

**MANAJEMEN KELEMBAGAAN PASAR LELANG DALAM MEMFASILITASI
PEMASARAN CABAI KELOMPOK TANI LAHAN PASIR PANTAI DI
KECAMATAN PANJATAN, KABUPATEN KULON PROGO**

Eksa Rusdiyana ^{*)}

^{*)} Program Studi Agribisnis, Universitas Pasir Pengaraian

^{*)} eksarusdiyana@gmail.co.id

Alamat Kampus : Jl. Tuanku Tambusai, Kumu Desa Rambah Kecamatan Rambah Hilir

Fax: 076291663 Kode Pos 28557

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendiskripsikan manajemen kelembagaan pasar lelang di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan strategi pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, serta kajian dokumen dan arsip. Untuk mengukur kesahihan data informasi yang diperoleh digunakan triangulasi sumber data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar lelang cabai di Kecamatan Panjatan, Kulon Progo merupakan bentuk kelembagaan ekonomi petani hasil pengembangan kelompok tani cabai yang sudah ada sebelumnya. Efektifitas fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengelola pasar lelang membuat petani memilih pasar lelang sebagai saluran pemasaran utama untuk memasarkan cabainya. Efektifitas tersebut didukung dengan adanya sistem manajemen yang meliputi perencanaan produk, sistem penetapan harga, distribusi fisik, periklanan dan promosi, serta penjualan. Berdasarkan alur tersebut sistem manajemen telah diatur menurut standar operasional dan prosedur (SOP) pasar lelang.

Kata kunci: Cabai, Kelembagaan, Manajemen, Pasar Lelang

PENDAHULUAN

Petani sering menghadapi permainan harga dari tengkulak manakala hendak menjual hasil panennya secara personal (Deptan, 2003). Bagi petani yang sedang terdesak oleh kebutuhan, pada akhirnya harga berapapun akan diterimanya. Dalam hal pemasaran, sebenarnya keberadaan kelompok tani memberikan pengaruh agar petani memiliki posisi tawar yang kuat dihadapan pembeli produk mereka. Kondisi seperti ini menjadi pengalaman kelompok tani cabai lahan pasir pantai

di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta yang pada akhirnya membentuk pasar lelang untuk memasarkan cabainya secara berkelompok. Menurut penelitian dari Kuntadi (2011) keberadaan pasar lelang cabai di Kulon Progo mampu memberikan selisih keuntungan sebesar Rp 61.945.009,27/hektar permusim jika dibandingkan dengan menggunakan saluran pemasaran yang lain.

Mulyadi (2011) menyebutkan bahwa petani memiliki beberapa pertimbangan dalam memilih saluran

pemasaran, diantaranya petani perlu mempertimbangkan (1) sifat pembeli, (2) sifat produk usaha taninya, (3) sifat pesaing, serta (4) sifat perantara pemasaran. Sifat pembeli berkaitan dengan kebiasaan membeli, frekuensi pembelian serta letak geografis pembeli. Pertimbangan sifat produk akan digunakan sebagai ukuran bagi konsumen untuk menilai kualitas barang, ukuran serta harga. Sifat pesaing perlu diperhatikan karena berkaitan dengan kemampuan untuk menjangkau kebutuhan pasar untuk memenuhi kepuasan konsumen. Pertimbangan perantara pemasaran akan menentukan saluran pemasaran yang paling efektif.

Petani yang memilih pasar lelang sebagai saluran pemasaran komoditas cabainya tentu telah mempertimbangkan alasan memilih pasar lelang sebagai saluran pemasaran cabainya. Pertimbangan tersebut antara lain:

- a Sifat pembeli, petani telah memilih pembeli dengan segmentasi pembeli utama (pembeli yang membeli cabai dalam jumlah banyak)
- b Sifat produk, cabai merupakan komoditas hortikultura yang memiliki sifat tetap baik dijual di pasar lelang maupun saluran pemasaran yang lain

- c Sifat pesaing, petani yang menjual cabainya melalui pasar lelang tidak memiliki pesaing karena petani lain yang juga memasarkan melalui pasar lelang akan memperoleh harga yang sama.
- d Sifat perantara pemasaran (pasar lelang), petani yang memilih pasar lelang menganggap pasar lelang merupakan saluran pemasaran yang paling efektif.

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pasar lelang di Kecamatan Panjatan Kulon Progo menjadikan pasar lelang sebagai salah satu bentuk kelembagaan ekonomi petani yang berkembang. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Hariadi (2011) bahwa kelompok tani sejatinya harus terus berkembang menjadi kelembagaan ekonomi yang memperkuat perilaku berkelompok. Sejak berdiri pada tahun 2004 (berusia lebih dari 10 tahun) keberadaan pasar lelang cabai terus dikembangkan oleh petani cabai lahan pasir pantai di Kulon Progo, dimana pada saat ini telah berdiri pasar lelang sebanyak 14 pasar. Di tengah kondisi kelembagaan kelompok tani yang stagnan dan belum bisa mengembangkan diri menjadi lembaga ekonomi bagi petani, keberadaan pasar

