

AKSES PASAR MANGGA DAN FAKTOR YANG MEMENGARUHINYA
(Studi Komparatif antara Kecamatan Greged dan Japara)

ACCESS THE MANGO MARKET AND THE FACTORS THAT INFLUENCE IT
(Comparative Study between Greged and Japara Districts)

Elly Rasmikayati¹, Mochamad Dafa Zikriawan Purnama¹, Eddy Renaldi¹, Ahmad Choibar Tridakusumah¹, Bobby Rachmat Saefudin^{2*1}

¹Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran, ²Fakultas Pertanian, Ma'soem University

ABSTRACT

This study aims to: 1) compare characteristics of farmers and mango farming in Greged and Japara districts; 2) comparing mango market access in Greged and Japara districts; and 3) identify factors related to market access. Study uses a quantitative design with a survey method to each of 130 mango farmers in two districts from results of simple random sampling technique. Research data were analyzed using descriptive statistics, Mann Withney U test and Chi-Square test. Results showed that characteristics of farmers and mango farming in Greged district were significantly different from Japara district in terms of education level, main job, side job, mango farming income, income other than farming and mango land tenure. Access to mango market in Greged and Japara Districts has several significant differences in terms of choice of target market, availability of transportation and ease of market conditions. Social and economic factors that are significantly correlated with market access variables in Greged District are discussion activities, lack of conflict, high demand and mango prices. In District of Japara, market access variables that have a significant relationship with social variables occur in market selection variable and ease of information with frequent discussions. Ease of Information also has a relationship with access to capital.

Key-words: market access; social factors, economic factors, mango

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) membandingkan karakteristik petani dan usahatani mangga di Kecamatan Greged dan Japara; 2) membandingkan akses pasar mangga di Kecamatan Greged dan Japara; dan 3) mengidentifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan akses pasar. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode survei kepada masing-masing 130 petani mangga di kedua kecamatan dari hasil teknik sampling acak sederhana. Data penelitian dianalisis menggunakan statistika deskriptif, uji Mann Withney U dan uji Chi-Square. Hasil penelitian: karakteristik petani dan usahatani mangga di Kecamatan Greged berbeda secara signifikan dengan Kecamatan Japara dalam hal tingkat pendidikan, pekerjaan pokok, pekerjaan sampingan, pendapatan usahatani mangga, pendapatan selain usahatani dan penguasaan lahan mangga. Akses pasar mangga di Kecamatan Greged dan Japara memiliki beberapa perbedaan yang signifikan dalam hal pilihan pasar yang dituju, ketersediaan transportasi dan kemudahan syarat pasar. Faktor sosial dan ekonomi yang berkorelasi nyata dengan variabel akses pasar di Kecamatan Greged adalah kegiatan diskusi, minimnya konflik, permintaan, dan harga mangga yang tinggi. Di Kecamatan Japara, variabel akses pasar yang memiliki hubungan signifikan dengan variabel sosial terjadi pada variabel pemilihan pasar dan kemudahan informasi dengan seringnya melakukan diskusi. Kemudahan Informasi juga memiliki hubungan dengan akses modal.

Kata kunci: akses pasar; faktor sosial, faktor ekonomi, manga

¹ Alamat penulis untuk korespondensi : Bobby Rachmat Saefudin: Fakultas Pertanian, Ma'soem University, E-mail: bobbyrachmat@masoemuniversity.ac.id

PENDAHULUAN

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi penghasil mangga terbesar di Indonesia. Jawa Barat memiliki beberapa sentra produksi mangga yang diantarnya terdapat 5 sentra produksi mangga terbesar di Jawa Barat (Tabel 1). Diantara kelima daerah sentra mangga terbesar di Jawa Barat tersebut, Kabupaten Cirebon merupakan penghasil mangga terbanyak ke-3 selama tahun 2014 hingga 2018 sedangkan Kabupaten Kuningan merupakan penghasil mangga terendah (ke-5). Sebagai bagian dari sentra produksi mangga sudah sewajarnya untuk wilayah kedua wilayah ini memiliki sistem pemasaran yang baik bagi petani. Hal ini pula disebutkan oleh Irawan (2007) bahwa pengembangan agribisnis hortikultura terletak pada aktifitas diluar usahatani (*off-farm*) karena lebih banyak pada aspek penanganan pasca panen dan pemasaran.

Berdasar Tabel 2, Kecamatan Greged merupakan daerah di Kabupaten Cirebon yang mengalami peningkatan paling tinggi dibandingkan kecamatan lainnya. Meskipun secara kuantitas merupakan kecamatan paling rendah, tersebut dapat dikatakan menggambarkan adanya pengembangan kegiatan usahatani mangga di Kecamatan Greged dibandingkan dengan kecamatan lain di Cirebon. Begitu pula dengan kecamatan Japara yang merupakan kecamatan yang mengalami peningkatan produksi mangga terbesar di Kabupaten Kuningan pada tahun 2018 dan 2019. Pada tahun 2018 kegiatan produksi benar-benar hanya menghasilkan sedikit produksi sedangkan di 2019 terjadi lonjakan produksi yang signifikan. Kejadian ini menggambarkan adanya upaya dalam perbaikan usahatani mangga di Kecamatan Japara ketika menghadapi hambatan produksi pada 2018.

Tabel 1. Produksi Mangga di Daerah Sentra Mangga Jawa Barat

Kota/Kabupaten	Produksi Mangga (Kuintal)					Kontribusi Mangga Nasional (%)
	2014	2015	2016	2017	2018	
Indramayu	724359	687370	906435	774736	941147	34
Cirebon	516607	374433	310862	391522	554767	18
Majalengka	571725	643949	375293	600638	447567	22
Kuningan	233286	321089	129195	298218	348506	11
Sumedang	206326	234910	234025	283845	735821	14

Sumber: Data Provinsi Jawa Barat (www.data.jabarprov.go.id)

Tabel 2. Kecamatan Penghasil Mangga Terbesar di Kabupaten Cirebon dan Kuningan

Kecamatan	Kabupaten Cirebon			Kecamatan	Kabupaten Kuningan		
	Produksi 2018 (ku)	Produksi 2019 (ku)	Peningkatan (%)		Produksi 2018 (ku)	Produksi 2019 (ku)	Peningkatan (%)
Sedong	106.049	73.800	-30	Japara	592	35.988	5979
Lemahabang	47.850	54.365	14	Kalimanggis	46.500	38.456	-17
Dikupuntang	48.135	49.839	3	Hantara	37.200	29.875	-19
Talun	27.300	29.000	6	Ciwaru	15.061	29.756	97
Greged	19.985	27.558	38	Ciawigebang	24.358	25.630	5

Sumber: Data Provinsi Jawa Barat (www.data.jabarprov.go.id)

Pemilihan pasar adalah keputusan strategis bagi produsen, dimana produsen harus menentukan pasar mana saja yang akan memberikan kesejahteraan mereka dan menjanjikan posisi yang baik di pasar (Guillermo, 2007). Hal ini juga sesuai dengan penelitian Rasmikayati dkk. (2017) bahwa ketika petani menjual hasil panennya ke tengkulak atau bandar petani menjadi kurang memiliki daya tawar dalam penentuan harga jual. Hal ini disebabkan karena informasi pasar yang dimiliki tengkulak atau bandar lebih baik dibandingkan petani (Natawidjaja, 2010). Padahal petani yang menjual langsung mangganya ke pasar akan mendapatkan harga rata-rata paling tinggi, sedangkan petani yang menjual mangganya melalui perantara akan mendapatkan harga rata-rata paling rendah (Muthini, 2015).

