

DIMAS GANES AMRISANDI¹, SITI YUSI RUSIMAH², RETNO WULANDARI³

Mahasiswa Agribisnis, FP, UMY

Dosen Agribisnis, FP, UMY

Dimasganes@gmail.com

Motivasi Dan Partisipasi Petani Dalam Memasarkan Hasil Pertanian Di Pasar Lelang Cabai Merah Desa Srigading Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul

ABSTRACT

This study aims to determine the motivation and participation of farmers in marketing their agricultural products at the red chili auction market in Srigading village, Sanden District, Bantul Regency. Data was collected by means of interviews using a structured questionnaire for auction market participants in Srigading Village, Sanden District, Bantul Regency (49 people). The results of the study show that motivation and participation in selling the results in the auction market are classified as high.

Keywords: Auction market, motivation, participation.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi dan partisipasi petani dalam memasarkan hasil pertaniannya di pasar lelang cabai merah desa Srigading Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul. Data dikumpulkan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner terstruktur terhadap peserta pasar lelang Desa Srigading Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul (49 orang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi dan partisipasi dalam menjual hasil di pasar lelang tergolong dalam kategori tinggi.

Kata kunci: Pasar lelang, motivasi, partisipasi.

PENDAHULUAN

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 produktifitas 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 Eksa, (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 akhirnya 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.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode penelitian deskriptif bisa diartikan sebagai metode yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat dan situasi-situasi tertentu. Penelitian dilakukan di Pasar Lelang yang berada di Desa Srigading Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul. lokasi penelitian tersebut dipilih menggunakan metode *purposive* yaitu teknik penentuan daerah berdasarkan kesengajaan (Sugiono, 2016). Dengan pertimbangan pasar lelang tersebut merupakan satu-satunya pasar lelang yang dibuat oleh para petani tanpa campur tangan pemerintah dan merupakan satu-satunya daerah yang menyelenggarakan pasar lelang di Kabupaten Bantul,

Metode yang digunakan untuk pengambilan responden adalah metode *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pengumpulan data dengan cara wawancara langsung dilapangan serta observasi mengamati dan mencatat gejala yang ada dilapangan.

Asumsi dalam penelitian ini adalah dianggapnya sama hasil pertanian yang dijual di pasar lelang sedangkan pembatasan masalahnya ialah petani yang dijadikan responden ini adalah peserta pasar lelang yang mengikuti lelang di pasar lelang Desa Srigading Kecamatan sanden Kabupaten Bantul pertanggal 30 - 14 September 2017.

Untuk mengetahui partisipasi peserta pasar lelang di analisis menggunakan capaian skor (%)

$$\text{Capaian skor} = \frac{\text{skor rata-rata} - \text{skor minimal}}{\text{Skor maksimal} - \text{skor minimal}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

MOTIVASI DAN PARTISIPASI PETANI DALAM MEMASARKAN HASIL PERTANIAN DI PASAR LELANG CABE MERAH DESA SRIGADING KECAMATAN SANDEN KABUPATEN BANTUL

A. Skala Indikator Keterlibatan Dalam Perencanaan.

Partisipasi dalam perencanaan di ukur dengan empat indikator yakni keterlibatan 1.) keterlibatan menetapkan tujuan pasar lelang, 2.) keterlibatan membuat kebijakan pasar lelang, 3.) keterlibatan pembuatan prosedur pasar lelang, 4.) keterlibatan dalam evaluasi progress atau kemajuan pasar lelang, 5.) Keterlibatan pembuatan program pada pasar lelang. Berikut ini hasil perhitungan berdasarkan indikator-indikator pengukuran yang dapat di lihat dalam table berikut.

Tabel 1. Pengukuran Indikator Perencanaan.

no	Indikator	Distribusi skor responden					Asumsi skor	Rata rata skor	ketetrangan
		1	2	3	4	5			
1	Keterlibatan menetapkan tujuan pasar lelang	44	0	0	0	5	1-5	10,25	Sangat Rendah
2	Keterlibatan membuat kebijakan pasar lelang	44	0	0	0	5	1-5	10,25	Sangat Rendah
3	Keterlibatan pembuatan prosedur pasar lelang	44	0	0	0	5	1-5	10,25	Sangat Rendah
4	Keterlibatan dalam evaluasi progress atau kemajuan pasar lelang	2	26	8	8	5	1-5	44,00	Rendah
5	Keterlibatan pembuatan program pada pasar lelang	44	0	0	0	5	1-5	10,25	Sanagat Rendah
Rata-rata							5-25	17,00	Sangat Rendah

