

Pengaruh Sistem Pemasaran Terhadap Pendapatan Petani Padi Di Kecamatan Indrapuri

*(The Influence of the Marketing System on the Income of Rice Farmers in
Indrapuri District)*

Nahzatul Aulia¹, Widyawati¹, M. Yuzan Wardhana^{1*}

¹Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah
Kuala

**Corresponding author: yuzan@usk.ac.id*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan petani, serta apakah sistem pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan petani padi di kecamatan Indrapuri. Jenis data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Teknik penentuan data menggunakan random sampling. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 orang petani padi yang ada di kecamatan Indrapuri. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Petani padi di Kecamatan Indrapuri mempunyai tiga saluran pemasaran yaitu Pabrik, Tengkulak dan Eceran. Penjualan ke pabrik memberikan petani pendapatan yang lebih besar daripada penjualan kepada pengecer maupun tengkulak. Variabel sistem pemasaran yang terdiri atas lembaga pemasaran dan saluran pemasaran tidak memiliki pengaruh terhadap petani padi di Kecamatan Indrapuri. Sedangkan variabel margin pemasaran berpengaruh terhadap petani padi di Kecamatan Indrapuri.

Kata kunci: Sistem pemasaran, Petani Padi

Abstract. This study aims to determine how the marketing system is used by farmers, and whether the marketing system has an effect on the income of rice farmers in Indrapuri sub-district. The types of data in this study are primary and secondary data. Data determination technique using random sampling. The sample in this study amounted to 97 rice farmers in Indrapuri sub-district. The analysis used in this research is descriptive analysis and qualitative analysis. The results showed that rice farmers in Indrapuri District have three marketing channels, namely Factories, Middlemen and Retail. Sales to factories provide farmers with greater income than sales to retailers and middlemen. Marketing system variables consisting of marketing institutions and marketing channels have no influence on rice farmers in Indrapuri District. While marketing margin variables affect rice farmers in Indrapuri District.

Keywords: *Marketing System, Farmers*

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini karena kontribusinya sebagai sumber pendapatan, sumber devisa, penyerap tenaga kerja, penyedia bahan pangan, dan penyedia bahan baku industri. Sektor pertanian meliputi beberapa sub sektor yaitu sektor tanaman pangan, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan. Salah satu komoditas tanaman pangan di Indonesia adalah padi yang hasil produksinya masih menjadi bahan makanan pokok. Padi (*Oryza sativa* L) merupakan salah satu makanan pokok penduduk Indonesia, sehingga padi menjadi kebutuhan utama masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat produksi padi tertinggi nomor tiga di dunia, dengan jumlah produksi 70,8 juta ton per tahun. Salah satu daerah di Indonesia yang memproduksi padi paling banyak adalah Aceh dengan luas lahan untuk memproduksi padi pada tahun 2019 sekitar 310 ribu hektar (Budiasa, 2011).

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini karena kontribusinya sebagai sumber pendapatan, sumber devisa, penyerap tenaga kerja, penyedia bahan pangan, dan penyedia bahan baku industri. Sektor pertanian meliputi beberapa sub sektor yaitu sektor tanaman pangan, perkebunan, peternakan, kehutanan dan perikanan. Salah satu komoditas tanaman pangan di Indonesia adalah padi yang hasil produksinya masih menjadi bahan makanan pokok. Padi (*Oryza sativa* L) merupakan salah satu makanan pokok penduduk Indonesia, sehingga padi menjadi kebutuhan utama masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat produksi padi tertinggi nomor tiga di dunia, dengan jumlah produksi 70,8 juta ton per tahun. Salah satu daerah di Indonesia yang memproduksi padi paling banyak adalah Aceh dengan luas lahan untuk memproduksi padi pada tahun 2019 sekitar 310 ribu hektar (Budiasa, 2011).

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Padi di Kecamatan Indrapuri 2017-2021

Tahun	Produksi (ton)	Luas Panen(ha)	Produktivitas
2017	29.934	4.402	6,80
2018	40.425	5.775	7,00
2019	33.123	4.759	6,96
2020	44.106	5.758	7,66
2021	45.173	5.905	7,65

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa Kecamatan Indrapuri memiliki hasil produksi padi yang cukup banyak. Kecamatan Indrapuri menempati urutan ke-2 dari 23 Kecamatan yang ada di Kabupaten Aceh Besar dengan produksi padi sawah sebesar 44.106-ton dengan luas panen 5.758 ha dan produktivitas 8,67 ton/ha (Badan Pusat Statistik, 2022). Meskipun menempati urutan ke-2 dengan produksi padi sawah terbesar di Kabupaten Aceh Besar, akan tetapi rata - rata pendapatan petani padi sawah di Kecamatan Indrapuri masih tergolong rendah yaitu sebesar Rp 3.000.000,00 per satu hektar per luas panen.

