jenis mangga juga dapat menentukan harga jual yang akan diterima oleh pedagang pengumpul.

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul, biasanya dilakukan secara langsung atau tunai sesuai dengan hasil kesepakatan. Bahkan pada beberapa kasus, pemilik pohon mangga mengambil hasil penjualan tebasan atau ijon secara dicicil sesuai dengan jumlah uang yang dibutuhkan. Adanya tingkat kepercayaan dari pemilik mangga maupun pembeli (pedagang/bandar), telah membentuk suatu sistem pemasaran mangga yang terbatas. Para petani/pemilik pohon mangga telah mempunyai pembeli yang rutin/langganan, sehingga tidak setiap pedagang pengumpul bisa bebas untuk mengambil alih petani yang akan menjual mangga bila tidak dikenal sebelumnya. Sekalipun harga penawaran yang diberikan ditingkatkan dari penawaran sebelumnya, keadaan ini tetap tidak berubah.

Begitu pula halnya ditingkat pedagang pengumpul desa dengan bandar/pedagang pengumpul besar, dimana tingkat hubungan keterkaitan relatif sudah terbentuk dalam suatu ikatan/jalur yang jelas sehingga pada beberapa jalur pemasaran yang dilakukan, para bandar sudah mempunyai pasokan barang dari para pedagang pengumpul desa atau bandar lainnya. Hubungan seperti ini, pada setiap musim panen akan selalu terus terulang dan menjadi hubungan tetap untuk sistem pemasaran dan pembelian komoditas buah-buahan di wilayah Kabupaten Majalengka.

Bentuk keterkaitan lain antara petani dan pedagang pengumpul atau para pedagang pengumpul dengan bandar, sebagian besar karena adanya ikatan modal diantara keduanya sehingga secara tidak langsung merupakan alat pengikat bagi proses kegiatan pemasaran selanjutnya. Dengan adanya pola pembelian dan pemasaran di tingkat petani seperti itu, maka secara tidak langsung penentuan harga dilakukan oleh pembeli (pedagang pengumpul). Walaupun demikian, pemanenan mangga sebenarnya bisa dilakukan oleh petani sendiri tetapi petani terbentur dengan biaya untuk kegiatan pemanenan yang akan dilakukan, termasuk didalam pemasarannya. Hal ini seringkali dihadapi mengingat jumlah pohon mangga yang dimiliki oleh petani relatif terbatas, dimana sebagian besar petani hanya memiliki antara 1 hingga 3 pohon mangga. Untuk itu, terjadinya sistem pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dianggap lebih praktis bahkan relatif menguntungkan.

Gambaran secara umum pada kondisi 8 tahun yang lalu hingga saat ini, pola-pola yang dijalankan dalam kaitan dengan kegiatan usahatani mangga relatif tidak banyak memperlihatkan perubahan, kecuali dalam besaran nilai dan harga pembelian/penjualan yang disesuaikan dengan perkembangan harga pasar yang berlaku. Berdasarkan laporan hasil penelitian Dinas Pertanian Tanaman Pangan Jabar (2001), menunjukkan bahwa penentuan harga pembelian mangga yang

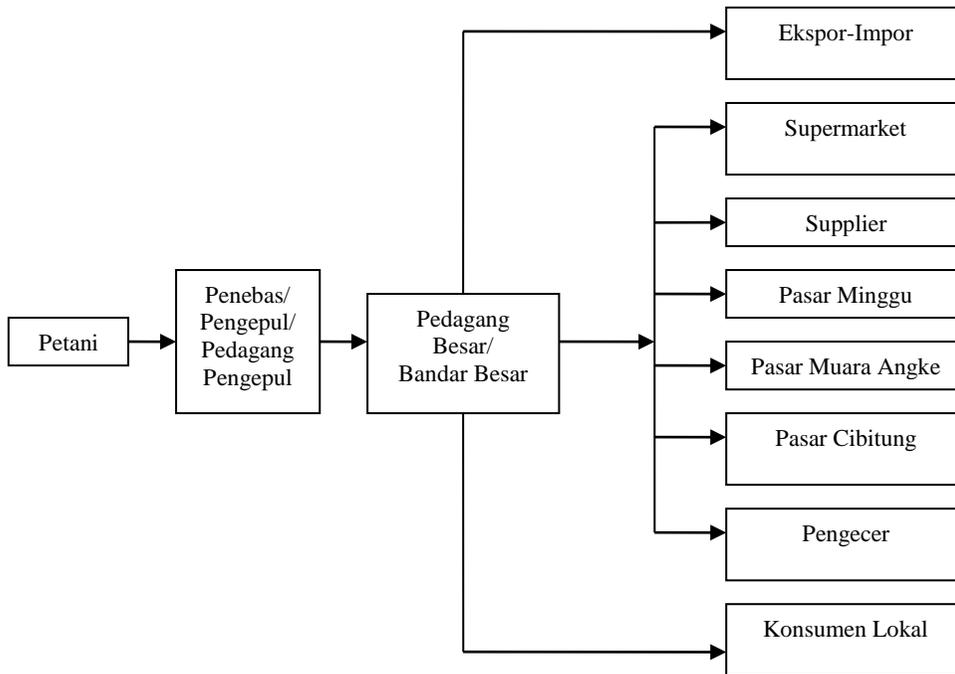
dilakukan oleh pedagang pengumpul dipertimbangkan berdasarkan beberapa kriteria penaksiran, diantaranya terhadap kelembatan tanaman, umur tanaman, harga bandar/konsumen serta jenis tanaman. Hal ini dilakukan para pedagang dengan mempertimbangkan pada risiko kegagalan panen yang akan diterima.