Keterlibatan dalam menentukan tujuan pasar lelang, dari informasi yang didapat dari responden sebanyak 44 peserta pasar lelang tidak pernah sama sekali ikut dalam menentukan ataupun menetapkan tujuan pasar lelang hanya ada 5 peserta pasar lelang yang mengikuti itupun karena peserta itu merangkap sebagai panitia pasar lelang. Menurut informasi yang peneliti dapatkan dari para peserta pasar lelang hal ini karena memang sudah menjadi tanggung jawab atau tugas dari panitia pasar lelang namun tidak menutup kemungkinan bagi para peserta pasar lelang yang ingin menyatakan kritik dan saran kepada panitia pasar lelang. Setelahnya petani hanya perlu mengikuti aturan selama tidak merugikan antara petani, panitia maupun pedagang.

Sehingga dapat dilihat di dalam kategori untuk indikator keterlibatan dalam menentukan tujuan pasar lelang berada di rata – rata skor 10,25 yang menurut kami masuk dalam katogeri sangat rendah.

Keterlibatan dalam membuat kebijakan pasar lelang, sebanyak 44 peserta pasar lelang mengaku tidak ikut campur dalam manajemen pasar lelang merka hanya memanfaatkan fasilitas yang sudah di sediakan oleh kelompok tani manunggal yaitu pasar lelang, kaitanya dengan membuat kebijakan pasar lelang semuanya sudah menjadi tanggung jawab kelompok tani maupun panitia pasar lelang adapun 5 petani yang ikut dalam membuat kebijakan pasar lelang dikarnakan memang petani itu merangkap sebagai panitia pasar lelang.

Sehingga dapat dilihat didalam kategori untuk indikator keterlibatan dalam membuat pasar lelang berada di skor 10.25 yang menurut kami masuk dalam kategori sangat rendah.

Keterlibatan dalam membuat prosedur pasar lelang, sebanyak 44 peserta pasar lelang mengaku tidak ikut dalam membuat prosedur pasar lelang, untuk masalah internal pasar lelang semua sudah menjadi tanggung jawab panitia pasar lelang dan kelompok tani manunggal peserta pasar lelang hanya memanfaatkan fasilitas yang sudah disediakan oleh panitia adapun 5 peserta

pasar lelang yang ikut dalam membuat prosedur pasar lelang dikarenakan petani tersebut merangkap sebagai panitia pasar lelang.

Dapat dilihat dalam indikator membuat prosedur pasar lelang hanya mendapatkan skor 10,25 yang menurut peneliti masuk dalam kategori sangat rendah.

Keterlibatan dalam evaluasi progres atau kemajuan pasar lelang, sebanyak 26 peserta pasar lelang mengaku jarang terlibat ikut dalam evaluasi yang dilakukan pihak pasar lelang setelah selesai pelelangan keseluruhan, banyak dari peserta pasar lelang mengaku lebih memilih melakukan kegiatan lain seperti mencari rumput, berdagang, istirahat ataupun mengolah lahan pasir ataupun lahan sawah tapi meskipun begitu masih banyak juga yang rela mengikuti proses evaluasi yang dilakukan terbuka oleh panitia pasar lelang dengan maksud ingin mengetahui perkembangan ataupun kendala memberikan masukan dan kritika selama terselenggarakannya pelelangan.

Sehingga dapat dilihat dalam tabel untuk indikator keterlibatan dalam proses evaluasi atau kemajuan pasar lelang mendapatkan skor 44.00 menurut peneliti masuk dalam kategori rendah.

Keterlibatan pembuatan program pasar lelang, sejumlah 44 peserta pasar lelang menyatakan sama sekali tidak terlibat dalam pembuatan program pasar lelang, untuk hal demikian sudah menjadi tanggung jawab panitia pasar lelang peserta pasar lelang hanya memanfaatkan fasilitas pasar lelang yang sudah disediakan.

Sehingga dapat dilihat dalam tabel indikator keterlibatan pembuatan program pasar lelang hanya mendapatkan skor 10.25 yang masuk dalam kategori sangat rendah.