Kecamatan Indrapuri sebagai daerah sentra produksi padi di Kabupaten Aceh Besar merupakan daerah yang diharapkan mampu menjaga stabilitas ketersediaan beras di Kabupaten Aceh Besar. Tapi dalam kenyataannya, produksi padi di Kecamatan Indrapuri cenderung mengalami kenaikan namun juga mengalami penurunan. Produksi yang efisien akan menyebabkan penurunan biaya produksi yang selanjutnya akan menyebabkan peningkatan pendapatan petani. Petani harus memiliki kemampuan untuk memproduksi pangan sekaligus juga harus memiliki pendapatan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pangan mereka sendiri. Pendapatan menjadi faktor penting untuk menunjang kesejahteraan petani. Suatu desa belum dikatakan mandiri jika masih terdapat masalah ketahanan yaitu tercermin dari belum adanya peningkatan pendapatan dan kesejahteraan (Purwaningsih et al., 2008). Kewirausahaan petani merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan usaha yang berorientasi pasar.

Walaupun sebagian besar penduduk adalah petani (bermata pencaharian di sektor pertanian), namun masih banyak masalah yang dihadapi oleh para petani

tersebut. Aneka permasalahan itu antara lain misalnya aspek harga produksi yang sering mengalami fluktuasi (naik/turun), aspek pemasaran dan permodalan. Masalah harga komoditi hasil pertanian yang sering tidak stabil (dalam hal ini komoditi padi), tentunya sangat merugikan para petani karena harga bahan/bahan produksi seperti pupuk dan obat/obatan cenderung mengalami kenaikan. Dari aspek pemasaran dan permodalan, para petani juga sering mengalami hal yang merugikan, bahkan para petani harus terjebak ke dalam sistem pemasaran dan permodalan yang menguntungkan satu/satu pihak (dalam hal ini para tengkulak).

Sistem ketergantungan ini menciptakan suatu keadaan eksploitasi (pemasaran) yang dilakukan oleh para tengkulak terhadap para petani. Sikap eksploitasi ini diwujudkan dengan penentuan (patokan) harga di bawah harga pasar dan juga pembayaran secara cicil(bertahap). Para tengkulak tidak hanya menguasai sistem pemasaran dan permodalan saja, tetapi juga sistem perkreditan. Kepemilikan lahan semakin sempit, sehingga pengelolaannya menjadi tidak efisien dan tidak ekonomis. Kedua tingkat pengetahuan/ keterampilan individu petani masih relatif rendah sehingga tidak mampu mencakup semua aspek usaha tani. Ketiga modal usaha yang dimiliki, sebagian besar masih relatif kecil, sehingga membatasi ruang gerak petani dalam mengoptimalkan usaha taninya. Keempat organisasi ditingkat petani, masih lebih bersifat organisasi/kelompok sosial, sehingga akan sulit menjadi organisasi yang bermanfaat secara ekonomis. Kelima pola usaha tani belum berorientasi pada usaha tani sebagai perusahaan/ industri dengan didasari jiwa kewirausahaan.

Gambaran kehidupan petani yang bergantung pada tengkulak inilah membuat timbulnya ketertarikan saya untuk meneliti. Keadaan pertanian di Kecamatan Indrapuri menggambarkan pemilik modal dalam hal ini tengkulak sangat menentukan berhasil tidaknya kegiatan pertanian. Apabila melihat sebuah lingkaran tahapan pertanian maka para tengkulak hampir berpengaruh sepenuhnya. Diawali kegiatan menyewa, menanam, merawat, panen sampai kepada menjual produk atau hasil pertanian, petani tetap memiliki ketergantungan pada tengkulak. Para tengkulak mempunyai pengaruh yang kuat untuk mengintervensi petani.