Risiko kegagalan panen pada saat pembelian bunga (berbunga) diperkirakan mencapai 0-50 persen, kemudian pada saat terjadinya buah (kecil) risiko kegagalan diperkirakan mencapai 25 persen dan bila pembelian pada saat buah mangga muda mencapai 10 persen. Risiko kegagalan tersebut berlaku atas semua jenis mangga yang ada di Kabupaten Majalengka. Sebagai gambaran, tingkat harga yang ditentukan oleh bandar untuk satu pohon mangga gedong gincu yang berumur tua (lebih dari 10 tahun) dengan kondisi buah yang cukup lebat, atau kurang lebih mencapai 4-5 kuintal, berkisar antara Rp 2.000.000 hingga Rp 4.000.000.

Khusus untuk pembelian yang dilakukan hanya pada saat pohon berbunga dengan perkiraan produksi antara 3 kuintal pada jenis mangga gedong, harganya mencapai Rp 400.000, untuk mangga cengkir dan harumanis mencapai Rp 250.000 serta mangga golek Rp 100.000 sampai dengan Rp 250.000. Dengan gambaran tersebut maka jika dirata-ratakan, pembelian untuk mangga gedong ditingkat petani antara Rp 6.000 hingga Rp 8.500 per kilogram. Sementara hasil panen tersebut diterima oleh pedagang pengumpul (bandar besar) rata-rata mencapai Rp 1.000 hingga Rp 3.000, dengan terlebih dahulu dilakukan penyortiran menjadi beberapa kelas. Bahkan untuk jenis mangga gedong gincu kelas I bisa mencapai Rp 10.000 per kilogram dan untuk kelas II rata-rata Rp 5.000 per kilogram.

Mangga cengkir dan harumanis harga yang diterima petani antara Rp 1.500 sampai dengan Rp 3.000 per kilogram, mangga bapang dan mangga kidang rata-rata Rp 1.000 per kilogram dan untuk mangga gedong biasa rata-rata Rp 3.000 per kilogram. Untuk mangga werak harga yang diterima kurang dari Rp 1.000, sedangkan bagi jenis mangga rucah harga yang diterima jauh lebih murah bahkan tidak ada harganya. Tingkat harga bandar yang diperuntukkan bagi konsumen atau pengecer jenis mangga kidang Rp 2.500; harumanis Rp 4.000; gedong gincu Rp 12.000 dan jenis gedong biasa Rp 3.500 per kilogram.

Kemudian ditingkat bandar dengan skala besar yang melayani berbagai lokasi akhir (pasar) dari beberapa tempat, maka rata-rata harga penjualan untuk jenis mangga gedong kelas I mencapai Rp 12.000, kelas II Rp 8.000 dan kelas III Rp 4.000 per kilogram. Mangga harumanis kelas I Rp 7.500, kelas II Rp 3.500 dan kelas III Rp 2.000. Jenis mangga cengkir kelas I Rp 6.500, kelas II Rp 3.250 dan kelas III Rp 1.750 dan harga mangga bapang kelas I Rp 2.000, kelas II Rp 1.000 dan kelas III Rp 600 untuk setiap kilogram. Tetapi khusus untuk jenis mangga gedong gincu, dimana merupakan jenis mangga unggulan, harga per kilogramnya mencapai Rp 20.000 kelas I, Rp 10.000 untuk kelas II dan Rp 7.500 untuk kelas III.



Gambar 1. Sistem Pemasaran Komoditas Mangga di Kabupaten Majalengka

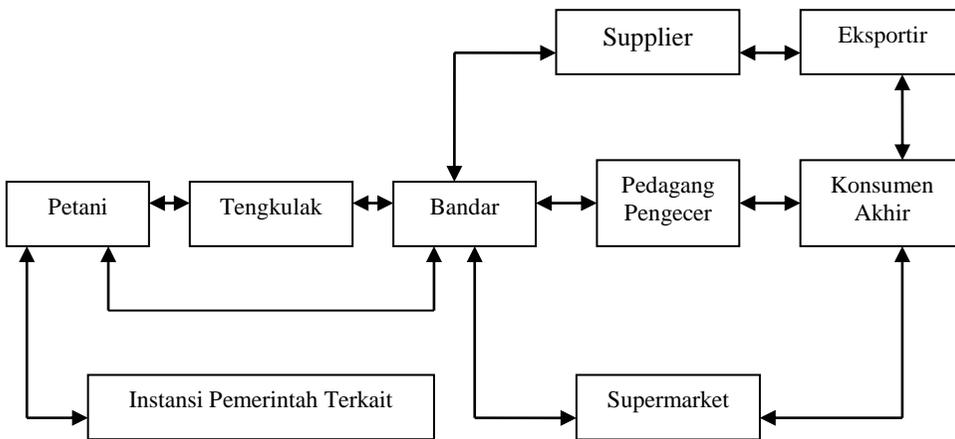
(Sumber : Laporan Hasil Penelitian Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat, Tahun 2001)

Pada tingkat pemasaran akhir, dengan tujuan suplier dan supermarket, harga mangga gedong gincu berkisar antara Rp 9.000 sampai dengan Rp 20.000; Untuk tujuan Pasar Minggu Jakarta berkisar antara Rp 12.000 sampai dengan Rp 13.000. Harga tersebut juga relatif sama untuk tujuan pasar Muara Angke maupun pasar Cibitung. Sistem pemasaran di tingkat bandar, biasanya dilakukan melalui transaksi di tempat atau melalui pesawat telepon, hingga dilakukan pengiriman ke tempat tujuan. Secara umum rantai tataniaga komoditas mangga di Kabupaten Majalengka diuraikan seperti pada Gambar 1 (di atas).