Kesulitan dalam permodalan dan keterikat atas pinjaman untuk sarana produksi membuat petani terikat perjanjian dengan pedagang pengumpul (Anugrah, 2016). Dalam memilih saluran pemasaran, dukungan permodalan yang diberikan pedagang pengumpul menjadi pertimbangan bagi petani (Natawidjaja, 2014). Selain itu petani yang memiliki kendaraan, dekat dengan jalan utama dan memiliki akses informasi ke pasar memiliki kecenderungan untuk menjual mangganya secara langsung ke pasar dibandingkan melalui perantara (Muthini, 2015). Permasalahan risiko juga dialami oleh petani di India, petani cenderung lebih memilih sistem penjualan secara kontrak untuk menghindari risiko-risiko pemasaran (Gopalakrishnan, 2013). Hal-hal mengenai keterbatasan akses, modal dan transportasi menjadi penghambat bagi petani atas kebebasannya memilih pasar yang terbaik untuk produk mangganya.

Penjualan ke pasar modern menjadi pilihan menarik bagi petani, sejalan dengan penelitian Sulistyowati dkk (2004) bahwa kegiatan usahatani yang dilakukan petani hortikultura yang menjual ke pasar modern lebih efisien sehingga pendapatan yang diterima menjadi lebih tinggi. Namun, petani yang memasuki pasar modern masih terbatas pada petani yang melakukan investasi pada sistem produksinya dan memiliki pengetahuan terhadap teknologi (Natawidjaja dkk., 2007). Maka dari itu hanya 15% dari total produksi mangga yang mampu memasuki pasar modern (Andriani, 2019). Hal ini sangat timpang dengan yang terjadi di India, petani sudah mampu mendirikan perusahaan Dharmapuri Percision Farmers Agro Services Ltd. untuk mengolah dan memasarkan produk pertanian termasuk mangga. Selain itu juga munculnya sistem pemasaran secara daring melalui internet yang dilakukan oleh Safal National Exchange (SNX) (Gopalakrishnan, 2013).

Faktor sosial dan ekonomi petani juga kemudian menjadi faktor yang menentukan bagaimana petani dalam mengambil keputusan hal ini ditunjukkan oleh penelitian Sulistyowati (2013) bahwa faktor seperti akses terhadap informasi, jumlah pohon mangga, akses terhadap pasar dan umur petani memengaruhi sistem pengelolaan mangga. Kemudian, akses modal, umur petani, jumlah pohon mangga, sistem pengelolaan dan fasilitas irigasi juga memengaruhi petani dalam memilih sumber pembiayaan. Selain itu, sistem pembiayaan, akses informasi, sistem pengelolaan, aktivitas pemeliharaan, kegiatan pemberantasan hama dan penyakit, akses terhadap pasar, penerapan teknologi *off-season* dan fasilitas

peralatan memengaruhi sistem penjualan mangga.

Penelitian Rasmikayati (2018) juga menjelaskan bahwa harga jual mangga berbeda pada setiap petani berdasarkan jumlah pohon yang dimilikinya, petani dengan jumlah pohon yang kurang memiliki harga jual rata-rata paling rendah karena lebih berani mengambil risiko pemasaran daripada mengambil risiko produksi. Supriatna (2010) juga mengungkapkan bahwa fluktuasi harga mangga cukup tinggi ketika musim panen dan diluar musim panen. Harga ini menjadi pertimbangan utama petani dalam menghadapi fluktuasi tersebut. Risiko harga yang berfluktuasi membuat petani tidak berani mengambil risiko dalam pemasaran. Petani memiliki masalah dalam pembiayaan karena umumnya mereka tidak memiliki manajerial keuangan yang baik, maka dari itu sistem penjualan mangga dipengaruhi oleh sistem pembiayaan yang ditawarkan. Penelitian Rasmikayati (2018) juga menunjukkan keterbatasan akses pembiayaan bagi petani dengan skala kecil. Pada penelitian Andriani *et al* (2019) juga dibuktikan bahwa tingkat pendidikan petani, frekuensi mengikuti kegiatan penyuluhan dan keterikatan terhadap sumber pembiayaan juga menjadi salah satu faktor penentu pemilihan pasar. Faktor kedekatan petani dengan pedagang juga menjadi faktor yang berpengaruh. Faktor-faktor sosial ekonomi yang dialami oleh petani ini pun kemudian akan memengaruhi petani dalam memilih pasar yang menjadi tujuannya.

Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa faktor sosial dan ekonomi petani diketahui memengaruhi akses pasar. Harapannya faktor sosial dan ekonomi petani ini mampu mendukung akses pasar yang lebih baik. Namun, kenyataannya Kecamatan

Greded yang termasuk kedalam Kabupaten Cirebon sebagai salah satu sentra produksi mangga di Jawa Barat masih menghadapi permasalahan penjualan mangga melalui pedagang perantara dengan kendali atas harga jual yang lemah dan adanya pungutan liar. Namun disisi lain juga memiliki keunggulan dengan mudahnya akses informasi, syarat pasar dan sistem pembayaran yang tunai. Kecamatan Japara sebagai sentra produksi dengan jumlah produksi yang lebih rendah diharapkan mampu memiliki kemampuan dalam akses pasar setidak-tidaknya sebaik Kecamatan Greded. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) membandingkan karakteristik petani dan usahatani mangga di Kecamatan Greded dan Japara; 2) membandingkan akses pasar mangga di Kecamatan Greded dan Japara; dan 3) mengidentifikasi faktor-faktor yang berhubungan dengan akses pasar.

METODE

Objek dan Tempat Penelitian. Objek penelitian ini adalah perbandingan karakteristik petani dan usahatani mangga, faktor sosial, faktor ekonomi dan akses pasar mangga. Kecamatan Greded, Kabupaten Cirebon dan Kecamatan Japara, Kabupaten Indramayu dipilih sebagai lokasi penelitian secara *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa kedua daerah tersebut mengalami peningkatan produksi mangga terbesar di kabupatennya masing-masing.

Desain dan Metode Penelitian. Desain yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dan studi literatur.

Variabel Penelitian. Karakteristik Petani

- a. Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan formal maupun non-formal terakhir yang pernah atau sedang dijalani oleh seseorang.
 - b. Pekerjaan utama atau profesi adalah jenis pekerjaan yang menjadi sumber mata pencaharian utama seseorang untuk memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan hidupnya.
 - c. Pekerjaan sampingan adalah pekerjaan yang lain dari pekerjaan utama. Pekerjaan ini dikerjakan biasanya setelah pekerjaan utama selesai.
 - d. Pendapatan usahatani adalah penghasilan bersih yang didapatkan petani dari hasil penjualan mangga
 - e. Pendapatan selain mangga adalah penghasilan petani mangga dari selain usahatani mangga.
 - f. Pengalaman adalah bentuk pengetahuan yang dialami seseorang dalam kurun waktu yang tertentu dalam berusahatani mangga.
 - g. Penguasaan lahan merupakan total luasan lahan yang digunakan untuk 2) Kondisi Usahatani
 - h. Pendapatan Usahatani merupakan selisih dari penerimaan dari hasil penjualan panen mangga dengan sejumlah biaya yang dikeluarkan.
 - i. Jumlah pohon merupakan banyaknya pohon yang dimiliki petani pada areal kebun yang dikelolanya.
1. Akses Pasar
- a. Jenis pasar yang dituju merupakan pasar yang dipilih petani untuk menyalurkan hasil usahatani mangga.
 - b. Kemudahan mendapatkan informasi merupakan tingkat kesulitan dalam mendapatkan informasi pasar.
 - c. Ketersediaan transportasi merupakan ada atau tidaknya alat transportasi untuk melakukan kegiatan distribusi.
 - d. Kemudahan syarat pasar merupakan tingkat kesulitan ketentuan yang harus dilakukan sesuai dengan syarat yang diminta pasar.
2. Faktor Sosial
- a. Diskusi/sharing antar petani mangga adalah merupakan kegiatan yang dilakukan petani untuk mendapatkan dan berbagi informasi mengenai usahatani dan pemasaran mangga
 - b. Partisipasi/kerjasama masyarakat dalam usahatani mangga adalah kontribusi masyarakat dalam membantu kegiatan usahatani mangga
 - c. Konflik dalam masyarakat adalah bentuk-bentuk ancaman atau kegiatan yang mengganggu berjalannya usahatani dan pemasaran mangga.
3. Faktor Ekonomi
- a. Akses terhadap modal adalah tingkat kemudahan untuk mendapatkan permodalan.
 - b. Permintaan mangga adalah jumlah permintaan pasar akan buah mangga.
 - c. Harga jual adalah nilai suatu barang hasil tingkat penawaran dan permintaan.