B. Skala Indikator Keterlibatan Dalam Pelaksanaan.

Partisipasi dalam pemanfaatan hasil di ukur dengan tiga indikator yakni apakah 1.) Lamanya keterlibatan petani menjual di pasar lelang, 2.) Frekuensi petani ikut pasar lelang, 3.) Jumlah yang dijual di pasar lelang, 4.) Keikutsertaan petani dalam negosiasi harga, 5.) Keterlibatan petani mencari relasi 6.) Petani berperan dalam mengajak orang lain, 7.) Keterlibatan petani dalam mengikuti proses pasar lelang Berikut ini adalah hasil wawancara dengan peserta pasar lelang

Tabel 2. Pengukuran Indikator Pelaksanaan.

No	Indikator	Distribusi Responden					Skor	Kisaran skor	Rata – rata skor	Keterangan
		1	2	3	4	5				
1	Lamanya keterlibatan petani menjual di pasar lelang	0	0	6	32	11	1-7	75.50	Tinggi	
2	Frekuensi petani ikut pasar lelang	0	0	3	19	27	1-7	77.00	Tinggi	
3	Jumlah yang dijual di pasar lelang	0	0	10	27	12	1-7	77.50	Tinggi	
4	Keikutsertaan petani dalam negosiasi harga	44	0	0	0	5	1-7	10.25	Rendah	
5	Keterlibatan petani mencari relasi	15	4	26	1	7	1-7	40.75	Rendah	
6	Petani berperan dalam mengajak orang lain	0	7	7	28	6	1-7	65.25	Tinggi	
7	Keterlibatan petani dalam mengikuti proses pasar lelang	0	16	13	13	7	1-7	51.5	tinggi	
Rata-rata							7-35	56.82	Sangat Tinggi	

Lamanya keterlibatan petani menjual di pasar lelang, sebanyak 36 petani mengungkapkan lamanya mereka menjual di pasar lelang, semenjak awal didirikannya pasar lelang mayoritas anggota kelompok tani manunggal mereka semua sudah mengikuti sejak awal didirikannya pasar lelang taun 2004 dan seterusnya di ikuti oleh petani yang baru di luar kelompok tani di 2004 hingga sekarang namun ada beberapa juga yang masih baru baru ini belum lama mengikuti pasar lelang.

Sehingga dapat dilihat dalam kategori lamanya keterlibatan petani menjual di pasar lelang masih di dominasi oleh petani yang sejak awal mengikuti pasar lelang dan mendapatkan skor 75.50 dan masuk dalam kategori tinggi.

Frekuensi petani ikut pasar lelang, sebanyak 25 petani mengatakan sering selalu mengikuti pasar lelang, dalam satu taun ada satu kali panen cabai merah dan proses pelelangannya antara 1 – 15 kali tergantung jumlah panen nya para petani terkadang kurang dari 15 kali atau bahkan lebih jika panen banyak namun untuk taun kemarin proses pelelangan sebanyak 15 kali dan sebagian besar dijual di pasar lelang sisanya dijual ke tengkulak ataupun digunakan sendiri untuk kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan mendesak.

Sehingga dapat dilihat dalam kategori frekuensi petani menjual di pasar lelang masih di dominasi oleh petani yang sejak awal mengikuti pasar lelang dan mendapatkan skor 77.00 dan masuk dalam kategori sangat tinggi

Jumlah yang dijual di pasar lelang sebanyak 24 responden pasar lelang mengatakan mereka menjual semua hasil pertanian khususnya cabai merah ke pasar lelang alasan yang mendorong petani menjual semua hasil pertanian di pasar lelang adalah pertama jika petani termasuk dalam kelompok tani manunggal maka hasil yang di dapat dari pasar lelang dengan pembayaran potongan dari setiap peserta pasar lelang nantinya akan dimasukan ke kas kelompok tani manunggal selaku panitia ataupun pemilik pasar lelang kemudian ka situ nantinya digunakan untuk kesejahteraan kelompok tani manunggal kedua jika petani bukan dari kelompok tani manunggal setidaknya petani mendapatkan manfaat dari pasar lelang mulai dari harga yang lebih baik adanya kepastian pembayaran dan kenyamanan dalam menjual hasil pertaniannya. Menjual semua di pasr lelang sudah dilakukan semenjak mengikuti pasar lelang, dorongan ini mereka dapatkan jika peserta pasar lelang adalah kelompok tani manunggal mereka mendapatkan anjuran