Dalam observasi awal, di Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar ditemukan bahwa penduduk kampung ini sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani dimana petani di daerah ini berkonsentrasi pada tanam/tanaman padi. Kepemilikan tanah secara personal tidak diketahui secara spesifik karena sebagian besar tanah merupakan warisan turun/temurun dari orang tua. Kecamatan ini secara geografis terletak pada dataran rendah dengan tanah yang subur dan merupakan sentra tanaman padi. Dari observasi awal tersebut, peneliti melihat bahwa petani hidupnya cukup sulit. Petani kesulitan menjual hasil panennya karena tidak punya jalur pemasaran sendiri, akibatnya petani menggunakan sistem tebang jual sehingga hal ini membuat tingkat ketergantungan petani terhadap tengkulak sangat tinggi.

MATERI DAN METODE

Fokus Penelitian adalah pengaruh sistem pemasaran terhadap pendapatan petani padi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data berupa

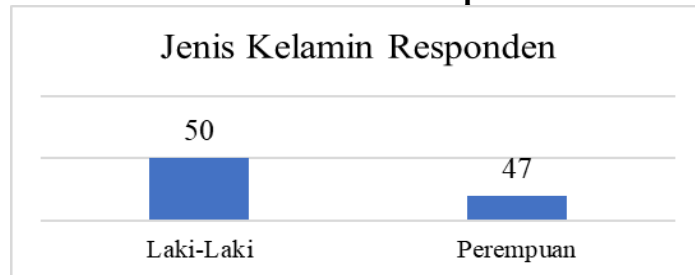
kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Grafik 1. Jenis Kelamin Responden

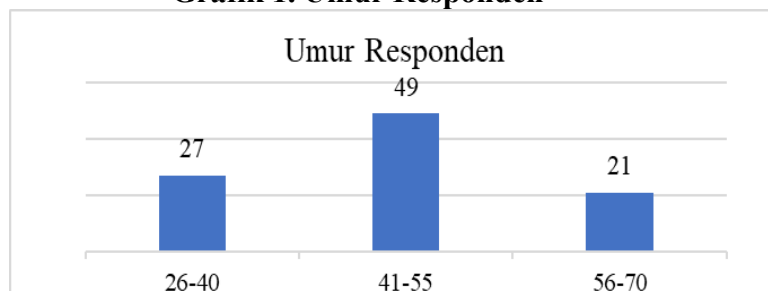


Sumber: hasil olah data

Responden dalam penelitian ini hampir seimbang antara responden laki-laki dan responden perempuan.

Umur

Grafik 1. Umur Responden

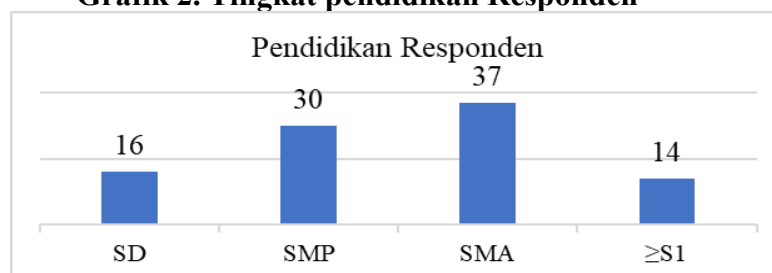


Sumber: Hasil olah data

Umur responden dalam penelitian ini rata-rata berkisar antara 41-45 tahun berjumlah 49 orang, 26-40 tahun berjumlah 27 orang dan 56-70 tahun berjumlah 21 orang.

Pendidikan

Grafik 2. Tingkat pendidikan Responden

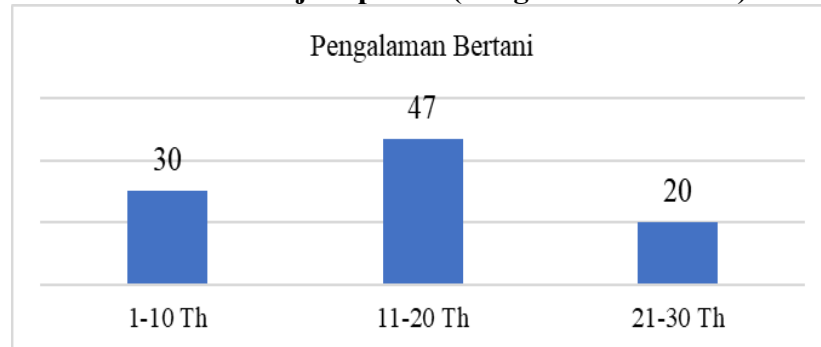


Sumber: hasil olah data

Rata-rata pendidikan respon berkisar antara Sekolah Dasar (SD) 16 orang dan Sekolah Menengah Pertama (SMP) 30 orang. Sekolah Menengah Atas (SMA) 37 orang. Sedangkan sisanya berpendidikan S1 atau lebih tinggi berjumlah 14 orang.