Sistem pemasaran pada komoditas mangga juga terlihat lebih banyak menggambarkan ketergantungan dan kebiasaan antar pelaku dalam melakukan pemasaran. Di tingkat petani, kegiatan pemasaran langsung oleh petani relatif jarang dilakukan mengingat pada saat pohon mangga berbunga, para pedagang pengepul/pengijon sudah terlebih dahulu aktif mendatangi para petani yang bersangkutan untuk membeli buah mangga yang ada serta pada akhirnya terjadi kesepakatan. Disisi lain, pada saat petani terdesak oleh kebutuhan sehari-hari ataupun kebutuhan yang sifatnya tidak bisa ditunda maka secara langsung petani menjaminkan pohon mangga yang sedang berbunga/berbuah kepada para tengkulak/pengijon, sekalipun pembayaran dari hasil pembelian bunga atau buah

mangga dilakukan secara dicicil oleh pedagang tersebut, sehingga kondisi seperti ini sangat mempengaruhi posisi tawar petani dalam penentuan harga. Sekalipun demikian, antara petani dan pengijon telah terjadi hubungan penjualan dengan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi.

Hal serupa juga terjadi antara para pengepul/tengkulak dengan pedagang pengumpul tingkat desa ataupun para tengkulak bahkan pedagang pengumpul dengan bandar dimana sistem pembayaran yang dilakukan diantara pelaku tersebut merupakan suatu keterkaitan modal yang sudah lama terbangun, dengan tingkat ketergantungan yang cukup tinggi. Bagi pedagang pengumpul, bandar adalah sumber modal jika pada suatu saat diperlukan untuk tambahan biaya atau modal dalam melakukan kegiatan pembelian barang/mangga ditingkat petani. Besarnya pinjaman modal yang merupakan pengikat atas barang yang harus diserahkan kepada bandar pemberi modal, antara Rp 1 juta hingga Rp 2 juta atau bahkan lebih dari jumlah tersebut. Bagi bandar, adanya pinjaman modal atau penambahan modal yang diberikan, antara lain merupakan jaminan atas pasokan jumlah produksi mangga yang akan diperuntukkan bagi pemenuhan kebutuhan pesanan para pedagang, supplier serta beberapa bandar besar di beberapa pasar tujuan.



Gambar 2. Jalinan Antar Pelaku Dalam Kelembagaan Kemitraan Komoditas Mangga Gedong dan Gedong Gincu di Kabupaten Majalengka

(Sumber : Laporan Hasil Penelitian Saptana *et al.*, Tahun 2005)

Bagi para tengkulak itu sendiri, adanya pinjaman modal dari para bandar merupakan kesempatan yang mungkin dinilai cukup baik bagi upaya penambahan modal, agar pembelian mangga pada musim-musim panen bisa lebih banyak dilakukan dan sekaligus merupakan jaminan bagi hasil mengepul mangga yang selama ini dijalankan. Walaupun demikian tidak semua tengkulak mendapatkan

modal dari pinjaman kepada bandar, tergantung pada besar kecilnya modal awal yang dimiliki oleh para penebas. Secara umum jumlah modal dan tengkulak/pedagang satu sama lain cukup bervariasi bahkan ada yang hanya mengandalkan modal sendiri atau keluarga. Dengan demikian maka besar kecilnya modal yang dimiliki para pedagang atau pembeli akan dapat menentukan berapa besaran harga yang akan diberikan yang pada akhirnya juga berpengaruh terhadap tingkat persaingan antar pedagang untuk mendapatkan 10 hari pembelian atau barang/mangga yang akan dibeli/diperoleh dan dipasarkan

Sampai saat ini terdapat kecenderungan bahwa untuk pemasaran komoditas mangga masih dilakukan dengan cara tertutup. Pada masing-masing pelaku rantai tataniaga telah terjadi hubungan keterkaitan satu sama lain dan relatif tertentu/khusus pada beberapa pelaku yang mempunyai modal cukup besar dalam kegiatan pembelian maupun pemasaran. Disamping itu bagi beberapa pelaku yang cepat dan mempunyai hubungan komunikasi serta relasi yang cukup luas baik ke bawah maupun pada level perdagangan di atasnya, akan membuka peluang untuk mendapatkan pasar dan pasokan yang lebih baik dan terjamin.

Berdasarkan laporan hasil penelitian Saptana *et al.* (2005), penerimaan usahatani mangga ditingkat petani dengan harga Rp 6.985 per kilogram (dengan variasi harga ditingkat petani antara Rp 3.650 – Rp 15.000 tergantung pada kualitas mangga, cara penjualan, perlakuan panen dan pascapanen), maka tingkat keuntungan yang diterima petani sebesar Rp 3,9 juta per hektar pertahun, dimana untuk biaya produksi mangga mencapai Rp 4.420 per kilogram. Hasil perhitungan juga menunjukkan bahwa R/C untuk usahatani mangga sebesar 1,58. (Tabel Lampiran 1).

Upaya Ke Arah Pemberdayaan melalui Analisa Peran Kelembagaan Pemasaran dan Kerjasama

Melihat permasalahan di atas maka persoalan posisi tawar petani dalam usahatani mangga serta pemasarannya merupakan hal yang cukup serius, disamping juga terkait dengan sistem budidaya yang selama ini dilakukan. Persoalan harga dinilai cukup penting mengingat sangat erat kaitannya dengan pendapatan yang akan diterima petani pada akhirnya. Sistem tataniaga yang berlaku mungkin harus lebih banyak dicermati dengan seksama, dimana pada beberapa segmen sangat tidak memberikan pilihan yang cukup representatif bagi petani untuk mendapatkan hasil yang optimal dari pemasaran mangga yang dihasilkannya.