langsung dari kelompok tani berawal dari musyawarah namun jika bukan biasanya anjuran ini datang dari keadaan pasar lelang yang kebutuhannya semakin banyak ataupun dari teman peserta pasar lelang, alasan para peserta pasar lelang untuk menjual hasilnya di pasar lelang adalah pertama untuk memutuskan mata rantai perdagangan yang sangat panjang yang berimbas pada pendapatan petani sehingga terjadi perbedaan pendapatan antara petani satu dengan yang lainnya kedua karna harga jual yang lebih baik dari pada di luar pasar lelang ketiga dengan mendapatkan manfaat dari pasar lelang banyak para petani juga mulai menyebarkan hal positif ini kepada petani lainya supaya ikut menikmati hasil yang lebih baik sehingga kedepannya kan banyak petani yang sejahtera dengan semakin berkembangnya pasar lelang. Itulah mengapa pasar lelang lebih di minati ketimbang diluar pasar lelang.

Sisanya petani mengatakan tidak atau jarang dikarnakan petani merasa tidak enak dengan pedagang yang biasanya membeli hasil pertaniannya di saat tidak ada kegiatan pelelangan terkadang beberapa pedagang meminta sedikit meskipun tidak semuanya, hal ini mereka lakukan sudah lama karna memang di pasar lelang baru menerima hasil cabai merah diluar cabai merah masih belum jadi mereka lakukan supaya menjalin hubungan antara pedagang ketika membeli komoditas lain di luar cabai merah. Proses penjualan ini berjalan sama ketika mereka menjual hasil pertaniannya pedagang datang ke petani. Sehingga dapat disimpulkan dalam kaitanya indikator menjual semua hasil di pasar lelang peneliti mendapatkan skor 77.50 dan masuk dalam kategori sangat tinggi karna sebagian besar hasilnya di jual di pasar lelang.

Keterlibatan petani dalam negosiasi harga, dari wawancara yang kami lakukan terhadap peserta pasar lelang sebanyak 44 peserta pasar lelang mengatakan tidak sama sekali dikarnakan yang menentukan harga adalah panitia pasar lelang dan pedagang panitia hanya memberikan dasar minimu harga setelah itu pedagang yang menentukan harga jual dia atas minimum harga yang

sudah di tentukan oleh panitia pasar lelang, dan proses pengambilan keputusan dalam menempatkan harga minimum pembelian di sesuaikan dengan harga pasar yang sedang berlaku saat itu. Proses penentuan harga dilakukan oleh panitia pasar lelang yang dilakukan satu hingga tiga hari sebelum dilaksanakannya kegiatan pasar lelang. Sejak awal didirikan pasar lelang yang menentukan harga adalah pihak dari pasar lelang dan pedagang yang terlibat di pasar lelang. Sikap peserta pasar lelang dalam hal ini tidak mempermasalahakan hal demikian, karena itu memang sudah menjadi tugas dari panitia pasar lelang dan segenap jajarannya terlebih ini juga membantu peserta pasar lelang dalam menentukan haraga yang disepakati antara petani dan pedagang selain sudah ada kepercayaan di antara peserta pasar lelang dan panitia pasar lelang.

Dari wawancara yang kami lakuakan terhadap peserta pasar lelang sebanyak 5 orang petani mengaku ikut dalam menentukan harga pasaran. Hal pertama yang memungkinkan petani ikut dalam menentukan harga karna dia berperan sabagai panitia pelaksana sekaligus peserta pasar lelang makan dengan demikian petani inipun disamping panitia dia juga peserta pasar lelang, yang berperab aktif dalam menentukan harga dialah panitia pasar lelang dari divisi pemasaran karna divisi ini yang bertugas mencari informasi di tingkat petani, pedagang hingga tingkat pasar yang nantinya ketika sudah mendapatkan harga yang akurat dan sesuai kemudian di rembug di lingkungan kelompok tani manunggal dan khususnya panitia pasar lelang. Proses penentuan harga ditentukan mulai sejak awal diadakan pasar lelang jika petani juga merangkap sebagai panitia pasar lelang, keikutsertaan dalam menentukan harga dikarnakan petani juga sebagai panitia pasar lelang jadi petani yang menjadi panitia sekaligus peserta juga mempunyai andil dalam menentukan harga. Peran dalam menentukan harga di muali sejak petani menjadi panitia baik itu dalam divisi pemasaran ataupun bukan biasanya ketika rapat divisi pemasaran menyampaikan informasi terkait harga terkini yang kemudian di sampaikan kepada segenap