lelang menjadi menarik untuk dilihat tentang manajemen kelembagaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mendeskripsikan atau menggambarkan suatu fenomena atau suatu kejadian berdasarkan fakta atau data yang ada, kemudian mengkaji permasalahan yaitu mengkaji dan menggambarkan keberadaan dan manajemen pasar lelang di Kecamatan Panjatan, Kulon Progo. Sifat dari penelitian ini adalah menggali, menelusuri berdasarkan fakta-fakta yang ada kemudian menganalisisnya. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, pencatatan, serta kajian

dokumen dan arsip. Observasi dilakukan dengan melihat: (1) aktifitas perilaku petani dalam pemasaran cabai di pasar lelang, (2) aktifitas pemasaran di pasar lelang, serta (3) manajemen pengelolaan pasar lelang. Pencatatan serta kajian dokumen dan arsip dilakukan dengan mendokumentasikan data-data penting seperti data profil kelompok lelang, produksi cabai, rekap penyeteroran dan penjualan cabai, pencatatan keuangan, dan hasil musyawarah kelompok lelang. Sedangkan wawancara dilakukan dengan menentukan informan sesuai dengan kebutuhan informasi yang akan digali. Adapun informan dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 1.

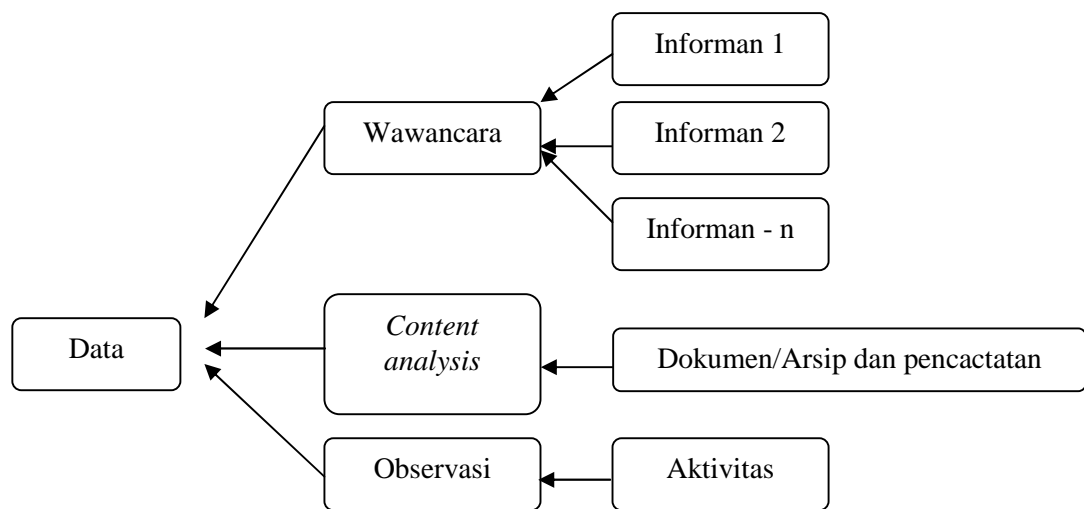
Tabel 1. Informan dalam Penelitian

No	Informan	Informasi yang digali
1	Petani Cabai	Perilaku petani: perilaku produksi, perilaku mengikuti kegiatan kelompok lelang
2	Ketua Asosiasi Pasar Tani (ASPARTAN)	Sejarah pemasaran cabai, sejarah pasar lelang, Manajemen pasar lelang
3	Pengelola Pasar Lelang	Manajemen pemasaran, fungsi pemasaran, struktur pengelola
4	Dinas Pertanian	Data produksi cabai di Kulon Progo, Keberadaan pasar lelang di mata pemerintah, peran Dinas Pertanian
5	Ketua Kelompok Lelang	Perilaku petani, pemasaran cabai petani, peran ketua kelompok lelang
6	Pedagang (Peserta lelang)	Kebutuhan pedagang, alasan memilih pasar lelang, jaringan pasar
7	Penyuluh Pertanian (PPL)	Peran penyuluh pertanian

Sumber : Data Lapangan, 2014

Uji validitas data yang telah berhasil digali, dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Dengan menggunakan triangulasi sumber,

informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, serta kajian dokumen dan arsip bisa dipertanggungjawabkan kesahihannya.



Gambar 1. Triangulasi Sumber Data (Sugiyono, 2011)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi Cabai di Kabupaten Kulon Progo

Cabai, petsai/sawi dan bawang merah merupakan komoditas sayuran utama yang dihasilkan oleh sektor pertanian di Kabupaten Kulon Progo. Pada tahun 2011 produksi cabai mencapai 10.722,6 ton , petsai/sawi mencapai 4.613,2 ton, serta bawang merah mencapai 2.522,3 ton. Produksi cabai meningkat sebesar 45,47 % apabila dibandingkan dengan produksi

tahun 2010, petsai/sawi meningkat 45,88 %, serta bawang merah meningkat sebesar 35, 63 %. Produksi cabai didominasi oleh wilayah Kecamatan Temon, Panjatan, dan Wates. Produksi cabai di Kulon Progo yang mencapai 107.226 kuintal disuplai oleh Kecamatan Temon sebesar 60.580 kwintal, Kecamatan Panjatan 26.754 kwintal, serta Kecamatan Wates 9.683 kwintal, sedangkan sisanya tersebar ke 8 kecamatan lainnya dalam jumlah yang lebih kecil.