Untuk itu, materi konsep pengembangan akan lebih tepat diarahkan pada pemberdayaan pasar produk melalui analisis kelembagaan pasar di tingkat petani secara keseluruhan, atau bahkan pada keterkaitan dengan pelaku lembaga lainnya dalam suatu proses tataniaga yang umum dilakukan. Dengan materi ini diharapkan menjadi satu masukan bagi para pembuat kebijakan dan para pelaku di dalamnya,

untuk secara bersama-sama berperan menciptakan iklim yang kondusif dalam pengembangan komoditas mangga melalui kebijakan yang komprehensif dan sejalan, sehingga mendorong pada peningkatan kesejahteraan semua pihak di dalamnya, khususnya bagi para petani mangga yang ada di Kabupaten Majalengka.

Ada dua pemikiran untuk menjembatani permasalahan kelembagaan tataniaga yang dikemukakan, diantaranya melalui konsep kelembagaan Pasar Lelang Komoditas Mangga dan Kegiatan Kelembagaan Sub Terminal Agribisnis di Sentra Produksi yang secara formal ditawarkan oleh pemerintah dalam mendukung kelembagaan pemasaran, disamping sarana pendukung kelembagaan kemitraan usaha yang sudah dijalankan. Namun demikian untuk kepentingan materi ini maka uraian kelembagaan yang disampaikan diarahkan kepada kegiatan kemitraan yang sudah berjalan, sehingga secara bersama-sama memahami kelebihan dan kekurangan dilihat dari sisi petani sebagai produsen yang harus secara bersama-sama mendapatkan keuntungan dari pola kelembagaan tersebut.

Kelembagaan kemitraan yang sudah berjalan saat ini berdasarkan laporan hasil penelitian Saptana *et al.* (2005), adalah dilakukan antara petani melalui kelompok tani dengan PT Indofresh, terutama dalam hal pembelian mangga. Selain melibatkan Dinas Pertanian setempat, pembelian mangga dari petani anggota kelompok yang bermitra dengan PT Indofresh, dilakukan melalui perangkat organisasi yang dibentuk di wilayah sentra yang didalamnya terdapat seorang manajer, asisten manajer, petugas bagian finansial, koordinator kuli, koordinator *grader* dan petugas lapangan lainnya. Kegiatan tersebut ditunjang pula dengan sarana prasarana, seperti Tempat Penampungan Buah (TPB).

Hasil penelitian menggambarkan bahwa selain melakukan pembelian mangga, PT Indofresh juga melakukan pembinaan kepada petani yang menjadi mitra. Pembinaan dilakukan bekerjasama dengan Dinas Pertanian setempat terutama untuk masalah teknis, seperti pemupukan dan pembrongsongan atau pembungkusan. Namun demikian kerjasama yang dilakukan masih sangat terbatas, khususnya baru pada jenis komoditas mangga gedong gincu dan dilakukan hanya pada empat kelompok tani sebagai mitra dan calon mitra kerjasama.

Beberapa butir kerjasama yang harus disepakati oleh PT Indofresh dalam MOU yang ditandatangani adalah ditetapkannya harga minimal untuk jenis mangga gedong gincu yang akan dibeli oleh pihak perusahaan, dimana untuk *grade A* = Rp 6.650 per kilogram dan *grade B* = Rp 6.150 per kilogram. Sementara harga untuk jenis mangga gedong biasa harga *grade A* Rp 4.150 per kilogram dan *grade B* Rp 3.650 per kilogram. Harga minimal tersebut merupakan hasil negosiasi ulang dari ketentuan sebelumnya yang dinilai terlalu rendah. Dengan harga minimal tersebut, PT Indofresh juga tetap harus membeli mangga sesuai harga tersebut apabila harga di pasaran jatuh di bawah harga minimal. Sebaliknya jika harga yang berlaku di pasaran naik, maka harga yang berlaku

dalam pembelian mangga disesuaikan dengan harga pasar. Dari tingkat harga yang disepakati tersebut, Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka mendapat *fee* sebesar Rp 50 per kilogram sebagai dana pembinaan serta *fee* untuk kelompok tani sebesar Rp 100 untuk penyertaan modal kelompok. Dari target 1500 ton mangga Gedong Gincu, diperkirakan hanya dapat dipenuhi sebesar 545 ton oleh keempat kelompok yang tergabung dalam asosiasi mangga tersebut (Saptana *et al.*, 2005 dan Agustian *et al.*, 2005).

Kondisi produksi mangga yang dihasilkan oleh petani selama ini, rata-rata terdiri dari 20 persen *grade* A; 40 persen *grade* B dan 40 persen *grade* C. Selain kesepakatan tentang harga, PT. Indofresh berkewajiban mencari alat pemanenan yang sesuai, sehingga tingkat kerusakan mangga saat panen dapat ditekan menjadi seminimal mungkin, disamping menjajagi masalah penyediaan angkutan, serta sedang melakukan perhitungan akan kebutuhan usahatani dan keperluan hidup petani per keluarga serta kemampuan pengembaliannya berdasarkan jumlah pohon mangga yang dimiliki, sebagai upaya mengatasi permasalahan permodalan di tingkat petani serta pemenuhan kebutuhan keluarga lainnya.

Perkembangan selanjutnya dalam kaitan dengan penanganan produksi mangga khususnya untuk *grade* selain A dan B, dimana selama ini produk mangga *grade* C dan seterusnya selalu mengalami permasalahan pasar dan kesulitan untuk memasarkannya. Solusi pemasaran yang diupayakan untuk penanganan *grade* C adalah dilakukan penjajagan dengan PT Bimandiri yang telah menyanggupi untuk pembelinya hanya dari kelompok yang bekerjasama dengan PT Indofresh.

Bentuk kelembagaan lain yang selama ini dicanangkan pemerintah daerah kabupaten Majalengka khususnya untuk komoditas hortikultura adalah Sub Terminal Agribisnis (STA) dan Pasar Lelang (PL), tetapi komoditas yang ditangani masih bersifat umum pada komoditas hortikultura, terutama untuk komoditas sayuran. Rancangan STA maupun Pasar Lelang untuk buah-buahan khususnya mangga pernah diwacanakan menjadi alternatif pola pemasaran yang terintegrasi antar lembaga terkait. Namun demikian belum terlaksana karena masing-masing pelaku telah mempunyai jalur pemasaran secara berkesinambungan sehingga belum mencapai kesepakatan. Dari aspek teknis nampaknya dukungan prasarana juga belum sepenuhnya tersedia terkait dengan penanganan komoditas mangga yang akan dipasarkan secara kolektif.