Populasi dan Sampel Penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah petani mangga di Kecamatan Greded dan Japara dengan jumlah pada masing masing kecamatan sebanyak 230 orang dan 919 orang. Teknik sampling

yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple probability sampling*. Dengan tingkat presisi 0,06% untuk Kecamatan Greged dan 0,085% untuk Kabupaten Japara, dengan menggunakan rumus slovin didapatkan hasil perhitungan sampel berukuran 126 responden secara proporsional untuk kedua Kecamatan, kemudian dibulatkan menjadi masing-masing sebanyak 130 responden.

Rancangan Analisis Data. Dalam penelitian ini digunakan analisis statistik deskriptif berupa tabel distribusi frekuensi untuk mengidentifikasi deskripsi karakteristik petani, usahatani, akses pasar mangga, faktor sosial dan faktor ekonomi. Kemudian untuk melakukan perbandingan karakteristik petani, usahatani dan akses pasar mangga antara kedua Kecamatan dilakukan Uji *Mann-Whitney U* untuk data kualitatif/non-metrik. Uji *Chi-Square* digunakan untuk

menganalisis hubungan antara faktor sosial dan faktor ekonomi dengan akses pasar di kedua kecamatan tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbandingan Karakteristik Petani Kecamatan Greged dan Japara. Berdasarkan Tabel 3, karakteristik petani dan usahatani mangga di Kecamatan Greged berbeda secara signifikan dengan Kecamatan Japara dalam hal tingkat pendidikan, pekerjaan pokok, pekerjaan sampingan, pendapatan usahatani mangga, pendapatan selain usahatani dan penguasaan lahan mangga. Karakteristik petani yang tidak berbeda signifikan antar kedua kecamatan ini hanya terdapat pada pengalaman usahatannya.

Tabel 3. Perbandingan Karakteristik Petani dan Usahatani Mangga di Kecamatan Greged dan Kecamatan Japara

No.	Karakteristik Petani dan Usahatani Mangga	Kecamatan Greged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Tingkat Pendidikan:				
	- Tidak sekolah	5	3,85	25	19,23
	- SD	93	71,54	90	69,23
	- SMP	24	18,46	7	5,38
	- SMA	6	4,62	5	3,85
	- Akademi/Diploma	1	0,77	2	1,54
	- Sarjana	1	0,77	1	0,77
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a			0,000**	
2	Pekerjaan pokok:				
	- Tidak bekerja	0	0,00	4	3,08

No.	Karakteristik Petani dan Usahatani Mangga	Kecamatan Gre ged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
	- Petani mangga	92	70,77	6	4,62
	- Pedagang	24	18,46	6	4,62
	- PNS	0	0,00	1	0,77
	- Bandar	3	2,31	0	0,00
	- Lainnya	11	8,46	113	86,92
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		
3	Pekerjaan sampingan:				
	- Tidak bekerja	23	17,69	0	0,00
	- Petani mangga	38	29,23	126	96,92
	- Pedagang	22	16,92	0	0,00
	- PNS	0	0,00	0	0,00
	- Bandar	2	1,54	0	0,00
	- Lainnya	45	34,62	4	3,08
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		
4	Pendapatan usahatani mangga:				
	- <Rp 11 juta	17	13,08	118	90,77
	- Rp 11 juta - 32 juta	66	50,77	9	6,92
	- >Rp 32 juta	47	36,15	3	2,31
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		
5	Pendapatan selain mangga:				
	- <Rp 11 juta	76	58,46	109	83,85
	- Rp 11 juta - 32 juta	45	34,62	15	11,54
	- >Rp 32 juta	9	6,92	6	4,62
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		
6	Pengalaman bertani mangga :				
	- <10 tahun	64	49,23	67	51,54
	- 10-20 tahun	40	30,77	41	31,54

No.	Karakteristik Petani dan Usahatani Mangga	Kecamatan Greged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
	- >20 tahun	26	20,00	22	16,92
	Total	130	100,00	130	100,00
Nilai Sig ^a		0,943			
7	Penguasaan lahan mangga:				
	- <0,5 hektar	39	30,00	117	90,00
	- 0,51 - 2 hektar	65	50,00	11	8,46
	- > 2 hektar	26	20,00	2	1,54
	Total	130	100,00	130	100,00
Nilai Sig ^a		0,000**			

Ket: ^{a)} Berdasarkan hasil *Mann-Whitney U Test*
^{*)} Signifikan pada taraf nyata 5%
^{**) Signifikan pada taraf nyata 1%}

Tingkat pendidikan membuat petani lebih inovatif terhadap perubahan dan perkembangan usahatani mangganya karena dengan pendidikan yang tinggi dapat memberikan wawasan yang lebih luas. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi memberikan petani kapasitas untuk bersaing secara efektif dalam ekonomi, selain itu juga pendidikan berperan dalam membangun kapasitas adaptif petani dan pengembangan industri pertanian (Fielke & Bardsley, 2014). Hal yang sama terjadi untuk petani mangga di Kecamatan Panyingkirian dalam penelitian Rasmikayati (2017) mayoritas petani hanya memiliki pendidikan hanya sampai sekolah dasar.

Mayamsari dan Mujiburrahmad (2014) mengelompokkan pengalaman usahatani ke dalam 3 kelompok, yaitu: 1) Pengalaman usahatani baru/kurang berpengalaman untuk dibawah 10 tahun; 2) Pengalaman usahatani cukup berpengalaman diantara 10-20 tahun; dan 3) Pengalaman usahatani lama atau sangat berpengalaman untuk diatas 20 tahun.

Petani mangga di Kecamatan Greged dan Japara sama-sama memiliki pengalaman usahatani rata-rata 14 tahun dan termasuk ke dalam kategori cukup berpengalaman. Pengalaman usahatani berperan penting dalam kegiatan yang memerlukan keterlibatan jangka panjang misalnya seperti membangun reputasi dan kepercayaan pembeli dalam membeli hasil usahatani. Mangga merupakan tanaman tahunan yang tentunya memiliki proses yang cukup panjang dalam kegiatan budidayanya. Petani dengan pengalaman usahatani yang lebih lama cenderung lebih terampil seperti misalnya dalam hal bercocok tanam mulai dari budidaya hingga pengolahan hasil panen (Puspita, 2019).

Elfadina (2019) mengategorikan penggunaan lahan petani mangga menjadi 3 kategori, petani dengan lahan $\leq 0,5$ Ha termasuk ke dalam kategori petani berlahan sempit, sedangkan petani dengan luas lahan 0,51 – 2 Ha merupakan petani berlahan sedang dan petani dengan luas lahan > 2 Ha

merupakan petani berlahan luas. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan penggunaan lahan oleh petani antara Kecamatan Greged dan Japara. Kecamatan Greged memiliki luas lahan usahatani rata-rata sebesar 1,5 hektar termasuk ke dalam kategori petani berlahan sedang, sedangkan Kecamatan Japara memiliki luas lahan usahatani rata-rata sebesar 0,3 hektar termasuk ke dalam kategori petani berlahan sempit.