Menurut data dari Sub Dinas Sayuran dan Tanaman Obat (Hortikultura) Kulon Progo tahun 2012, luas tanaman sayuran cabai di Kecamatan Panjatan mencapai 463 hektar (peringkat kedua setelah Kecamatan Temon; 493 Hektar). Namun demikian produktifitas tanaman cabai di

Kecamatan Panjatan lebih rendah jika dibandingkan dengan produktifitas tanaman cabai di Kecamatan Temon. Berikut tersaji tabel luas lahan, luas panen serta produksi cabai di Kabupaten Kulon Progo yang dirinci per kecamatan.

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Cabai di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2012

No	Kecamatan	Luas lahan Cabai (Hektar)	Produksi Total (Ton)	Rata-Rata Produksi (Ton/Ha)
1	Temon	502	5.368,80	10,89
2	Wates	203	1.209,80	6,05
3	Panjatan	432	3.568,40	7,71
4	Galur	187	868,10	5,02
5	Lendah	5	11,60	3,87
6	Sentolo	19	101,00	3,89
7	Pengasih	30	258,30	7,38
8	Kokap	7	33,90	4,84
9	Girimulyo	5	17,30	4,33
10	Nanggulan	10	69,80	6,98
11	Kalibawang	17	34,40	2,29
12	Samigaluh	5	40,20	5,03
Kabupaten		1.437	11.581,60	8,60

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Kulon Progo , 2012

Berdasarkan Tabel 2 tersebut tiga besar kecamatan di Kabupaten Kulon Progo yang menghasilkan cabai adalah Kecamatan Temon, Kecamatan Panjatan serta Kecamatan Wates, dimana ketiganya merupakan kecamatan yang memiliki lahan pasir pantai. Bahkan ketiga kecamatan tersebut juga

memiliki tingkat produktifitas cabai yang cukup tinggi yaitu mencapai 6,05-10,9 ton perhektar. Apabila dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, produksi cabai di Kabupaten Kulon Progo cenderung meningkat, hal ini bisa dilihat dalam Tabel 3. berikut.

Tabel 3. Luas Lahan, Produksi, serta Rata-Rata Produksi Cabai di Kulon Progo Tahun 2008-2012

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi Total (Ton)	Rata-Rata Produksi (Ton/Ha)
2008	965	7708,62	7,988
2009	968	7806	8,064
2010	908	7371,2	8,118
2011	1.278	10.722,60	8,390
2012	1.434	11.581,60	8,076

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Kulon Progo , 2012

Berdasarkan Tabel 3. tersebut selama periode 2010-2012 luas lahan cabai cenderung mengalami peningkatan luas maupun peningkatan hasil panen, namun secara produktifitas mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014 diprediksi jumlah lahan serta produksi cabai di Kulon Progo akan menurun terutama di wilayah Kecamatan Temon yang banyak mengalami pengurangan lahan tanam maupun produksi.

Tanaman cabai di lahan pasir pantai memiliki produksi rata-rata per batang mencapai $\pm 0,6$ Kg, apabila dalam 1 hektar terdapat ± 35.000 batang maka akan menghasilkan 21.000 kg cabai merah setiap hektarnya. Apabila harga cabai mencapai Rp 10.000,00 Kg maka petani akan memperoleh pendapatan sebesar Rp 210.000.000,00 per hektarnya. Dengan perkiraan biaya produksi yang mencapai Rp 75.684.400, 00 maka petani akan memperoleh pendapatan bersih sebesar Rp 134.315.600, 00 per hektar per musim tanam. Perhitungan ini menunjukkan

bahwa petani memiliki keuntungan yang besar ketika melakukan usaha tani cabai.

Sejarah Munculnya Pasar Lelang

Kabupaten Kulon Progo memiliki lahan pasir pantai seluas 116-120 Hektar per desa yang tersebar di Kecamatan Wates (Desa Karangwuni), Kecamatan Panjatan (Desa Garongan, Desa Bugel, Desa Pleret), Kecamatan Galur (Desa Karangsewu) serta Kecamatan Trisik (Desa Banaran). Lahan pasir pantai di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo tersebar di tiga desa yaitu Desa Bugel, Desa Garongan serta Desa Pleret. Keberadaan lahan pasir pantai mulai dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai lahan pertanian produktif pada awal tahun 1980an.