Perkembangan informasi yang diperoleh hingga tahun 2008 menunjukkan bahwa pada konsep pengembangan kawasan yang diintegrasikan dengan pola pemasaran kolektif dalam satu manajemen pasar telah diujicobakan oleh sebuah kepemilikan usaha yang dikelola SS Fresh Fruit. Ujicoba dilakukan di lahan seluas 300 hektar di Wilayah Desa Pilangsari, Jatitujuh Majalengka dengan melakukan usaha perkebunan berbagai jenis mangga, khususnya jenis-jenis mangga gedong gincu yang mempunyai nilai jual dengan harga pasar yang cukup tinggi dan memenuhi standar kualitas ekspor.

Pola pertanaman mangga dilakukan dalam kawasan seluas sekitar 300 hektar itu terdapat sekitar 35.000 pohon mangga di mana 17.000 diantaranya merupakan pohon mangga gedong gincu yang akan dikelola dengan teknologi maju agar buah mangga tersebut bisa menembus pasar ekspor khususnya ke Singapura, disamping permintaan dari Turki dan Cina yang belum dapat dipenuhi. Diperkirakan paling cepat tiga tahun ke depan ekspor mangga jenis gedong gincu bisa ditingkatkan menjadi satu ton setiap hari ke Singapura, sedangkan permintaan pasar di Singapura saat ini mencapai tiga ton setiap hari. Permintaan ekspor yang bisa dipenuhi rata-rata hanya 300 sampai 500 kilogram setiap dua hari sekali di luar musim panen atau *off season*, tetapi kalau musim panen permintaan itu bisa hampir dipenuhi.

Kegiatan kemitraan pengusaha komoditas mangga juga dilakukan atas dukungan kerjasama dengan Hortikultur Partnership Support Program (HPSP) yang selama ini memberikan program bantuan hibah kepada belasan kelompok tani mangga di wilayah III Cirebon (Cirebon-Indramayu-Majalengka dan Kuningan) dengan pendanaan yang bersumber dari Indonesian Netherlands Association (INA) dan Indonesian-Benelux Chamber of Commerce (IBCC). Kepercayaan ini dilakukan berdasarkan keberhasilan SS Fresh Fruit dalam membina kelompok tani sehingga produksi petani mampu menembus pasaran ekspor. Dengan pengembangan ke arah Majalengka diharapkan daerah itu bisa menjadi penghasil mangga gedong gincu kualitas ekspor terbesar di Indonesia.

SS Fresh Fruit merupakan salah satu eksportir mangga gedong gincu terbesar ke Singapura dengan menampilkan merk dagang "moonrise" sehingga nama gedong gincu di Singapura sudah lebih dikenal dengan nama tersebut. Spesifikasi mangga gedong gincu yang berbentuk bulat seperti apel itu hanya tumbuh baik di wilayah III Cirebon (sebagian besar wilayah Majalengka) dan mempunyai penampilan yang memikat dengan rasa buah yang manis segar, sehingga sampai saat ini menjadi buah lokal Indonesia dengan harga termahal. Harga gedong gincu grade A (pada Oktober 2007) mencapai Rp 30.000 per kilogram di super market Indonesia dan mampu mencapai Rp 50.000 per kilogram di super market Singapura

Peluang ekspor juga ditawarkan oleh dua lembaga donor dari Belanda, yaitu Agriterra dan Cordaid, yang selama ini sering memberikan bantuan bagi petani, sudah menyatakan kesiapannya untuk membantu memasarkan produksi mangga "Gincu Nano-nano" yaitu jenis mangga yang diimpor dari Australia tetapi pohonnya mampu tumbuh di Majalengka, Indonesia. Rasa buah "Gincu Nano-nano" yang sebelumnya dikenal dengan nama Irwin itu sangat khas, yaitu perpaduan antara manis dan asam, dengan daging buah yang agak berair. Rasa seperti itu sangat cocok dengan lidah orang Eropa dan rasanya hampir mirip seperti buah Gedong Gincu, tetapi agak masam. Di Eropa khususnya Belanda hampir tidak dijumpai mangga seperti itu, padahal pasaran Eropa masih sangat terbuka.

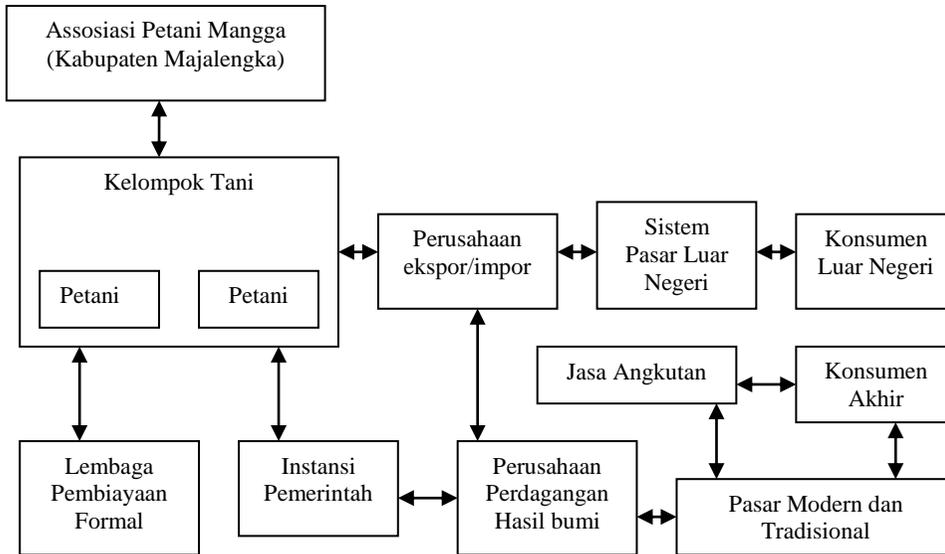
Model yang bisa dikembangkan : Suatu Pemikiran dan Tawaran Konsep