Lama menjadi petani (pengalaman bertani)

Grafik 3. Lama menjadi petani (Pengalaman bertani)

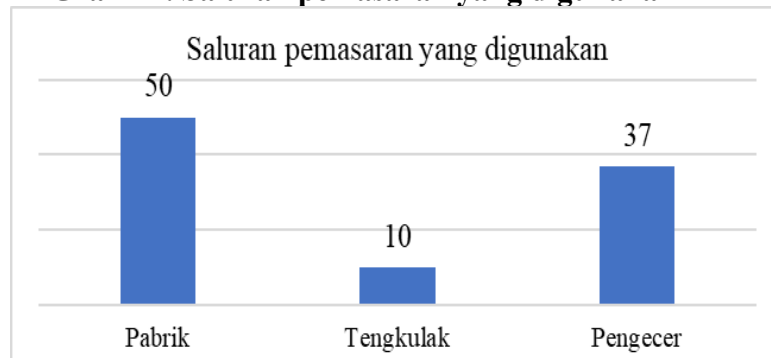


Sumber: hasil olah data

Kebanyakan responden sudah menjadi petani selama 11-20 tahun yaitu berjumlah 47 orang, sedangkan sisanya sudah bertani selama 1-10 tahun berjumlah 30 orang dan 21-30 tahun berjumlah 20 orang.

Saluran pemasaran yang digunakan

Grafik 4. Saluran pemasaran yang digunakan



Sumber: hasil olah data

Petani padi di Kecamatan Indrapuri mempunyai tiga saluran pemasaran yaitu Pabrik, Tengkulak dan Eceran. Kebanyakan responden menjadikan pabrik sebagai saluran pemasarannya yaitu berjumlah 50 orang, sedangkan 37 orang responden menjadikan pengecer sebagai saluran pemasarannya dan sisanya 10 orang responden menjadikan tengkulak sebagai saluran pemasarannya.

Sistem pemasaran petani padi di Kecamatan Indrapuri

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah suatu badan usaha atau individu yang menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta

mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin (Sudiyono, 2004). Dalam penelitian ini lembaga pemasaran yang tergabung dalam pemasaran padi di Kecamatan Indrapuri adalah pabrik, pembeli eceran dan tengkulak.

Pabrik dalam penelitian ini adalah tempat penggilingan padi menjadi beras. Sistem penjualannya adalah petani mengantarkan sendiri padinya ke pabrik atau di ambil oleh pabrik dengan beban biaya transportasi dikenakan kepada petani. Pembeli eceran dalam hasil penelitian ini adalah pembeli padi yang turun langsung untuk mengumpulkan atau membeli padi ditingkat petani dengan harga yang lebih murah dan melakukan penjualan kepada pabrik dengan harga yang lebih tinggi. Tengkulak dalam penelitian ini adalah pedagang perantara (yang membeli hasil bumi dan sebagainya dari petani atau pemilik pertama) biasanya sebagai peraih harga beli yang umumnya lebih rendah dari harga pasaran.

Alasan para petani melakukan penjualan kepada pembeli eceran karena mereka hanya menjual ketika perlu, sehingga yang mereka jual itu tidak banyak dan akan merepotkan apabila di jual ke pabrik, karena jumlah penjualannya kecil. Sedangkan penjualan kepada tengkulak terjadi karena petani memiliki keterbatasan modal dalam melakukan proses produksi. Kesulitan dalam permodalan dan keterikatan atas pinjaman untuk sarana produksi membuat petani terikat perjanjian dengan pedagang pengumpul. Dalam memilih saluran pemasaran, dukungan permodalan yang diberikan pedagang pengumpul menjadi pertimbangan bagi petani walaupun harga jualnya lebih rendah daripada penjualan ke pabrik.