Pada tahun 1980 masyarakat di pesisir pantai selatan Kabupaten Kulon Progo khususnya yang berada di Kecamatan Panjatan mulai memanfaatkan keberadaan lahan pasir pantai sebagai salah satu lahan produktif untuk pertanian dengan komoditas

berupa cabai, melon dan semangka. Komoditas cabai pada akhirnya menjadi komoditas utama yang banyak dibudidayakan oleh petani. Pada musim panen cabai para pembeli mencari petani cabai ke lahan maupun ke rumah-rumah petani. Pedagang yang satu dengan pedagang yang lain bervariasi dalam memberikan harga, dan pada kondisi seperti ini ketua kelompok tani selalu memperoleh harga penjualan yang paling tinggi jika dibandingkan dengan harga yang diperoleh petani-petani lainnya. Perolehan harga yang berbeda ini membuat petani berinisiatif untuk menitipkan cabainya agar ikut dijual oleh ketua kelompok tani dengan tujuan agar memperoleh harga jual cabai yang lebih tinggi.

Akhirnya petani semakin banyak yang menitipkan cabainya kepada ketua kelompok tani tersebut. Akibatnya ketua kelompok tani menjadi sasaran rebutan dari para pembeli cabai yang ingin memperoleh cabai dalam jumlah yang banyak. Ketua kelompok tani mulai bingung dengan kondisi ini terutama jika ia akan menentukan pembeli yang berhak memperoleh cabai yang dijualnya. Kondisi inilah yang kemudian memunculkan ide untuk membuat sistem lelang (Tahun 2004) di Desa Garongan. Cabai yang terkumpul di ketua kelompok tani kemudian dijual

kepada para pembeli yang sudah berkumpul untuk ditentukan siapa yang berhak memperolehnya dengan tawaran secara lelang tertutup. Pembeli yang menang adalah pembeli yang membeli dengan harga yang paling tinggi. Sistem lelang tertutup seperti ini terbukti memberikan keuntungan kepada petani dimana mereka tidak lagi menjadi sasaran permainan harga serta harga cabai bisa mencapai maksimal. Dengan melihat tuntutan agar pasar lelang dikelola secara profesional, maka para petani yang terhimpun dalam kelompok tani pada akhirnya mulai membentuk pengurus pasar lelang serta aturan-aturan yang disepakati bersama terkait pengelolaan pasar lelang. Pengelola atau pengurus pasar lelang terdiri atas koordinator, sekretaris, bendahara serta 4 orang tenaga.

Seiring berjalannya waktu, kuantitas cabai yang dititipkan ke pasar lelang di Garongan semakin banyak, kondisi ini menimbulkan ide untuk membuat pasar lelang di wilayah yang lain. Akhirnya kuantitas cabai hasil panen ikut menentukan jumlah pasar lelang yang diperlukan oleh petani di sepanjang pantai selatan Kulon Progo. Pada tahun 2007 keberadaan pasar lelang bertambah menjadi 14 kelompok pasar lelang yang tersebar di 5 desa dan 4 kecamatan di wilayah pesisir Kulon

Progo. Dengan keberadaan pasar lelang yang semakin bertambah dan manfaat positif yang dirasakan oleh petani pada tahun 2008 dibentuk suatu organisasi sebagai wadah dan persatuan pasar tani di bawah pendampingan Dinas Pertanian Kabupaten Kulon Progo dengan nama Asosiasi Pasar Tani (ASPARTAN) Karyo Manunggal. Pada perkembangan selanjutnya, pada tahun 2009 bertambah menjadi 21 kelompok pasar lelang, hingga pada tahun 2013 berkembang ke 35 kelompok tani di lahan pasir pantai di sepanjang Kulon Progo dengan jumlah mencapai 25 pasar lelang. Sistem penyebaran pasar lelang berkembang dengan cara manakala ada kelompok tani yang ingin membuka pasar lelang yang baru maka kelompok tersebut akan mengirimkan 7 orang pengurusnya untuk belajar pada pasar lelang pertama atau pasar lelang yang sudah ada sebelumnya.

Tahun 2014 ini luas lahan pasir pantai yang dimanfaatkan oleh petani mencapai \pm 1500 hektar di sepanjang pesisir Kulon Progo dengan hasil rata-rata berkisar 15-20 ton/hektar, serta \pm 150 hektar di lahan persawahan dengan hasil panen berkisar 5-8 ton/hektar. Hasil lelang rata-rata berkisar antara 2,5-4 ton cabai merah per hari pada setiap kelompok lelang. Hingga saat ini pasar lelang telah menampung pemasaran

cabai petani sebanyak \pm 70% sedangkan 30% cabai petani dijual melalui pedagang lokal.

Pasar Lelang di Kecamatan Panjatan

Desa Bugel (Bugel 1, Bugel 2), Pleret (Pleret 1, Pleret 2, Pleret 3) dan Garongan (Garongan 1, Garongan 2, Garongan 3) merupakan wilayah yang memiliki wilayah orbitasi laut sehingga hanya wilayah ini pula yang memiliki lahan pasir pantai. Periode awal para petani menanam cabai di lahan pasir pantai, masyarakat di 8 dusun ini saja yang mengelola lahan pasir pantai. Namun pada periode selanjutnya masyarakat di 8 dusun mulai menyewakan lahan pasir milik mereka ke petani dari dusun lainnya. Keanggotaan kelompok tani maupun kelompok lelang akhirnya diperluas bukan hanya berdasarkan satu kewilayahan tempat tinggal (kesamaan dusun) akan tetapi pada kepemilikan lahan garap (termasuk sewa).