panitia pasar lelang khususnya maupun kelompok tani manunggal kemudian dilakukan proses musyawarah mufakat. Dalam kaitanya dengan indikator negosiasi harga secara umum peserta pasar lelang mengakui bahwa itu bukan kewenangan peserta pasar lelang sehingga dalam penelitian ini mendapatkan skor 10.25 dan masuk dalam kategori rendah.

Keterlibatan petani dalam mencari relasi, dalam kaitanya ikut serta dalam mencari relasi sebanyak 17 petani mengatakan jarang, sebenarnya dalam mencari relasi sudah sudah menjadi kewajibannya dari panitia pasar lelang namun tidak menutup kemungkinan diluar panitia pun boleh ikut serta dalam mencari relasi, menurut penelitian yang kami lakukan kebanyakan yang ikut dalam mencari relasi adalah petani yang juga berperan sebagai pedagang ataupun petani biasa yang kenal secara langsung dengan pedagang dari situ mereka mulai mempromosikan proses pelelangan kepada pedagang, proses mencari relasi terbagi menjadi tiga yaitu pertama jika petani adalah panitia pasar lelang maka mereka akan mencari informasi harga langsung dari tingkat petani kemudia berlanjut ke tingkiat pedagang hingga yang tertinggi ke tingkat pasar besar, kedua jika petani yang juga pedagang maka proses pencarian relasi iallah dari satu pedagang ke pedagang lain ataupun lewat paguyuban pedagang dimana pedagang itu bertemu dengan pedagang lain dan ketiga jika petani itu bukan pedagang ataupun panitia pasar lelang maka biasanya proses dalam mencari relasi cukup dari ketika petani bertemu pedagang di luar menjual hasil pertanian di pasar lelang, kaitanya petani ikut dalam mencari relasi adalah untuk ikut serta membantu dan mensukseskan kegiatan pasar lelang supaya kedepannya lebih ramai lagi ataupun lebih baik lagi. Proses pencarian relasipun terbilang cukup mudah mulai dari mulut ke mulut dari sosial media dari teman sesama pedagang dan petani.

Sementara yang lainnya berfikir bahwa menurut mereka dalam kaitanya mencari relasi itu sudah menjadi tanggung jawab dari panitia pasar lelang dan dalam menentukan pencarian pasar

lelang dari pihak panitia pasar lelang, hal ini sudah berjalan sejak awal didirikannya pasar lelang, ketidak ikut sertaan sebagian besar petani dalam mencari relasi dikarenakan ini memang sudah menjadi tanggung jawab panitia pasar lelang meskipun tidak menutup kemungkinan petanipun ikut mencari relasi namun semua itu sudah kembali lagi ke manajemen pasar lelang yang memang sudah menjadi tanggung jawab secara menyeluruh dalam mencari relasi dan hal inipun mempermudah petani dan menjadi nilai lebih bagi peserta pasar lelang

Sehingga dapat dilihat dalam tabel indikator mencari relasi hanya mendapatkan skor 40.75 dan masuk dalam kategori jarang.

Petani berperan dalam mengajak orang lain sebanyak 28 peserta pasar lelang mengatakan sering berawal dari pengalaman petani dalam mengikuti kegiatan pasar lelang hingga merasakan dampak positifnya terhadap pendapatan dan kualitas komoditas dengan ini masyarakat mulai mengajak beberapa rekan saudara atau teman untuk ikut juga dalam menikmati dampak positif yang diperoleh dari menjadi peserta pasar lelang terlebih menurut mereka dengan mengajak orang secara tidak langsung mereka ikut dalam mensukseskan pasar lelang dengan semakin banyaknya petani dari berbagai wilayah akan sangat baik sekali untuk kemajuan pasar lelang sehingga petani dapat menikmati hasil pendapatan yang lebih baik ketimbang diluar pasar lelang, biasanya petani mengajak saudara atau teman sesama petani ketika mereka berada di lahan pasir ataupun lahan sawah atau berbincang-bincang ketika mereka bertemu dan hal ini sudah mereka lakukan semenjak beberapa kali mendapatkan manfaat dari adanya pasar lelang, hal ini mereka lakukan supaya petani lain ikut merasakan dampak positif dari pasar lelang dan tidak dipermainkan pedagang lagi.

