

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberhasilan di sektor pertanian bukanlah semata-mata keberuntungan saja, akan tetapi ada beberapa faktor yang menentukan hasil pertanian, mulai dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri petani mulai dari kompetensi sumber daya manusia, jiwa wirausaha, kepemilikan lahan dan kesuburan tanah. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar petani yang sifatnya beragam mulai dari iklim cuaca, sarana transportasi, komunikasi, teknologi pertanian, pupuk pestisida serta kebijakan pemerintah. Namun selaras dengan keberhasilan dibidang usaha pertanian, petani juga dihadapkan dengan permasalahan hasil pertanian mulai dari permasalahan lahan kritis yang miskin unsur hara, permasalahan pupuk, permasalahan benih dan yang paling berpengaruh adalah permasalahan dibidang pemasaran hasil pertanian yang diduga menyebabkan rendahnya pendapatan petani yang memungkinkan petani selalu merugi, Novianto. (2014)

Menurut I Dewa Gede dkk, (2013) pemasaran hasil pertanian adalah kegiatan usaha dimana menjual produksi pertanian sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan konsumen, pemasaran hasil pertanian mencakup perpindahan dari produsen ke konsumen akhir. Memang tidak bisa dipungkiri lagi masalah mendasar yang sering dihadapi sebagian besar petani di Indonesia adalah tidak berdayanya dalam melakukan negoisasi harga dari hasil produksinya. Posisi penawaran petani dewasa ini umumnya sangat lemah, hal ini merupakan kendala dalam usaha meningkatkan pendapatan petani.

Lemahnya posisi tawar petani, umumnya terjadi karena posisi petani tawar petani yang selalu tertekan, mata rantai yang panjang, petani kurang dalam mendapatkan akses pasar yang kompetitif, akses informasi pasar dan permodalan. Dengan demikian petani kesulitan dalam memasarkan hasil pertanian dikarenakan tidak mempunyai akses atau jalur pemasaran sendiri, sehingga berakibat terjadinya sistem tebang jual. Berdasarkan observasi yang dilakukan sebelum penelitian petani yang menggunakan sistem ini 40% dari hasil panennya menjadi milik tengkulak sehingga peningkatan produktivitas pertanian tidak lagi menjadi jaminan dalam memberikan keuntungan lebih layak lagi bagi petani tanpa adanya kesetaraan pendapatan diantara petani yang bergerak di sub sistem on farm dengan pelaku di sub sektor hulu dan hilir. Kesetaraan penghasilan hanya mampu diraih jika adanya peningkatan posisi tawar petani.

Keberadaan pasar lelang dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perekonomian. Peran pasar lelang (termasuk pasar lelang agro) antara lain memberikan kepastian komoditi, meningkatkan transparansi pembentukan harga, pengadaan sumber informasi harga, memperluas akses pangan, meningkatkan mutu dan nilai tukar produk, memperkuat posisi tawar petani, penciptaan harga pasar yang wajar dan efisien serta pembinaan pelaku program untuk menanggulangi pasar bebas (Epakartika. 2004). Menurut Kuntadi dkk, (2012). pasar lelang ada berbagai bentuk yaitu: pasar lelang spot, pasar lelang lokal, pasar lelang regional dan pasar lelang forward. dalam penelitian ini jenis pasar yang dimanfaatkan oleh petani adalah pasar lelang spot. Pasar lelang spot ialah pasar lelang dimana terjadi transaksi *cash* dan *carry* antara penjual dan pembeli.

Salah satu konsep pasar lelang spot ini mulai diterapkan oleh para petani yang berada di Provinsi Yogyakarta yaitu di Kabupaten Kulonprogo dan Kabupaten Bantul. khususnya di Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul dimana pertama kalinya pasar lelang dibentuk pada taun 2004 oleh kelompok tani, Tani Manunggal tanpa campur tangan dari pemerintah. Pasar lelang ini dibentuk oleh petani yang mulai resah dengan adanya praktik-praktik kecurangan yang dilakukan oleh pedagang sehingga menyebabkan nilai tukar rendah dan kesejahteraan petani menurun.

Menurut Rusdiana, (2014) keberadaan kelompok tani yang jumlahnya banyak seringkali hanya berperan manakala akan mengakses khususnya bantuan peralatan penunjang kegiatan di lahan, sementara pasca lahan (panen) seringkali pada ahirnya mereka berjalan sebagai individu kembali. Hal ini merupakan salah satu indikasi kelemahan petani yang justru menguntungkan pembeli atau tengkulak karena petani bisa dipermainkan seenaknya dalam penentuan harga. Keberadaan kelompok tani yang mampu berperan dalam pemasaran hasil pertanian di Indonesia masih sangat sedikit, walaupun ada sistem pengelolaan yang dilakukan belum berjalan secara optimal.

Kondisi yang demikian memicu petani yang tadinya bergerak secara individu mulai berkumpul bersama menjadi sebuah lembaga, mengorganisir diri dalam satu kesatuan kelompok tani yang kuat dan berintegritas. Berkaca dari pengalaman permainan harga seperti ini menjadi masalah yang dialami oleh kelompok Tani Manunggal dan para petani yang ada disekitar, permainan harga yang dilakukan oleh pedagang membuat petani setempat bereaksi dan berinovasi

membuat sistem pemasaran yang baru yaitu melalui pendekatan sistem pasarlelang yang dikelola secara bersama, pasar lelang merupakan pasar yang berfungsi sebagai sarana dan prasarana yang dibentuk kelompok tani manunggal untuk memfasilitasi para petani dalam menjual hasil pertaniannya kepada pembeli (tengkulak).

Panjangnya mata rantai perdagangan komoditas yang menyebabkan harga jual petani cenderung menjadi rendah dan harga beli konsumen menjadi tinggi sehingga menimbulkan ekonomi biaya tinggi atau inflasi, (bappebti, 2017). Dengan adanya sistem lelang ini akan memberikan rasa nyaman karena menggunakan pola penawaran harga tertinggi, sehingga dengan pasar lelang ini diharapkan mampu memberikan harga yang kompetitif di tingkat petani serta untuk memutus mata rantai perdagangan supaya tidak terlalu panjang dan menghapus kenangan buruk dipermainkan oleh pedagang.

Berdasarkan uraian tersebut pemilihan pasar lelang sebagai sistem pemasaran hasil pertanian yang dibentuk di Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul menarik untuk diteliti karena keberadaan pasar lelang ini merupakan satu-satunya pasar lelang yang ada di Kabupaten Bantul. Hal ini memotivasi peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana fungsi pasar lelang dalam memenuhi kebutuhan petani.

B. Tujuan

1. Mengetahui profil petani Desa Srigading Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul.

2. Mengetahui motivasi petani dalam memasarkan hasil pertanian melalui pasar pasar lelang di Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul.
3. Mengetahui partisipasi petani dalam memasarkan hasil pertaniannya di pasar lelang.

C. Kegunaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai kemanfaatan baik dari segi teoritis maupun praktis. Manfaat secara teoritis diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan dan referensi mengenai motivasi kelompok tani dalam memasarkan di pasar lelang. Secara praktis semoga penelitian ini akan mampu member manfaat:

1. Diharapkan akan menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa ataupun pembaca.
2. Bagi pengelola pasar lelang, sebagai sarana dan prasarana untuk evaluasi dalam meningkatkan layanan pemasaran kepada anggota petani.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan program petani khususnya di lokasi penelitian.
4. Bagi peneliti lain, masyarakat (akademisi) perusahaan, diharapkan mampu menjadi referensi maupun perbandingan.