Keberadaan pasar lelang yang pertama kali lahir tahun 2004 di Dusun Bugel 2 dan Garongan 1 mulai menular ke kelompok tani yang lain yang akhirnya turut membentuk pasar lelang. Pengelola pasar lelang merupakan struktur yang berada dibawah kelompok tani, meskipun secara keanggotaan anggotanya lebih banyak dari kelompok

tani. Dari 8 dusun dan memiliki 9 kelompok tani, saat ini baru terdapat 7

pasar lelang dengan keanggotaan pasar lelang sebagai berikut.

Tabel 4. Pasar Lelang di Kecamatan Panjatan

No	Pasar Lelang	Wilayah Anggota	Usia (Tahun)
1	Garongan 1	Garongan 1	10
2	Garongan 2	Garongan 2	4
3	Garongan 3	Garongan 3	4
4	Pleret 1	Pleret 1, Pleret 2	4
5	Pleret 3	Pleret 3, Pleret 2	4
6	Bugel 1	Bugel 1	4
7	Bugel 2	Bugel 2	10

Sumber: Analisis Data Primer, 2014

Dari 7 dusun yang memiliki orbitrasi laut dan memiliki lahan pasir pantai, hanya dusun Pleret 2 saja yang belum memiliki pasar lelang sendiri. Meskipun demikian, petani di Dusun Pleret 2 tetap menjual cabainya di pasar lelang, baik di pasar lelang yang ada di Dusun Pleret 3 maupun pasar lelang di dusun Pleret 1. Selain itu karena adanya lahan pasir pantai yang mulai disewakan maupun dimiliki oleh masyarakat di luar 7 dusun tersebut, keanggotaan kelompok lelang pun akhirnya berkembang ke dusun lain seperti Dusun Garongan 6. Hal inilah yang menyebabkan keanggotaan kelompok lelang lebih banyak jika dibandingkan dengan anggota kelompok tani lahan pasir pantai.

Manajemen Pemasaran Cabai di Pasar Lelang

Manajemen pemasaran dapat dicapai melalui program terpadu yang berkaitan dengan perencanaan produk, penetapan harga, distribusi fisik, periklanan, penjualan, dan promosi.

1. Perencanaan Produk

Produk utama yang disepakati di pasar lelang adalah cabai dengan varietas lado, kyo dan heliks. Pilihan varietas ini didasarkan pada cabai yang banyak dibudidayakan oleh petani serta sesuai kebutuhan pasar. Sebenarnya tidak ada ketentuan terkait dengan varietas cabai ini, namun karena penjualan cabai dilakukan secara kolektif di pasar lelang (cabai akan dicampur berdasarkan varietas dengan yang lain), maka varietas cabai yang belum banyak dibudidayakan petani secara umum maka jumlahnya jika akan dijual secara kolektif pasti akan sedikit sehingga tidak

bisa dilelangkan. Lado, Kyo dan Helix merupakan varietas yang mampu tumbuh dengan baik di lahan pasir pantai Kulon Progo. Petani beberapa kali memperoleh penawaran varietas yang lain namun berdasarkan uji coba demplot maupun penanaman sendiri oleh petani varietas lain tidak mampu tumbuh secara baik.

Selain ada ketentuan dalam perencanaan produk cabai di pasar lelang, kelompok tani juga memiliki kesepakatan terkait dengan waktu untuk memulai penanaman cabai serta waktu pembukaan pasar lelang. Waktu penanaman cabai dilakukan secara serentak pada musim ke sembilan (mangsa kasanga) yang biasanya jatuh di sekitar bulan maret. Waktu penanaman dilakukan secara serentak berdasarkan waktu yang telah disepakati, dimana musim tanam tahun 2014 ini disepakati mulai tanggal 1 Maret 2014. Petani yang melakukan penanaman sebelum tanggal tersebut maka akan dijatuhi sanksi berupa pencabutan tanaman yang ada di lahan. Untuk menentukan tanggal tanam tersebut ASPARTAN maupun kelompok tani melakukan rapat penentuan musim tanam.

Panen cabai secara langsung akan menentukan waktu buka untuk pasar lelang. Asosiasi Pasar Tani

(ASPARTAN) sebagai wadah pengelolaan pasar lelang di Kulon Progo telah memiliki perhitungan waktu untuk menentukan pembukaan pasar lelang di masing-masing wilayah dan telah tersosialisasi dengan baik di masing-masing kelompok tani. Sehingga waktu buka pasar lelang beserta jadwal bukanya telah matang diatur oleh ASPARTAN dan kelompok tani lahan pasir pantai. Apabila terjadi panen cabai yang berbeda dengan kondisi awal (mundur/lebih panjang) maka jadwal buka akan ditinjau ulang untuk menentukan waktu buka lelang kembali. Dalam menentukan waktu tersebut kelompok lelang melakukan rapat penentuan waktu buka pasar lelang.