Perbandingan Akses Pasar Petani Kecamatan Greged dan Japara. Berdasarkan Tabel 4, akses pasar mangga di Kecamatan Greged dan Japara memiliki beberapa perbedaan yang signifikan dalam hal pilihan pasar yang dituju, ketersediaan transportasi dan kemudahan syarat pasar. Hanya 1 variabel akses pasar yang tidak berbeda signifikan yaitu variabel kemudahan informasi pasar.

Tabel 4. Perbandingan Akses Pasar Mangga di Kecamatan Greged dan Kecamatan Japara

No.	Akses Pasar Mangga	Kecamatan Greged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Pasar yang dituju:				
	- Kelompok tani	1	0,77	0	0,00
	- Pengepul/tengkulak	34	26,15	85	65,38
	- Bandar/pedagang besar	40	30,77	4	3,08
	- Pasar tradisional	8	6,15	7	5,38
	- Lainnya	47	36,15	34	26,15
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		
2	Akses informasi pasar:				
	- Sulit	74	56,92	65	50,00
	- Cukup mudah	26	20,00	62	47,69
	- Mudah	30	23,08	3	2,31
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,574		
3	Ketersediaan transportasi:				
	- Tidak tersedia	1	0,77	62	47,69
	- Tersedia	129	99,23	68	52,31
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		
4	Syarat pasar:				
	- Sangat sulit	14	10,77	51	39,23
	- Sulit	115	88,46	78	60,00
	- Mudah	0	0,00	1	0,77
	- Sangat mudah	1	0,77	0	0,00

No.	Akses Pasar Mangga	Kecamatan Greged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
	Total	130	100,00	130	100,00
	Nilai Sig ^a		0,000**		

Ket: ^{a)} Berdasarkan hasil *Mann-Whitney U Test*; *) Signifikan pada taraf nyata 5%, **) Signifikan pada taraf nyata 1%

Pasar yang dituju oleh mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged ada pada pilihan lainnya, yaitu langsung dijual ke pasar induk di Jakarta, langsung di jual ke pasar di luar Jawa, dan menjual melalui lebih dari satu pilihan pasar. Sedangkan petani mangga di Kecamatan Japara menjual hasil panennya melalui perantara pedagang pengumpul/tengkulak. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat perbedaan signifikan atas pemilihan pasar yang dituju untuk menjual hasil panen petani antara Kecamatan Greged dan Japara. Secara keseluruhan petani di Kecamatan Greged lebih banyak yang memilih untuk menjual hasil panen mangganya secara langsung ke pasar sedangkan di Kecamatan Japara masih menjual melalui pedagang perantara. Elfadina (2018) menjelaskan bahwa menjual melalui pedagang perantara merupakan pasar yang mudah dan cepat juga mampu menghemat waktu dan biaya transportasi hal ini karena pedagang perantara berada di sekitar tempat produksi atau bahkan langsung mengambil ke tempat produksi. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa petani di Kecamatan Japara lebih memilih pasar yang mudah dan tidak mengambil risiko pemasaran untuk menjual hasil produksi langsung ke pasar.

Selain karena kemudahan tersebut, beberapa hal seperti pendapatan diluar usahatani, pengalaman usahatani, penguasaan lahan dan tingkat pendidikan

memengaruhi bagaimana petani memilih pasar. Hal-hal tersebut bisa menjadi penyebab mengapa petani di Kecamatan Greged memilih untuk menjual ke pasar langsung dan petani di Kecamatan Japara memilih untuk menjual melalui pedagang perantara. Selain itu Elfadina (2018) menyebutkan alasan lain petani mangga tidak memiliki keinginan untuk memasarkan hasil panen mangganya secara luas karena petani tidak paham caranya, jauhnya jarak ke pusat kota, keterbatasan modal dan sudah terbiasa dengan keadaan pasar yang sudah ada juga proses pemasaran memakan waktu dan persyaratan yang sulit.

Pendapatan diluar usahatani Kecamatan Japara tergolong rendah dan hanya sedikit yang tergolong sedang maupun tinggi sedangkan di Kecamatan Greged memiliki lebih banyak petani dengan pendapatan selain usahatani yang tergolong sedang hingga tinggi. Muthini (2015) mengungkapkan petani yang memiliki pendapatan diluar usahatani juga cenderung lebih sedikit yang memilih untuk menjual melalui pedagang perantara. Petani di Kecamatan Greged memilih menjual secara langsung ke pasar karena mungkin petani tidak berada dalam kondisi yang sangat membutuhkan uang sehingga mereka lebih bisa memilih pasar dengan menunggu dan menjual dengan harga yang lebih baik. Petani di Kecamatan Japara memiliki tingkat ekonomi rendah sehingga menjual ke

pedagang perantara yang cepat dan mudah untuk memenuhi kebutuhan keuangan mereka.

Jika dilihat dari pengalaman usahatani Muthini (2015) menjelaskan lamanya pengalaman budidaya mangga petani tidak secara signifikan memengaruhi pemilihan pasar. Namun untuk petani yang menjual melalui pedagang perantara, kekurangan pengalaman berkaitan dengan semakin banyaknya hasil usahatani dijual melalui pedagang perantara. Awaliyah (2020) pada penelitiannya juga menemukan bahwa semakin berpengalaman petani akan lebih efisien dalam memilih pilihan pasar. Kedua kecamatan sama-sama tergolong ke dalam petani yang cukup berpengalaman. Namun dalam hal ini pengalaman sepertinya tidak membuat petani di Kecamatan Japara lebih efisien dalam memilih pasar.

Kemudian dari segi penguasaan lahan penelitian Elfadina (2018) menjelaskan petani dengan lahan sempit cenderung menjual hasil panen mangga melalui pedagang perantara karena mudah dan cepat serta menghemat waktu dan biaya. Sedangkan untuk petani berlahan luas cenderung menjual hasil panen mangga secara langsung ke bandar/pedagang karena harga yang diperoleh petani lebih tinggi dibandingkan menjual langsung melalui pedagang perantara. Hal ini sejalan dengan yang terjadi antara Kecamatan Greged dan Japara dimana pada Kecamatan Greged dengan mayoritas termasuk ke dalam penguasaan lahan sedang menjual langsung ke pasar sedangkan Kecamatan Japara dengan pengusaan lahan sempit lebih cenderung menjual melalui pedagang perantara sehingga petani di Kecamatan Greged memiliki penghasilan usahatani

mangga yang lebih tinggi dibandingkan Kecamatan Japara.

Dari segi pendidikan, Azizah (2019) mengungkapkan tingkat pendidikan petani dapat memengaruhi bagaimana petani mampu menerima ide baru dalam produksi dan mencari pasar yang efisien untuk produk mereka. Hal ini juga sejalan dengan yang terjadi antara Kecamatan Greged dan Japara dimana Kecamatan Japara memiliki petani yang tidak menempuh jenjang pendidikan lebih banyak dibandingkan dengan Kecamatan Greged, sehingga petani di Kecamatan Japara lebih cenderung menjual melalui pedagang perantara.