Berdasarkan uraian dan penjelasan tentang kondisi dan situasi yang berkaitan dengan kegiatan usahatani mangga di Majalengka, menunjukkan bahwa dalam perkembangannya menunjukkan kearah pola pengembangan komersial, sekalipun sebagian besar petani masih mengusahakan komoditas mangga dengan menerapkan pola dan kebiasaan yang sudah lama dijalankan. Permasalahan yang menjadi latar belakang masih dipertahankannya pola lama juga kelihatannya terkait dengan persoalan pemenuhan kebutuhan rumahtangga terhadap dana yang paling cepat diperoleh, disamping sistem usahatani dan jumlah kepemilikan pohon mangga yang diusahakan serta pemasaran hasil.

Upaya kearah penerapan sistem agribisnis secara bertahap sebagian petani pemilik mangga kemudian bergabung dalam kelompok tani melakukan pola usahatani yang lebih terstruktur melalui manajemen pengelolaan yang lebih intensif. Pasar yang sebelumnya menjadi kendala dalam sistem agribisnis menjadi lebih terbuka dengan adanya peluang pasar yang selama ini dirintis oleh beberapa pelaku pasar ekspor hingga menjadi permintaan tetap terhadap produksi mangga yang dihasilkan khususnya dari wilayah kabupaten Majalengka. Pasar domestik secara umum melalui berbagai pasar induk, swalayan (supermarket) serta pasar eceran lainya yang ada di berbagai tempat masih menjadi tujuan pemasaran yang kompetitif dilakukan oleh para pedagang besar mangga di Majalengka.

Dengan terbukanya pasar lokal, domestik, pasar modern serta pasar ekspor tadi, sistem agribisnis yang dijalankan harus dilakukan dengan pola "terbalik", artinya kebutuhan serta kriteria produk yang diminta pasar (berdasarkan tujuan pemasaran) senantiasa harus selalu dapat dipenuhi baik dalam jumlah maupun kualitas yang dibutuhkan konsumen akhir dari suatu pasar distribusi. Dalam pengertian yang lebih konkret, para petani dan kelompok petani mangga secara teknis harus menghasilkan produk mangga yang berkualitas dan mempunyai nilai jual yang lebih tinggi sehingga produk yang dihasilkan dapat diterima oleh para pedagang pengumpul atau para pelaku pasar lainnya dengan harga yang sesuai.

Pola kemitraan yang melibatkan berbagai kelembagaan terkait, seperti yang dirancang sebagai bentuk kelembagaan kemitraan pada komoditas mangga (Gambar 3), lebih diarahkan pada tuntutan peran dari lembaga-lembaga yang seharusnya ikut serta dalam sistem agribisnis terkait. Sehingga apabila peran masing-masing dapat dijalankan, maka sistem agribisnis pada komoditas mangga akan berdampak pada peningkatan eksistensi petani sebagai produsen utama komoditas mangga yang dihasilkan. Begitu pula halnya dengan para pelaku pasar lainnya, mengingat baik secara langsung maupun tidak keberlanjutan usahanya akan sangat ditentukan oleh produk yang dihasilkan oleh para petani itu sendiri melalui mekanisme dan aturan yang disepakati oleh setiap kelembagaan terkait dalam sistem kemitraan agribisnis tadi.



Gambar 3. Rancangan Jalinan Keterkaitan yang Diujicobakan Dalam Kelembagaan Kemitraan Pada Komoditas Mangga Gedong Gincu di Majalengka

(Sumber : Laporan Hasil Penelitian Saptana *et al.*, Tahun 2005)

Pola kemitraan yang dapat dikembangkan juga dapat dilakukan seperti kemitraan yang saat ini dijalankan antara PT Indofresh dengan kelompok tani atau dengan pola yang dilaksanakan oleh SS Fresh Fruit, yaitu kegiatan usahatani dilakukan dengan menggabungkan seluruh sistem dalam satu manajemen perusahaan. Lahan atau kebun petani, termasuk pohon mangga didalamnya dan diperhitungkan dengan sistem sewa terutama kebun-kebun yang mempunyai pohon mangga berumur 10 tahun atau lebih. Para petani pemilik lahan/kebun sebagian besar dipekerjakan sebagai pengelola kebun dengan sistem gaji bulanan, sekitar Rp 750.000 per bulan, sehingga dengan sistem ini para petani pemilik mendapatkan keuntungan dari hasil penyewaan kebun serta gaji bulanan sebagai pengelola kebun. Sementara seluruh sarana produksi seperti pupuk dan obat-obatan sepenuhnya disediakan oleh pihak SS Fresh Fruit. Keuntungan lain dengan pola seperti ini adalah terjadinya transfer inovasi teknologi kepada para petani dari SS Fresh Fruit yang terkait dengan teknologi serta sistem manajemen serta proses pembinaan yang diterapkan bahkan terhadap pola agribisnis secara keseluruhan.

Alternatif lain adalah dengan pola yang sudah dirancang oleh BAPEPTI melalui Sub Terminal Agribisnis (STA) dan Pola Pasar Lelang Komoditas, khususnya untuk komoditas mangga dan tentunya dengan melibatkan peran pedagang besar/eksportir sebagai pelaku di dalam sistem tersebut, sehingga pola yang ditawarkan dapat diterima/dijalankan tanpa menutup peran masing-masing

dalam satu sistem agribisnis mangga dari sentra-sentra produksi yang ada serta tujuan pemasaran yang sudah dijalankan selama ini.