Dengan kata lain manajemen perencanaan produk cabai di pasar lelang akan berkaitan dengan penentuan jenis varietas cabai, pengelolaan masa tanam serentak, serta penentuan waktu buka serta jadwal buka pasar lelang yang kesemuanya dibahas oleh ASPARTAN dan kelompok lelang melalui forum pertemuan.

2. Sistem Penetapan Harga

Manajemen penetapan harga akan berkaitan dengan penentuan harga jual serta potongan harga untuk operasional pasar lelang yang dilakukan melalui musyawarah kelompok lelang.

Dalam sistem lelang, penetapan harga jual produk lelang diserahkan sepenuhnya pada mekanisme lelang secara tertutup (Murdjoko, 2012). Dalam proses penentuan harga yang dilakukan oleh para pedagang yang mengikuti lelang cabai tidak ada intervensi dari pihak manapun termasuk pengelola pasar lelang maupun kompromi antar pedagang. Para pedagang telah memiliki informan pasar dari berbagai daerah yang menjadi jaringan pemasaran mereka. Informan inilah yang berperan memberikan informasi perkiraan harga kepada pedagang yang mengikuti proses lelang. Sehingga tidak heran apabila pada saat pasar lelang mulai dibuka, para pedagang mulai sibuk mengakses informasi pasar (khususnya harga) melalui telepon maupun SMS dengan jaringan informannya. Harga tertinggi dalam lelang tertutup merupakan pemenang lelang yang berhak memiliki cabai tersebut.

Selain penetapan harga jual cabai melalui proses lelang tersebut, juga disepakati potongan harga yang akan diterima oleh petani sebagai biaya atas jasa yang dilakukan oleh pengelola pasar lelang. Ketentuan terkait potongan harga tersebut antara lain potongan sebesar Rp 200,00/ kg apabila harga lelang mencapai Rp 7.000,00, Rp 300,00

apabila mencapai Rp 10.000,00- Rp 15.000, serta Rp 500,00 apabila mencapai di atas Rp 15.000,00. Potongan tersebut digunakan untuk biaya operasional pasar lelang serta gaji pengurus pasar lelang.

3. Distribusi Fisik

Pasar lelang sebagai salah satu bentuk saluran pemasaran melakukan fungsi pemasaran yaitu menghimpun, penyimpanan (sementara), sortasi, penjualan, dan pengemasan cabai, namun tidak melakukan fungsi distribusi fisik. Distribusi fisik dapat dibedakan menjadi dua, yaitu distribusi cabai dari lahan ke pasar lelang serta distribusi cabai dari pasar lelang ke pedagang. Distribusi yang pertama dilakukan sepenuhnya oleh petani dengan menggunakan kendaraan pribadi petani seperti sepeda motor maupun sepeda. Selain itu petani juga bisa memanfaatkan sarana pengangkutanyang dimiliki oleh kelompok tani sebagai sarana untuk mengangkut panen cabai tersebut secara gratis. Apabila petani memerlukan layanan pengangkutan maka pengelola pasar lelang juga memberikan layanan tersebut.

Distribusi fisik yang berikutnya adalah pengangkutan cabai dari pasar lelang kepada pedagang pemenang

lelang. Distribusi fisik dari lokasi pasar lelang langsung dilakukan oleh pedagang besar selaku pemenang lelang. Setelah cabai dikemas oleh pengelola pasar lelang, pedagang kemudian langsung mendistribusikan cabai tersebut ke daerah yang menjadi pangsa pasarnya. Dalam hal ini distribusi fisik cabai dari pasar lelang ke pedagang diserahkan sepenuhnya kepada masing-masing pedagang yang memenangkan lelang.

4. Periklanan dan promosi

Periklanan berperan sebagai sarana sosialisasi dan promosi kepada publik untuk meningkatkan jumlah pembeli. Namun dalam manajemen pasar lelang, periklanan disini tidak secara lugas harus dilakukan dengan mengiklankan tentang pasar lelang tersebut karena keberadaan pasar lelang ini dengan sendirinya tersebar secara *mouth to mouth*. Sebagaimana sejarahnya, pasar lelang dimulai dengan mengundang para pedagang besar yang berminat untuk membeli cabai petani secara lelang. Dengan cara ini pada akhirnya tersebar dan pedagang mulai memahami jika ingin membeli cabai di pasar lelang harus melalui mekanisme lelang dimana para pedagang harus terdaftar terlebih dahulu ke pengelola pasar lelang. Sekalipun pengelola pasar

lelang telah memiliki daftar pedagang tetap yang menjadi peserta lelang, namun tidak semua pedagang tetap tersebut selalu berpartisipasi dalam proses lelang. Adakalanya pedagang yang bersangkutan telah memperoleh cabai dalam jumlah cukup atau kebutuhan di pasar wilayahnya sedang tidak memerlukan tambahan stok cabai.