Kemudahan mendapatkan informasi bagi petani di Kecamatan Greged dan Japara merupakan hal yang mudah bagi mayoritas petani. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat perbedaan atas kemudahan mendapatkan informasi antara Kecamatan Greged dan Japara. Baik petani di Kecamatan Greged maupun Kecamatan Japara tidak memiliki kesulitan dalam mendapatkan informasi pasar yang merupakan faktor penting akses pasar. Petani pada kedua kecamatan memiliki kebebasan dalam memilih pasar yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Informasi pasar merupakan hal yang penting bagi petani dalam mempersiapkan proses penjualan hasil produksi mereka, dengan adanya informasi ini petani dapat melakukan perkiraan kemana produk mereka akan dijual, harga yang akan mereka dapatkan dan keuntungan atau kerugian yang didapatkan dari kegiatan usahatannya. Hal tersebut dapat terjadi dengan adanya kemajuan teknologi dimana kemudahan informasi menjadi semakin mudah didapatkan oleh petani. Muthini (2015) mengungkapkan kemudahan informasi pasar akan membantu petani dan penjual secara

bebas berinteraksi dalam menyetujui harga. Keberadaan pasar yang reliabel akan membantu petani dalam menjual kelebihan produksi dan memilih berbagai macam model dalam transaksi dimana setiap model memberikan manfaat yang berbeda-beda. Kemudian juga petani yang menjual mangga secara langsung ke pasar merupakan petani yang memiliki akses informasi pasar. Selain itu, disebutkan dalam penelitian Rasmikayati (2019) bahwa petani di Kecamatan Greged mendapatkan informasi pasar yang mereka tuju melalui tengkulak maupun bandar atau pedagang. Informasi berupa harga, permintaan dan persaingan mangga di pasaran.

Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged dan Japara memiliki fasilitas distribusi hasil panen dengan ketersediaan transportasi. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan atas ketersediaan transportasi antara petani di Kecamatan Greged dan Japara, meskipun kedua kecamatan secara mayoritas petaninya sudah memiliki fasilitas distribusi namun proporsi petani yang tidak memiliki transportasi dihadapi oleh petani di Kecamatan Japara lebih tinggi yaitu 48 persen dari total petani. Tidak adanya fasilitas transportasi dapat menjadi penyebab terbatasnya pilihan pasar yang menjadi tujuan karena pertimbangan biaya tambahan untuk menyediakan fasilitas transportasi. Hal ini dapat menjadi alasan mengapa petani di Kecamatan Japara lebih memilih pedagang perantara untuk menjual hasil produksi karena pedagang perantara dapat menjadi solusi dari masalah ini.

Penjualan melalui pedagang perantara membuat ketersediaan transportasi menjadi hal yang tidak begitu penting karena pedagang berada dekat dengan tempat

produksi atau bahkan pedagang perantara langsung mengambil hasil produksi di tempat. Sedangkan untuk petani di Kecamatan Greged yang memiliki transportasi untuk distribusi memiliki kebebasan lebih dalam memilih pasar tujuan, hal ini juga ditunjukkan dalam penelitian ini dimana petani di Kecamatan Greged banyak yang memilih menjual hasil mangganya secara langsung ke pasar, bahkan lebih dari itu beberapa petani di Kecamatan Greged ada yang mampu untuk menjual langsung hasil panennya ke pasar induk di Jakarta dan hingga ke luar Pulau Jawa. Hal ini dijelaskan dalam penelitian Widyarina (2017) biaya transportasi menentukan pemilihan pasar, apabila transportasi tidak tersedia maka akan menjadi biaya tambahan bagi petani untuk mendistribusikan produknya atau menjadi pertimbangan petani dalam memilih pembeli apabila terdapat pilihan pembeli yang langsung membeli mangganya di tempat produksi. Muthini (2015) juga menjelaskan hal serupa, meskipun kepemilikan kendaraan tidak secara signifikan memengaruhi pemilihan pasar, tapi secara positif dan signifikan memengaruhi petani untuk memilih menjual hasil produknya tanpa pedagang perantara.

Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged dan Japara menganggap syarat pasar untuk pasar yang mereka tuju mudah bagi mereka. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan untuk kemudahan syarat pasar bagi petani mangga antara Kecamatan Greged dan Japara dimana proporsi petani yang menganggap sangat mudah di Kecamatan Japara lebih banyak dari Kecamatan Greged. Kemudahan akan syarat pasar ini terjadi karenakan tidak terdapatnya syarat kualitas, kuantitas dan kontinuitas

pada pilihan pasar yang dituju oleh petani mangga pada kedua kecamatan. Hal ini dapat disebabkan karena pemilihan pasar petani yang menghindari resiko atas adanya penolakan karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ada. Resiko atas penolakan produk juga bisa menjadi penyebab petani pada kedua kecamatan tidak ada yang menjual hasil produksinya ke pasar modern karena pasar modern hanya menerima produk dengan kualitas tertinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Saefudin (2020) bahwa petani mangga tidak memiliki kontrak tertulis dengan pasar sehingga tidak perlu mempertimbangkan syarat kualitas, kuantitas maupun kontinuitas. Seperti yang diungkapkan Guillermo (2007) bahwa pedagang perantara cenderung lebih dekat dengan produsen dan mampu menjual produk yang tidak memenuhi syarat pasar melalui pasar alternatif.

Ogunleye (2007) mengungkapkan ketidakpastian terjadi pada kualitas produk karena petani memiliki kemungkinan produk ditolak atau harga diturunkan sehingga petani cenderung memilih tidak menghadapi konsekuensi dari kualitas produk tersebut. Dalam hal ini berarti petani pada kedua kecamatan tersebut tidak menghadapi

konsekuensi produk ditolak atau harga diturunkan karena kualitas produk. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian Elfadina (2018) dimana mangga yang dijual petani ke pembeli (tengkulak/pedagang pengumpul/bandar/pengontrak) memiliki syarat kualitas seperti warna, ukuran, serat, bentuk dan kematangan buah. Kesamaan petani pada penelitian ini dengan penelitian Elfadina (2018) yaitu pilihan pasar petani mangga tidak menetapkan syarat kuantitas dan kontinuitas.

Persepsi Petani Kecamatan Greged dan Japara terhadap Faktor Sosial. Pada Tabel 5, ditunjukkan mengenai persepsi petani mangga di Kecamatan Greged dan Japara mengenai faktor sosial. Dari segi faktor sosial mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged dan Japara setuju bahwa mereka sering melakukan diskusi atau berbagi ilmu antar sesama petani mangga lainnya untuk keberhasilan bersama. Kegiatan diskusi ini dapat membantu perkembangan usahatani, kegiatan diskusi dapat membantu petani dalam menyelesaikan permasalahan usahatani mereka.

Tabel 5. Deskripsi Persepsi Petani Mangga di Kecamatan Greged dan Japara terhadap Faktor Sosial

No.	Faktor Sosial	Kecamatan Greged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Diskusi antar petani:				
	- Sangat jarang	0	0,00	4	3,08
	- Jarang	11	8,46	4	3,08
	- Cukup sering	52	40,00	13	10,00

No.	Faktor Sosial	Kecamatan Greged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Percentase (%)	Frekuensi (n)	Percentase (%)
	- Sering	63	48,46	93	71,54
	- Sangat serng	4	3,08	16	12,30
	Total	130	100,00	130	100,00
2	Partisipasi dan kerjasama antar petani:				
	- Sangat buruk	0	0,00	0	0,00
	- Buruk	7	5,38	11	8,46
	- Cukup baik	68	52,31	23	17,69
	- Baik	54	41,54	85	65,39
	- Sangat baik	1	0,77	11	8,46
	Total	130	100,00	130	100,00
3	Konflik antar petani:				
	- Sangat jarang	0	0,00	1	0,77
	- Jarang	7	5,38	8	6,15
	- Cukup sering	60	46,15	3	2,31
	- Sering	62	47,69	84	64,62
	- Sangat serng	1	0,78	34	26,15
	Total	130	100,00	130	100,00

Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged cukup setuju bahwa partisipasi atau kerjasama masyarakat atau petani mangga sudah terjalin dengan baik. Sedangkan mayoritas petani mangga di Kecamatan Japara setuju bahwa partisipasi atau kerjasama masyarakat atau petani mangga sudah terjalin dengan baik. Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged dan Japara setuju bahwa jarang terjadi konflik dalam masyarakat yang dapat mengganggu usahatani mangga. Mosher (1983) mengungkapkan jika anggota masyarakat pedesaan umumnya bekerjasama untuk melakukan hal-hal yang tidak bisa

dilakukan sendiri seperti pembukaan lahan atau pengaturan irigasi.