PENUTUP

Komoditas mangga merupakan salahsatu komoditas buah-buahan unggulan di Provinsi Jawa Barat, serta khususnya Kabupaten Majalengka. Secara Nasional Provinsi Jawa Barat tercatat sebagai sentra produksi mangga kedua setelah Jawa Timur. Sementara Kabupaten Majalengka merupakan salah satu wilayah utama produksi mangga dari 3 kabupaten sentra yang ada di Jawa Barat. Secara umum penanganan komoditas mangga dari penanaman hingga panen dan pasca panen relatif masih rendah. Sekalipun secara perhitungan ekonomi masih menguntungkan namun dalam kenyataan di lapangan para petani masih dihadapkan pada pilihan yang sulit dalam kegiatan pemasaran hasil yang menjadi tujuan.

Adanya biaya tinggi pada fase panen dan pascapanen telah mendorong para petani untuk menjual secara borongan atau tebasan kepada para pedagang pengepul sehingga terjadi eksploitasi yang berlebihan pada pohon mangga. Biaya untuk pemenuhan kebutuhan konsumsi hidup serta kebutuhan uang secara tunai pada tingkat petani telah menumbuhkembangkan sistim ijon dalam usaha pemasaran mangga di tingkat petani, sehingga pada akhirnya posisi tawar petani menjadi lemah di dalam pemasaran. Disisi lain pola seperti itu dirasakan sangat membantu bagi pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarga petani secara cepat.

Upaya menjembatani dua persoalan tersebut, diupayakan dengan adanya kerjasama pemasaran serta pembinaan yang dilakukan antara pihak petani melalui kelompok tani, PT Indofresh serta Dinas Pertanian Kabupaten Majalengka. Secara umum konsep dan arah kerjasama dapat dijadikan program untuk mengakomodasikan persoalan-persoalan yang dihadapi petani selama ini, sehingga secara teknis pola seperti ini dapat dikembangkan pada komoditas mangga lainnya. Pola yang dapat diterapkan juga dapat mengacu kemitraan yang saat ini dilakukan oleh SS Fresh Fruit, sehingga secara bertahap mendorong pada perbaikan kualitas dan sistem manajemen agribisnis yang saling menguntungkan.

Diharapkan secara perlahan melalui komitmen dari semua pihak yang terkait untuk membantu meningkatkan posisi tawar petani sekaligus mendorong keuntungan yang akan diperoleh dari usahatani mangga dapat diwujudkan, termasuk memberikan iklim pasar mangga ditingkat petani menjadi lebih kompetitif dengan para pedagang pengumpul, pedagang besar serta eksportir lainnya yang sebelumnya sudah ada.

Tantangan terbesar dalam pengembangan agribisnis saat ini adalah upaya rekonstruksi peran agribisnis secara lebih utuh dan terintegrasi kedalam

pembangunan ekonomi makro secara nasional. Pergeseran komoditas agribisnis dari bahan pangan berbasis padi ke komoditas hortikultura buah-buahan diantaranya merupakan salah satu bukti tingkat kelayakan ekonomis yang lebih tinggi dari komoditas yang diusahakan tersebut.

Peran aktif Pemerintah Daerah dalam kaitan perencanaan pembangunan pertanian dan agribisnis harus mengacu pada upaya kongkrit bagi peningkatan peran serta para petani, mitra petani serta rancangan sistem yang dibangun secara keseluruhan dengan rambu-rambu yang senantiasa harus diselaraskan dengan berbagai kebijakan yang akan dilakukan oleh Pemerintah Daerah sebagai pelaksana teknis, sehingga berdampak pada kesejahteraan para petani sebagai pelaku utama kegiatan agribisnis, lembaga lain yang terkait serta pembangunan daerah secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian A, A. Zulham, Syahyuti, H. Tarigan, A. Supriatna, Y. Supriyatna, dan T. Nurasa. 2005. Analisis Berbagai Bentuk Kelembagaan Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Kinerja Usaha Komoditas Sayuran dan Buah. Laporan akhir Penelitian Proyek/Bagian Proyek Pengkajian Teknologi Pertanian Partisipatif. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Arifin, Bustanul. 2003. Tantangan Pengembangan Agribisnis Indonesia. Materi Kuliah Perdana Program Magister Agribisnis di Universitas Padjadjaran, Tanggal 19 Oktober 2003 di Bandung.
- Bappeda Kabupaten Majalengka. 2000. Rencana Pembangunan Tahunan Daerah (REPETADA) Tahun 2002.
- Davis, J and R. Goldberg. 1957. A Concept of Agribusiness. Harvard University, Boston.
- Deirenda, R., B.Drajat dan SO Lubis. 1992. Konsep Pengembangan Agribisnis Sasaran Tahun V No. 33
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Kabupaten Majalengka. 2000. Rencana Strategis Tahun 2001-2005, Kabupaten Majalengka.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Jawa Barat. 2001. Kajian Pengembangan Pemasaran Model Pelelangan Komoditas Agribisnis Pada Sentra Produksi. Laporan Akhir Penelitian. Kerjasama Penelitian dengan PT. Arjasari Primaraya. Bandung.
- Downey, W.D. and S.P. Erickson. 1985. Agribusiness Management. McGraw-Hill, New York.
- Gunawan, Memed. 1993. Pengembangan Komoditas Hortikultura Dalam Sistem Agribisnis. Tulisan Utama Pada Media Komunikasi dan Informasi Pangan No. 16 Vol. IV, April 1993 (Prospek Pengembangan Hortikultura). Badan Logistik. Jakarta.