Pedagang yang telah terdaftar di pasar lelang, maka pada saat akan dilakukan lelang pada hari tersebut mereka akan memperoleh pesan SMS dari pengelola pasar lelang terkait informasi jumlah dan varietas cabai yang akan dilelang pada waktu tersebut. Pesan SMS yang memberikan informasi cabai ini sangat diperlukan oleh para pedagang sehingga mereka bisa memperkirakan akan mengikuti lelang atau tidak ataupun menentukan bidikan pada pasar lelang mana mereka harus memenangkan lelang agar memperoleh cabai yang dibutuhkan.

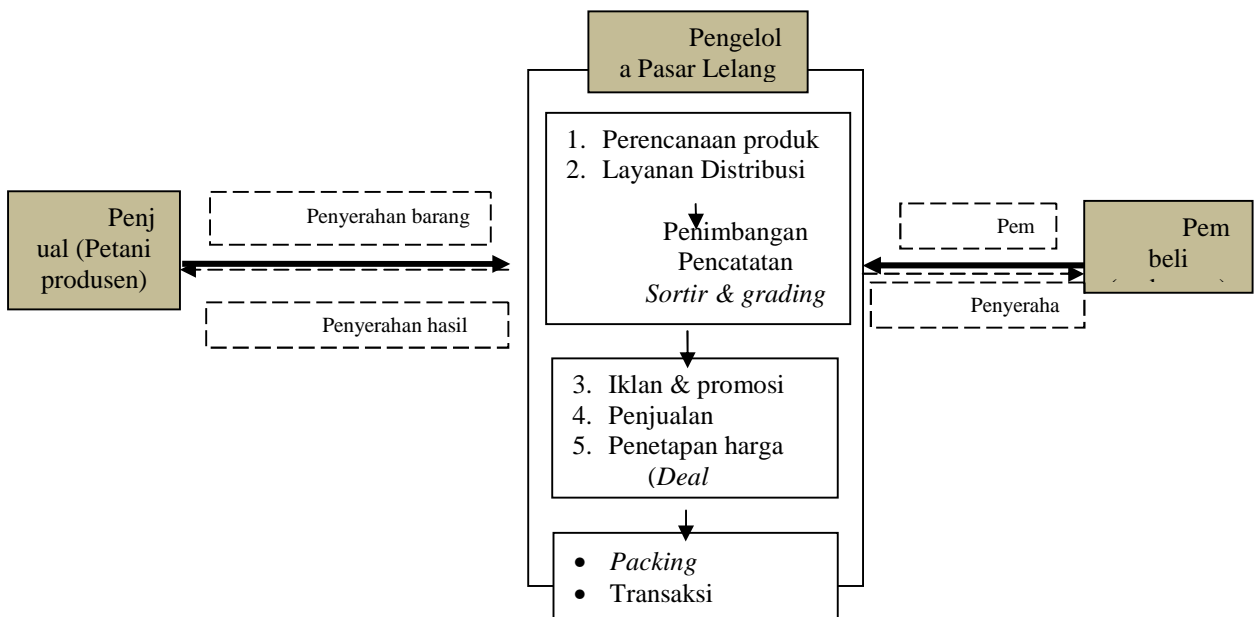
5. Penjualan

Penjualan berkaitan dengan bagaimana suatu komoditas dijual, menyangkut tempat, harga, saluran dan sebagainya. Pasar lelang menjadi tempat penjualan cabai yang dilakukan melalui mekanisme lelang. Manajemen penjualan dilakukan

dengan cara menghimpun cabai petani untuk dijual bersama-sama melalui lelang sehingga para petani akan memperoleh harga yang seragam. Masing-masing kelompok tani telah memiliki kesepakatan berkaitan dengan jadwal hari buka pasar lelang beserta jam bukannya. Adanya jadwal ini membuat petani juga mampu memperkirakan waktu

kapkan mereka harus mengumpulkan cabainya ke pasar lelang.

Berdasarkan uraian tersebut maka manajemen pemasaran dalam pasar lelang telah memenuhi standar fungsi pemasaran yang disebutkan oleh Firdaus (2008) yang meliputi atas fungsi pertukaran, fisis, serta penyediaan sarana prasarana. Model manajemen ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2. Skema Manajemen Pemasaran Cabai di Pasar Lelang

Berdasarkan gambar 2. tersebut dapat diuraikan standar operasional dan prosedur (SOP) pengelolaan pasar lelang sebagai berikut.