Secara keseluruhan kondisi sosial petani mangga baik di Kecamatan Greged maupun Japara dilihat dari kegiatan diskusi, kerjasama dan minimnya konflik yang terjadi sangat mendukung bagi perkembangan usahatani di kedua kecamatan tersebut. Beberapa penelitian juga menyebutkan kegiatan kolektif terutama dalam hal pemasaran membantu petani untuk berpartisipasi dalam pemasaran lebih efektif. Secara khusus bagi petani dengan skala kecil agar mampu bersaing dengan petani dengan skala lebih besar melalui aksi kolektif ini agar mendapatkan akses terhadap input pertanian,

informasi pasar, akses terhadap teknologi dan pasar yang bernilai tinggi (Stockbridge dalam Markelova, 2009).

Persepsi Petani Kecamatan Greded dan Japara terhadap Faktor Ekonomi. Berdasarkan Tabel 6, mayoritas petani mangga di Kecamatan Greded cukup setuju bahwa mereka sudah merasa bisa memperoleh akses yang mudah untuk mendapatkan modal berusahatani. Sedangkan untuk mayoritas petani mangga di Kecamatan Japara setuju bahwa mereka sudah merasa bisa memperoleh akses yang mudah untuk mendapatkan modal berusahatani. Namun bagi petani di Kecamatan Greded masih yang banyak yang tidak setuju bahwa mendapatkan akses modal adalah hal yang mudah bagi mereka. Hal ini dapat terjadi karena pilihan pasar bagi petani di Kecamatan Greded merupakan pasar langsung secara mayoritas, dimana akses modal tidak mereka dapatkan dari pedagang perantara seperti yang terjadi di Kecamatan Japapara. Akses modal menjadi bagian penting dalam berlangsungnya usahatani mangga mengingat biaya yang tinggi untuk

menjalankan produksi mangga. Mosher (1983) menjelaskan petani melakukan usahatani sebagai salah satu bentuk usaha untuk memperoleh sesuatu untuk diri mereka sendiri dan keluarganya. Sulistyowati (2013) juga menunjukkan bahwa sistem penjualan mangga dipengaruhi oleh sistem pembiayaan. Kelemahan dalam pembentukan modal untuk mencukupi biaya produksi memaksa petani untuk melakukan pinjaman. Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greded cukup setuju bahwa permintaan atau kebutuhan mangga dari konsumen sangat tinggi sehingga usahatani mangga layak dilakukan. Sedangkan mayoritas petani mangga di Kecamatan Japara merasa setuju akan hal tersebut. Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greded setuju bahwa harga jual mangga saat ini cukup baik sehingga usahatani mangga layak dilakukan. Sedangkan mayoritas petani mangga di Kecamatan Japara merasa cukup setuju akan hal tersebut. Harga dan permintaan akan mangga dianggap tinggi dan cukup baik bagi petani di kedua kecamatan. Namun masalah fluktuasi harga tetap menjadi masalah utama bagi usahatani mangga dimana harga yang

Tabel 6. Deskripsi Persepsi Petani Mangga di Kecamatan Greded dan Japara terhadap Faktor Ekonomi

No.	Faktor Ekonomi	Kecamatan Greded		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Akses modal usahatani mangga:				
	- Sangat sulit	0	0,00	4	3,08
	- Sulit	11	8,46	4	3,08
	- Cukup mudah	52	40,00	13	10,00
	- Mudah	63	48,46	93	71,54
	- Sangat mudah	4	3,08	16	12,30
	Total	130	100,00	130	100,00

No.	Faktor Ekonomi	Kecamatan Gre ged		Kecamatan Japara	
		Frekuensi (n)	Persentase (%)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
2	Permintaan pasar:				
	- Sangat rendah	0	0,00	0	0,00
	- Rendah	7	5,38	11	8,46
	- Cukup tinggi	68	52,31	23	17,69
	- Tinggi	54	41,54	85	65,39
	- Sangat tinggi	1	0,77	11	8,46
	Total	130	100,00	130	100,00
3	Harga jual mangga:				
	- Sangat jarang	0	0,00	1	0,77
	- Jarang	7	5,38	8	6,15
	- Cukup sering	60	46,15	3	2,31
	- Sering	62	47,69	84	64,62
	- Sangat serng	1	0,78	34	26,15
	Total	130	100,00	130	100,00

rendah sering terjadi ketika musim panen dan sebaliknya. Abate *et al* (2019) menjelaskan bahwa harga yang baik bagi petani merupakan strategi penting untuk memilih saluran pasar yang tepat. Mosher (1983) juga menjelaskan bahwa harga menjadi pertimbangan tersendiri bagi petani ketika mengambil keputusan mengenai risiko yang akan diambilnya. Terlebih apabila petani menghadapi permasalahan keuangan seperti uang simpanan yang terbatas dan penghidupannya dekat dengan batas minimum

Hubungan Faktor Sosial dan Faktor Ekonomi terhadap Akses Pasar Mangga di Kecamatan Gre ged dan Japara. Hubungan faktor sosial dan faktor ekonomi terhadap akses pasar mangga di kecamatan Gre ged disajikan Tabel 7. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seringnya melakukan diskusi antar petani mangga (faktor sosial) berkorelasi signifikan dengan kemudahan syarat pasar (akses pasar). Kerjasama yang

baik antar-petani mangga (faktor sosial) memiliki hubungan yang signifikan dengan pemilihan pasar dan kemudahan syarat pasar (akses pasar). Jarangnya konflik antar petani mangga (faktor sosial) berhubungan nyata dengan kemudahan informasi pasar dan kemudahan syarat pasar (akses pasar). Kemudian faktor ekonomi tingginya permintaan mangga berkorelasi nyata dengan pemilihan pasar dan kemudahan syarat pasar (akses pasar), dan harga jual mangga yang tinggi (faktor ekonomi) berhubungan nyata dengan kemudahan syarat pasar (akses pasar).

Pemilihan pasar memiliki hubungan dengan kerjasama antar-petani dan permintaan konsumen. Petani yang cenderung lebih setuju kerjasama sudah terjalin dan permintaan akan buah mangga tinggi akan memilih pasar langsung atau memilih lebih dari satu saluran pemasaran. Secara mayoritas petani di Gre ged memilih pasar secara langsung atau memilih lebih dari satu saluran pemasaran hal ini menunjukkan

semakin baiknya kerjasama yang dilakukan petani akan membantu petani dalam memilih pasar yang lebih baik bagi mereka. Kemudian semakin tingginya permintaan buah juga akan membuat petani memilih pasar yang lebih efektif. Kerjasama dapat membantu petani dalam mempermudah kegiatan usahatannya baik ketika produksi maupun pemasarannya.