Sedangkan peserta pasar lelang mengatakan tidak dikarenakan tidak punya waktu untuk mengajak orang lain disamping umur yang sudah mulai menua ataupun kesibukan diluar menjadi

petani sehingga kecil kemungkinan untuk mengajak serta orang lain, sehingga dapat dilihat dalam tabel indikator mengajak orang lain peneliti mendapatkan skor 77.00 dan masuk dalam kategori tinggi karena memang masih banyak dari peserta pasar lelang dalam mengajak orang lain menikmati manfaat dari adanya pasar lelang.

Ketlibatan petani mengikuti proses pasar lelang sebanyak 5 mengatakan jarang 13 petani lainnya mengatakan sering dan 7 petani mengatakan selalu. Petani mengaku mengikuti proses pelelangan dari awal hingga ahir alasannya ingin mengetahui setiap perkembangan pelelangan dan juga momen ini biasa digunakan petani untuk sekedar bertukar pikiran ataupun hanya ngobrol antara petani ataupun pedagang, biasanya petani mengikuti proses pelelangan sendiri saja atau dengan sesama petani lainnya. Proses pelelangan dilaksanakan di Desa Srigading Kecamatan Sanden Kabupaten Bantul, sebagian petani mengikuti proses pelelangan sejak awal didirikan sebagian baru saja ataupun terkadang mengikuti pelelangan peran petani disini sebagai peserta sekaligus saksi dari penimbangan hingga ditentukannya harga yang disepakati.

Selain itu untuk petani yang tidak ikut serta sebanyak 24 orang mereka beralasan karena ada kegiatan lain sehingga tidak bisa mengikuti proses pelelangan dari awal hingga ahir hanya menyetor saja dan menunggu ketika sudah dibayarkan, hal ini sudah mereka lakukan ada yang memang dari awal ada yang di pertengahan namun banyak pula yang tidak menentu dikarenakan kesibukan masing –masing, biasanya petani yang tidak mengikuti pelelangan mereka menghabiskan waktunya untuk mencari rumput atau mengurus lahan sawah atau lahan pasir, sebagian bekerja ataupun sebagai nelayan atau hanya istirahat di rumah sehingga dalam kaitanya mengikuti proses pelelangan skor yang didapat adalah 51.5 dan masuk dalam kategori tinggi.

KESIMPULAN

Dalam indikator partisipasi masyarakat dalam menjual hasil pertaniannya di pasar lelang untuk kategori keterlibatan dalam perencanaan pasar lelang tergolong dalam kategori sangat rendah dikarenakan untuk proses perencanaan sudah ditangani langsung oleh pengurus pasar lelang. Namun dalam indikator pelaksanaan masuk dalam kategori tinggi dikarenakan untuk menjaga eksistensi dan keberlanjutan adanya pasar lelang supaya bisa digunakan oleh masyarakat sekitar untuk menjual hasil pertaniannya tanpa harus ragu akan terjadinya ketidak pastian harga jual.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, 2017. Booklet Pasar Lelang Komoditas. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Epakartika dan Kurniawan, T 2004. Integrasi Komunikasi Penyelenggaraan Pasar Lelang di Indonesia.
- I Dewa Gede Raksa Sarjana dkk, 2013. *Kajian Terhadap Implementasi Pasar Lelang Komoditas Agro pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali*. E-jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol 2 (4).
- Rusdiyana, Eksa. 2014. *Perilaku Petani Cabai Dalam Pasar Lelang Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo*. Tesis, Penyuluhan dan Komunikasi Pasca Sarjana UGM, Yogyakarta.
- Ebban Bagus, Kuntadi dkk, 2012. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Melalui Pasar Lelang Spot di Kabupaten Kulonprogo, Yogyakarta. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. Vol 1 (1).
- Wawan Novianto, 2014. Faktor Keberhasilan Pertanian di Indonesia. <http://pertanian-indonesia-asia.blogspot.com/2014/10/faktor-keberhasilan-usaha-pertanian.html> (diakses tanggal 10 november 2017).
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta, Bandung