- Hadi. PU. 1992. Konsep Dasar dan Bidang Analisis Agribisnis Dalam Konteks Pengembangan Agroindustri (mimeo). Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Haeruman M, R Natawidjaja, T Perdana, T Insan Noor. 2001. Rancang Bangun Pengembangan Kawasan Agribisnis di Daerah Pedesaan. Laporan Hasil Kerjasama Penelitian Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran dengan Proyek Koordinasi Penataan Pembangunan Pertanian, Sekretariat Jenderal Departemen Pertanian R.I. Jakarta.
- Iswariyadi A, Supriati, V.T. Manurung, M. Rachmat, A. Djauhari. 1993. Penelitian Agribisnis Buku V: Mangga. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Kusumo S, Ismiyati, H. Sunarjono, R. Riati. 1989. Produksi Mangga di Indonesia. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura, Jakarta.
- Saptana, E H Lestari, K S Indraningsih, Ashari, S Friyatno Sunarsih, V Darwis. 2005. Pengembangan Model Kelembagaan Kemitraan Usaha Yang Berdaya Saing di Kawasan Sentra Produksi Hortikultura. Laporan akhir Penelitian Proyek/Bagian Proyek Pengkajian Teknologi Pertanian Partisipatif. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Sudaryanto, Tahlim dan Efendi Pasandaran. 1993. Agribisnis Dalam Perspektif: Konsepsi, Cakupan Analisis dan Rangkuman Pembahasan. Prosiding Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Supriatna, Ade (2005). Budidaya dan Prospek Pemasaran Mangga Gedong Gincu. Tabloid Sinar Tani, 28 September 2005.

Tabel Lampiran 1. Analisis Usahatani Komoditas Mangga di Kabupaten Majalengka, Tahun 2005 (Per Hektar Per Tahun).

Uraian	Unit	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp)	% thd biaya total
I. Biaya Produksi				
1. Sarana Produksi				
(1) Benih	0	0	0	0
(2) Pupuk				
- Urea (Rp)	360	1.400	504.000	4.71
- TSP/SP 36 (Rp)	150	1.500	225.000	2.10
-KCl (Rp)	270	2.033	549.000	5.14
- ZA (Rp)	0	0	0	0
- NPK (Rp)	0	0	0	0
- Pupuk Kandang (Rp)	3.500	164	575.000	5.38
- Pupuk Alternatif (Rp)	0	0	0	0
(3) ZPT cair (Rp)				
-ZPT padat (Rp)	0	0	0	0
(4) PPC (Rp)	0	0	0	0
(5) Pestisida cair (Rp)				
Pestisida padat (Rp)	0	0	0	0
(6) Herbisida (Rp)				
	0	0	0	0
Sub Jumlah			2.493.750	23.33
2. Tenaga Kerja				
(1) TK pra panen pria DK (HOK)	10.5	20.000	210.000	1.96
(2) TK pra panen wanita (DK) (HOK)	0	0	0	0
(3) TK prapanen pria LK (HOK)	28.0	24.107	675.000	6.32
(4) TK prapanen wanita LK (HOK)	0	0	0	0
3. Biaya Panen dan Pascapanen LK (Rp)				
Sub Jumlah	50	30.000	1.490.500	13.94
4. Sewa Lahan				
			1.750.000	16.37
5. Lainnya				
			144.000	1.35
Total Biaya			6.763.250	100.00
II. Produksi (ton) dan Penerimaan (Rp)				
	1.530	6.985	10.687.050	
III. Keuntungan				
(1) Atas Biaya Tunai			5.883.800	
(2) Atas Pengelola			5.673.800	
(3) Atas Biaya Total			3.923.800	
IV. Biaya Produksi per unit output (Rp/ha)				
			4.420	
V. R/C Ratio				
			1.58	

Sumber: Publikasi Laporan Hasil Penelitian Saptana *et al.* (2005).

Tabel Lampiran 2. Karakteristik Pejualan Mangga Ditingkat Petani Kepada Pedagang Pengumpul dan Agen atau Pedagang Besar di Kabupaten Majalengka

Karakteristik Penjualan	Pedagang Pengumpul (%)	Agen dan Pedagang Besar (%)
Pembeli Dominan	63,5	35,7
Cara Penjualan:		
- Tebasan	6,3	0,0
- Ditimbang	93,7	100,0
Cara Pembayaran :		
- Tunai	100,0	87,5
- Barter	0,0	0,0
- Konsinyasi	0,0	12,5
Tempat Penyerahan Barang:		
- Di Rumah Petani		
- Di Tempat Pembeli	100,0	100,0
Alasan Menjual ke Pedagang :		
- Hubungan Kemitraan	0,0	0,0
- Langgan	37,7	37,3
- Ikatan Pinjaman	12,5	6,3
- Harga Lebih Tinggi	6,3	12,5
- Hubungan Keluarga	0,0	6,3
- Lainnya (gabungan dari berbagai alasan diatas)	43,5	37,6

Sumber: Hasil Penelitian Agustian *et al.* (2005).

Tabel Lampiran 3. Rataan Marjin Pemasaran Menurut Kelembagaan Pemasaran dan Persentase Bagian Harga Yang Diterima Petani Mangga Terhadap Kelembagaan Pemasaran (Farmer Share) di Kabupaten Majalengka, 2005.

Kelembagaan Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Marjin Pemasaran (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
1. Petani	2.623	-	-
2. Pedagang Pengumpul	2.873	185	91,30
3. Pedagang Pengepul/Agen	4.200	1.177	62,45
4. Pedagang Pasar Induk	4.904	662	53,49
5. Supplier	6.142	1.445	42,71
6. Pasar Tradisional	6.500	860	40,35
7. Kios Buah	6.900	1.400	38,01
8. Pasar Modern/Supermarket	10.000	1.100	26,23

Sumber: Hasil Penelitian Agustian *et al.* (2005).