Kemudahan informasi memiliki hubungan dengan jarang terjadinya konflik yang mengganggu usahatani. Hal ini menunjukkan bahwa petani yang menganggap sering terjadi konflik akan lebih kesulitan dalam mendapatkan informasi. Hubungan yang tidak baik dengan masyarakat akan menyulitkan petani dalam banyak hal, salah satunya dalam mendapatkan informasi pasar. Tidak terjadinya konflik dapat menunjukkan hubungan masyarakat yang terjalin dengan baik. Ketersediaan transportasi tidak memiliki hubungan dengan variabel yang terdapat pada faktor sosial maupun ekonomi. Hal ini dapat terjadi karena 99 persen petani memiliki akses transportasi sehingga baik

faktor sosial maupun ekonomi tidak ada hubungan dengan ketersediaan transportasi. Kemudahan syarat pasar memiliki hubungan dengan seluruh variabel faktor sosial serta permintaan dan harga mangga. Syarat pasar akan menjadi mudah ketika ada dukungan dari faktor sosial melalui kegiatan diskusi, kerjasama dan minimnya konflik. Melalui kegiatan bermasyarakat tersebut akan memberikan informasi bagi petani baik dari segi inovasi usahatani, informasi pasar dan kegiatan bersama yang mendukung berlangsungnya usahatani dan pemasaran. Seperti yang diungkapkan Markelova (2009) partisipasi kelompok ini terkait dengan tingkat aposi yang lebih tinggi terhadap teknologi dan petani menjadi cenderung mengikuti rekomendasi dari penyuluhan yang diikutinya. Permintaan dan harga juga akan menjadi motivasi bagi petani untuk meningkatkan kemampuannya dalam memenuhi syarat-syarat pasar. Harga yang tinggi menarik keinginan petani untuk meningkatkan produksinya pun meningkat

Tabel 7. Tingkat Signifikansi Hubungan antara Akses Pasar Mangga dengan Faktor Sosial dan Faktor Ekonomi di Kecamatan Greged

Akses Pasar Mangga	Faktor Sosial			Faktor Ekonomi		
	Diskusi	Kerjasama	Konflik	Akses Modal	Permintaan	Harga
Pemilihan Pasar	0,134	0,001**	0,569	0,291	0,000**	0,459
Kemudahan Informasi	0,179	0,649	0,005**	0,576	0,899	0,636
Ketersediaan Transportasi	0,784	0,821	0,759	0,550	0,814	0,731
Kemudahan Syarat Pasar	0,015*	0,000**	0,000**	0,137	0,000**	0,008**

Ket: *) Signifikan pada taraf nyata 5%; **) Signifikan pada taraf nyata 1%

Kecamatan Gre ged secara umum memiliki hubungan antara faktor sosial dan ekonomi dengan akses pasar. Faktor sosial dalam hal ini kegiatan diskusi, kerjasama dan minimnya konflik menjadi hal penting bagi petani di Kecamatan Gre ged untuk meningkatkan akses pasarnya. Faktor sosial menjadi sistem pendukung petani untuk meningkatkan akses pasar dengan kemudahan informasi dan inovasi yang didapatkan dari berdiskusi, melakukan kegiatan pemasaran secara berkelompok untuk mendapatkan informasi dan cara-cara dalam memenuhi persyaratan pasar. Kerjasama maupun diskusi tidak secara langsung membuat orang membeli mangga tersebut namun dengan adanya kerjasama dan diskusi yang baik dapat membantu dalam mengumpulkan informasi pemasaran dan membuka relasi dengan penjual baru. Sejalan dengan penelitian Hao (2019) meskipun

koperasi tidak membeli apel anggotanya tetapi membantu untuk meningkatkan akses pasar tetapi efek dari kerjasama ini negatif bagi petani yang memilih pedagang kecil sebagai saluran pemasaran.

Selanjutnya, hubungan faktor sosial dan faktor ekonomi terhadap akses pasar mangga di kecamatan Japara disajikan Tabel 8. Hasil tersebut menunjukkan akses pasar yang memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel sosial pada Kecamatan Japara terjadi pada pemilihan pasar dan kemudahan informasi dengan seringnya melakukan diskusi. Kemudahan Informasi juga memiliki hubungan dengan akses modal (faktor ekonomi). Variabel akses pasar lainnya tidak memiliki hubungan yang nyata dengan variabel-variabel lain pada faktor

Tabel 8. Tingkat Signifikansi Hubungan antara Akses Pasar Mangga dengan Faktor Sosial dan Faktor Ekonomi di Kecamatan Japara

Akses Pasar Mangga	Faktor Sosial			Faktor Ekonomi		
	Diskusi	Kerjasama	Konflik	Akses Modal	Permintaan	Harga
Pemilihan Pasar	0,013*	0,404	0,942	0,842	0,688	0,467
Kemudahan Informasi	0,044*	0,514	0,108	0,000**	0,994	0,553
Ketersediaan Transportasi	0,879	0,174	0,705	0,317	0,334	0,597
Kemudahan Syarat Pasar	0,147	0,102	0,321	0,728	0,346	0,714

Ket: *) Signifikan pada taraf nyata 5%

**) Signifikan pada taraf nyata 1%

sosial maupun ekonomi. Kegiatan diskusi memiliki hubungan dengan pemilihan pasar dan kemudahan informasi. Dengan adanya diskusi petani di Japara cenderung untuk memilih pasar yang lebih efektif meskipun secara mayoritas pilihan pasar di Japara merupakan pedagang perantara. Kemudian dengan adanya diskusi juga petani cenderung menjadi lebih mudah dalam mendapatkan informasi pasar.

Kemudahan informasi juga sejalan dengan akses modal dimana petani yang merasa mendapatkan akses modal dengan mudah cenderung mendapatkan informasi yang mudah pula. Hal ini dapat terjadi karena petani mendapatkan modal dari pedagang perantara yang juga menjadi tujuan pasar dan sumber informasi pasar bagi petani di Kecamatan Japara.

Variabel sosial dan ekonomi tidak banyak memiliki hubungan dengan akses pasar bagi petani mangga di Kecamatan Japara. Hal ini dapat terjadi kemungkinan karena baik petani secara mandiri maupun kelompok belum mampu untuk memasuki pasar yang efektif dan kapasitas produksi yang masih rendah sehingga faktor sosial maupun ekonomi tidak mampu meningkatkan akses pasarnya. Hal serupa terjadi pada penelitian buah pisang di Kenya (Fischer & Qaim, 2012) terkait kegiatan pemasaran kolektif dengan keunggulan harga adalah positif dan signifikan tapi dengan besaran yang kecil. Hal ini bukan berarti peran kerjasama dalam pemasaran tidak meningkatkan akses pasar, terlebih lagi untuk pasar yang bernilai tinggi seperti supermarket maupun pasar ekspor. Selain itu juga petani mungkin sudah merasa nyaman dengan kondisi usahatannya saat ini, mengingat bekerja sebagai petani mangga di Japara

hanya sebatas pekerjaan sampingan sehingga motivasi untuk mengembangkan usahatannya tidak akan sebesar petani yang bekerja sebagai pekerjaan utama. Faktor harga dan permintaan pun menjadi hal yang biasa saja selama usahatani mangganya masih memberikan keuntungan.

KESIMPULAN

1. Perbandingan karakteristik petani dan usahatani mangga di Kecamatan Greged berbeda secara signifikan dengan Kecamatan Japara dalam hal tingkat pendidikan, pekerjaan pokok, pekerjaan sampingan, pendapatan usahatani mangga, pendapatan selain usahatani dan penguasaan lahan mangga. Kecamatan Japara memiliki lebih banyak petani yang tidak menempuh jenjang pendidikan. Di Kecamatan Japara, bertani mangga merupakan pekerjaan sampingan. Petani di Kecamatan Greged memiliki pendapatan usahatani selain mangga yang lebih baik dari Japara. Begitu pula dengan penguasaan lahan, petani di Kecamatan Greged lebih luas lahannya dari pada Japara. Karakteristik petani yang tidak berbeda signifikan antar kedua kecamatan ini hanya terdapat pada pengalaman usahatannya.
2. Akses pasar mangga di Kecamatan Greged dan Japara memiliki beberapa perbedaan yang signifikan dalam hal pilihan pasar yang dituju, ketersediaan transportasi dan kemudahan syarat pasar. Petani di Kecamatan Japara lebih banyak yang menjual ke pedagang pengumpul/tengkulak daripada Kecamatan Greged, jarak ke pasar akhir bagi Kecamatan Greged ditempuh lebih