1. Petani mengumpulkan panen cabainya dari lahan ke pasar lelang setelah terlebih dahulu cabai dipisahkan menurut varietas dan dilakukan penyortiran. Apabila diperlukan, petani bisa meminta bantuan atau layanan pengangkutan kepada pengelola pasar lelang.
2. Cabai yang tiba di pasar lelang selanjutnya ditimbang oleh petugas dan dilakukan pencatatan oleh sekretaris pasar lelang. Selanjutnya cabai disimpan sementara di aula pasar lelang sesuai dengan varietasnya. Pengelola pasar lelang melakukan *sortasi* dan *grading* ulang terhadap cabai yang disetorkan.
3. Sekretaris merekap semua cabai yang terkumpul pada waktu tersebut. Pengelola pasar lelang yang lain menyampaikan informasi melalui SMS kepada pedagang yang akan mengikuti pasar lelang. Pesan SMS

menginformasikan lokasi pasar lelang serta jumlah panen cabai masing-masing varietas. Sedangkan pengelola pasar lelang yang lain mempersiapkan keperluan untuk proses lelang. Perlengkapan proses lelang meliputi:

- a. Papan untuk menuliskan harga lelang masing-masing pedagang
 - b. Kertas, alat tulis serta kotak untuk mengumpulkan lelang harga dari pedagang
4. Proses penjualan cabai dilakukan dengan sistem lelang tertutup. Setelah semua pedagang mengumpulkan kertas yang berisi harga lelang maka selanjutnya dilakukan pengumuman pemenang lelang. Pengelola bertugas menyebutkan harga dari pedagang sementara pengelola yang lain bertugas untuk menuliskannya di papan. Penetapan harga jual diberikan kepada pedagang yang menawarkan harga paling tinggi. Pedagang yang memenangkan lelang secara sah telah melakukan

deal transaksi dengan pengelola pasar lelang.

5. Setelah diketahui pemenang lelang, pengelola pasar lelang mengemas cabai ke dalam wadah untuk selanjutnya diangkut ke truk atau kendaraan pedagang yang memenangkan lelang untuk langsung didistribusikan ke mitra dagang mereka.
6. Pedagang yang memenangkan lelang membayarkan uang sesuai dengan harga yang telah ditetapkan.
7. Bendahara pasar lelang setelah menerima uang dari pemenang lelang selanjutnya mendistribusikan uang tersebut untuk pembayaran kepada petani serta potongan operasional pasar lelang.

SOP pasar lelang tersebut berlaku seragam untuk semua pasar lelang yang menjadi anggota asosiasi pasar tani (ASPARTAN). Namun demikian, setiap pasar lelang terkadang memberikan pelayanan yang berbeda-beda, tergantung dengan pengalaman dan kemampuan memberikan pelayanan.

Model seperti yang terjadi di pasar lelang cabai di Kecamatan Panjatan, Kulon progo, mendekati konsep teori pertukaran. Basrowi dan Soenyono (2004) menyebutkan bahwa dalam sistem pertukaran terdapat konsep pengorbanan dan ganjaran. Pengorbanan karena petani perlu ikut berpartisipasi menghidupkan pasar lelang melalui kepatuhannya terhadap apa yang telah diatur pengelola pasar lelang. Ganjaran karena petani pada akhirnya memperoleh jaminan harga jual cabai yang lebih tinggi dibandingkan dijual pada saluran pemasaran yang lain.

Adanya selisih keuntungan (ganjaran) yang lebih besar dari pengorbanan yang diberikan oleh petani tersebut, membuat petani akan tetap menjadikan pasar lelang sebagai saluran pilihan utama untuk memasarkan cabainya. Implikasi dari kondisi ini adalah bahwa pengelola pasar lelang harus mampu memberikan layanan fungsi pemasaran terbaik kepada petani melalui sistem manajemen yang semakin matang dan terstandar.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik simpulan:

1. Pasar lelang cabai merupakan bentuk kelembagaan ekonomi petani yang merupakan hasil pengembangan dari kelompok tani yang sudah ada.
2. Manajemen kelembagaan yang dilakukan oleh pengelola pasar lelang dalam memfasilitasi pemasaran cabai petani antara lain melalui perencanaan produk, sistem penetapan harga, distribusi fisik, periklanan dan promosi, serta penjualan. Alur tersebut telah dipatenkan dalam bentuk standar operasional dan prosedur (SOP) pasar lelang.

DAFTAR PUSTAKA

Basrowi, M. dan Soenyono, 2004, *Teori Sosial dalam Tiga Paradigma*, V de Press, Surabaya

Departemen Pertanian, 2003, *Program Nasional Pengembangan Penyuluhan*

Pertanian. Departemen Pertanian, Jakarta.

Dinas Pertanian Kabupaten Kulon Progo, 2012. *Luas Lahan, Produksi, serta Rata-Rata Produksi Cabai di Kulon Progo Tahun 2008-2012*

Firdaus, M, 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta

Hariadi, S.S, 2011, *Dinamika Kelompok Teori dan Aplikasinya untuk Analisis Keberhasilan Kelompok Tani sebagai Unit Belajar, Kerjasama, Produksi, dan Bisnis*, Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Kuntadi, E.B, 2011, *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Lahan Pasir Pantai Melalui Pasar Lelang di Daerah Istimewa Yogyakarta*, Tesis S2 Magister Manajemen Agribisnis Tidak dipublikasikan, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

Mardjoko, T, 2004, "Pasar Lelang Harapan Baru Memperbaiki Posisi Tawar Petani". Diakses melalui: www.bappebti.go.id, diakses 15 Agustus 2014

Mulyadi, 2011, *Akuntansi Biaya*, Aditya Media, Yogyakarta

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methode)*, Alfabeta, Bandung