- jauh, di Kecamatan Japara petani yang tidak memiliki akses transportasi lebih banyak dibandingkan Greged. Petani di Kecamatan Japara menganggap kemudahan syarat pasar sangat sulit sedangkan petani di kecamatan Greged sebalaliknya. Hanya 1 variabel akses pasar yang tidak berbeda signifikan yaitu variabel kemudahan informasi pasar.
3. Faktor sosial dan ekonomi yang berkorelasi nyata dengan variabel akses pasar di Kecamatan Greged yaitu kegiatan diskusi, minimnya konflik, permintaan dan harga mangga yang tinggi. Sedangkan variabel akses modal di Kecamatan Greged tidak memiliki hubungan dengan variabel akses pasar manapun. Sementara Di Kecamatan Japara, variabel akses pasar yang memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel sosial terjadi pada variabel pemilihan pasar dan kemudahan informasi dengan seringnya melakukan diskusi. Kemudahan Informasi juga memiliki hubungan dengan akses modal (faktor ekonomi).
- DAFTAR PUSTAKA**
- Abate, T. M., Mekie, T. M., & Dessie, A. B. (2019). Determinants of market outlet choices by smallholder teff farmers in Dera district, South Gondar Zone, Amhara National Regional State, Ethiopia: a multivariate probit approach. *Journal of Economic Structures*, 8(1), 1-14.
- Andriani, R., Rasmikayati, E., Mukti, G. W., & Fatimah, S. (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga dalam Pemilihan Pasar di Kabupaten Indramayu. *Jurnal Penyuluhan*, 15(2), 286-298.
- Anugrah, I. S. (2016). Mendudukkan komoditas mangga sebagai unggulan daerah dalam suatu kebijakan sistem agribisnis: upaya menyatukan dukungan kelembagaan bagi eksistensi petani. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 7(2), 189-211.
- Awaliyah, F., & Saefudin, B. R. (2020). Efisisensi Pemasaran Komoditas Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, 3(1), 1-11.
- Azizah, M. N., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2019). Perilaku budidaya petani mangga dikaitkan dengan lembaga pemasarannya di Kecamatan Greged Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 5(1), 987-998.
- Brenner Guillermo, J. (2007). *Valuation of ecosystem services in the Catalan coastal zone*. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Elfadina, E. A. (2018). *Pengembangan Agribisnis Mangga Ditinjau dari Penggunaan Lahan dan Kebijakan Pemerintah Terkait* (Doctoral dissertation).
- Fielke, S. J., & Bardsley, D. K. (2014). The importance of farmer education in South Australia. *Land Use Policy*, 39, 301-312.
- Fischer, E., & Qaim, M. (2012). Linking smallholders to markets: determinants and impacts of farmer collective action in Kenya. *World development*, 40(6), 1255-1268.
- Gopalakrishnan, S. (2013). Marketing system of mangoes in India. *World Applied Sciences Journal*, 21(7), 1000-1007.

- Guillermo-J, P. M., Reyes-C, H., Aguilar, H., & Marlene, G. (2007). Effect of the foliar application of fertilizers and phytoregulators on the setting and development of Kent'mango fruits. In *Proceedings of the Interamerican Society for Tropical Horticulture* (Vol. 51, pp. 72-76). Interamerican Society for Tropical Horticulture.
- Hao, J., Bijman, J., Gardebroek, C., Heerink, N., Heijman, W., & Huo, X. (2018). Cooperative membership and farmers' choice of marketing channels—Evidence from apple farmers in Shaanxi and Shandong Provinces, China. *Food Policy*, 74, 53-64.
- Irawan, B., Simatupang, P., Sugiarto, S., Agustin, N. K., & Sinuraya, J. F. (2007). Panel Petani Nasional (PATANAS): analisis indikator pembangunan pertanian dan pedesaan. *Laporan Hasil Penelitian. Pusat Analisis dan Kebijakan Pertanian*. Bogor.
- Manyamsari, I., & Mujiburrahmad, M. (2014). Karakteristik Petani Dan Hubungannya Dengan Kompetensi Petani Lahan Sempit (Kasus: Di Desa Sinar Sari Kecamatan Dramaga Kab. Bogor Jawa Barat). *Jurnal Agrisep*, 15(2), 58-74.
- Markelova, H., Meinzen-Dick, R., Hellin, J., & Dohrn, S. (2009). Collective action for smallholder market access. *Food policy*, 34(1), 1-7.
- Mosher, A. (1983). *Menggerakkan dan Membangun Pertanian*. New York: C.V. Yasaguna.
- Muthini, D. N. (2015). *An assessment of mango farmer's choice of marketing channels in Makueni, Kenya* (No. 634-2016-41489).
- Natawidjaja, R. S. (2010). Farmer's Search in Agricultural Market. *SOCA*, 10(2), 141-153.
- Natawidjaja, R. S., Deliana, Y., Perdana, T., Sulistyoningrum, H., Rahayu, Y. M., Rusastra, W., & Napitupulu, T. A. (2007, September). Linking mango farmers to dynamic markets through a transparent margin partnership model. In *II International Symposium on Improving the Performance of Supply Chains in the Transitional Economies* 794 (pp. 257-260).
- Natawidjaja, R. S., Rum, I. A., Sulistyowati, L., & Saidah, Z. (2014). Improving the participation of smallholder mango farmers in modern retail channels in Indonesia. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 24(5), 564-580.
- Ogunleye, K. Y., & Oladeji, J. O. (2007). Choice of cocoa market channels among cocoa farmers in Ila local government area of Osun state, Nigeria. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 2(1), 14-20.
- Puspita, H. H. G. (2019). Pengaruh Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Penjualan Padi Sistem Tebasan dan Non Tebasan Pada Petani Padi Sawah di Desa Pojoksari Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(3), 503-510.
- Ramadhani, W., & Rasmikayati, E. (2017). Pemilihan Pasar Petani Mangga Serta Dinamika Agribisnisnya Di Kecamatan Panyingkiran Kabupaten Majalengka Provinsi Jawa Barat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2), 185-205.

- Rasmikayati, E., Azizah, M. N., & Saefudin, B. R. (2019). Potensi dan Kendala yang Dihadapi Petani Mangga dalam Mengakses Lembaga Pemasaran (Studi Kasus Di Kecamatan Grged Kabupaten Cirebon). *Paradigma Agribisnis*, 2(1), 22-30.
- Rasmikayati, E., Setiawan, I., & Saefudin, B. R. (2017). Kajian Karakteristik, Perilaku dan Faktor Pendorong Petani Muda Terlibat dalam Agribisnis pada Era Pasar Global. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2), 134-149.
- Rasmikayati, E., Sulistyowati, L., & Saefudin, B. R. (2017). Risiko Produksi dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Petani Mangga: Kelompok Mana yang Paling Berisiko. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(2), 105-116.
- Rasmikayati, E., Sulistyowati, L., Karyani, T., & Saefudin, B. R. (2018). Dinamika Perilaku Agribisnis Petani Mangga Di Kecamatan Grged Kabupaten Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, 1(1), 14-26.
- Saefudin, B. R., Rasmikayati, E., Dwirayani, D., Awaliyah, F., & Rachmah, A. R. A. (2020). Fenomena Peralihan Usahatani Manga Ke Padi Di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. *Paradigma Agribisnis*, 2(2), 21-33.
- Sulistyowati, L., Natawidjaja, R. S., & Saidah, Z. (2013). Faktor-faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhi Keputusan Petani Mangga Terlibat dalam Sistem Informal dengan Pedagang Pengumpul. *Sosiohumaniora*, 15(3), 285-293.
- Supriatna, A. (2010). Analisis Pemasaran Mangga “Gedong Gincu”(Studi Kasus di Kabupaten Cirebon, Jawa Barat). *Agrin*, 14(2).