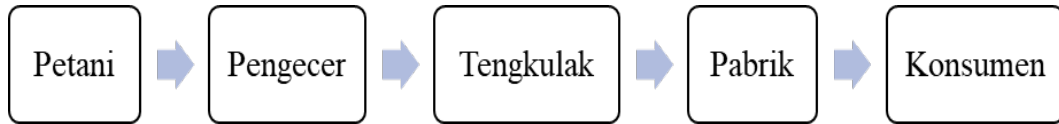
Hal ini juga sesuai dengan penelitian Rasmikayati dkk. (2021) bahwa ketika petani menjual hasil panennya ke tengkulak atau bandar petani menjadi kurang memiliki daya tawar dalam penentuan harga jual. Hal ini disebabkan karena informasi pasar yang dimiliki tengkulak atau bandar lebih baik dibandingkan petani. Padahal petani yang menjual langsung ke pasar akan mendapatkan harga rata-rata paling tinggi, sedangkan petani yang menjual melalui perantara akan mendapatkan harga rata-rata paling rendah (Muthini, 2015).

Saluran Pemasaran

Dalam rantai pangan, petani sebagai produsen pangan merupakan aktor yang terpenting sekaligus menjadi pihak yang paling banyak mencurahkan waktunya untuk memastikan berjalannya “mesin” produksi pangan nasional. Petani juga menjadi aktor yang paling banyak dan rentan menghadapi risiko gagal berproduksi akibat bencana, dan berbagai faktor alam serta iklim dan lainnya. Petani merupakan pelaku yang paling tidak beruntung. Kondisi ini disebabkan karena pada umumnya petani hanya berperan dalam tataran produksi dan tidak ikut serta dalam rantai pemasaran produk yang dihasilkannya hingga diterima konsumen. Nilai tambah produk yang dilakukan melalui tahap pengolahan, pengemasan, pelabelan dan perdagangan biasanya dinikmati oleh pengepul dan pedagang. Saluran pemasaran adalah suatu proses manajerial dimana individu atau kelompok di dalamnya mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

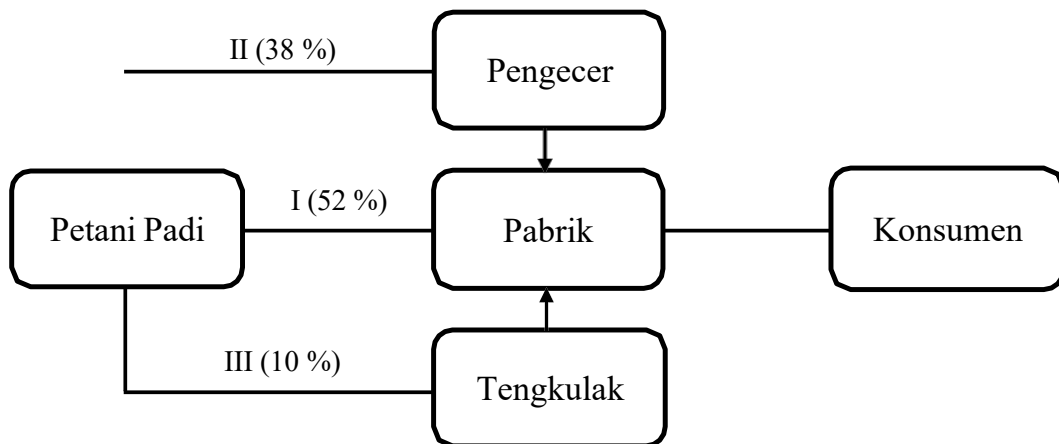
Dari hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Indrapuri terdapat beberapa saluran pemasaran yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Saluran pemasaran padi di kecamatan Indrapuri



Dari gambar saluran pemasaran di atas yang merupakan hasil penelitian Kecamatan Indrapuri terdapat beberapa lembaga pemasaran yang mana merupakan sarana untuk perpindahan barang produksi dalam hal ini padi dari produsen (petani padi) sampai pada konsumen akhir yaitu masyarakat. Selanjutnya berdasarkan gambar 1 diatas dapat disatukan tiga model saluran pemasaran tersebut, sehingga menjadi gambar yang disajikan berikut ini:

Gambar 2. Tiga model saluran pemasaran padi di kecamatan Indrapuri



Pada gambar saluran pemasaran di atas, yang mana terdapat tiga model pemasaran yang dijumpai saat penelitian dilaksanakan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada model saluran pemasaran pertama, aliran padi dimulai dari petani produsen dijual kepada pabrik sebesar 52 % dari 97 jumlah petani sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebesar 50 orang responden, padi yang dijual oleh petani dalam bentuk gabah gabah basah atau kering. Kemudian dari pabrik melakukan tindakan pengeringan dan penggilingan menjadi beras dan diberi kemasan, selanjutnya dipasarkan kepada konsumen.
2. Pada model saluran pemasaran kedua aliran padi dari petani kepada pembeli eceran sebesar 38 % dimana jumlah petani responden yang menjual padi kepada pembeli eceran sebanyak 37 orang responden dari 97 petani sampel yang diambil dalam penelitian dan padi yang dijual dalam bentuk gabah kering, kemudian pembeli eceran akan menjual padi tersebut kepada pabrik. Kemudian dari pabrik melakukan tindakan penggilingan menjadi beras dan diberi kemasan, selanjutnya dipasarkan kepada konsumen.

3. Pada model saluran pemasaran ketiga aliran padi mulai dari petani produsen dijual kepada tengkulak sebesar 10 % dimana jumlah petani responden yang menjual padi kepada tengkulak sebanyak 10 orang responden dari 97 jumlah petani sampel yang diambil dalam penelitian ini. Padi yang dijual dalam bentuk gabah kering, kemudian tengkulak akan menjual padi tersebut kepada pabrik. Kemudian dari pabrik melakukan tindakan penggilangan menjadi beras dan diberi kemasan, selanjutnya dipasarkan kepada konsumen.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran yang terkait. Terdapat dua elemen penting dalam margin pemasaran terdiri yaitu biaya dan keuntungan pemasaran. Situmorang (2015), menyatakan besarnya margin untuk setiap saluran tataniaga dipengaruhi oleh volume penjualan serta jarak lokasi pemasaran, panjang pendeknya rantai pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran, struktur pasar yang dihadapi, besarnya biaya, dan keuntungan yang diperoleh. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Komponen margin ini terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran (Sudiyono, 2004).

Selanjutnya besarnya margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1	Pabrik	6.500	-	-
	• Padi	-	7.500	1.500
	• Beras	-	13.000	6.500
2	Pembeli Eceran	5.100	6.500	1.400
3	Tengkulak	4.200	6.500	2.300

Margin pemasaran merupakan selisih harga antara harga jual pada lembaga pemasaran dengan harga beli dari lembaga pemasaran berikutnya sampai pada tingkat konsumen. Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran padi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada lembaga pemasaran pabrik besarnya margin pemasaran terdapat dua nilai, hal ini disebabkan pabrik membeli padi dari petani dengan harga Rp 6.500/kg dan dijual dalam bentuk padi ataupun dalam bentuk beras. Harga penjualan dalam bentuk padi sebesar Rp 7.500/kg dan Rp 13.000/kg dijual dalam bentuk beras. Perbedaan harga jual tersebut karena proses pengolahan yang dilakukan oleh pabrik memerlukan biaya operasional. Berdasarkan harga beli dan harga jual padi oleh pabrik maka besarnya margin pemasaran pun terdapat dua nilai yaitu sebesar Rp 1.500/kg dan Rp 6.500/kg.
2. Pada lembaga pemasaran pembeli eceran mereka membeli padi dari petani dengan harga Rp. 5.100/kg dan menjual kembali ke pabrik dengan harga

- Rp. 6.500/kg. Berdasarkan harga beli dan harga jual padi oleh pembeli eceran maka besarnya margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 1.400/kg.
3. Pada lembaga pemasaran tengkulak mereka membeli padi dari petani dengan harga Rp. 4.200/kg dan menjual kembali ke pabrik dengan harga Rp. 6.500/kg. Berdasarkan harga beli dan harga jual padi oleh pembeli eceran maka besarnya margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 2.300/kg.

Pengaruh Sistem pemasaran terhadap Pendapatan Petani Padi

Kondisi pertanian Indonesia saat ini menunjukkan bahwa pendapatan mereka yang bekerja di sektor pertanian lebih rendah dibandingkan dengan pendapatan mereka yang bekerja di sektor lainnya. Pertanian skala kecil, modal terbatas, sangat bergantung pada musim, mempekerjakan anggota keluarga, pasar yang sangat rendah, akses terhadap pinjaman dan teknologi merupakan ciri pertanian kita. Petani kecil dengan berbagai keterbatasannya menyebabkan kondisi pertanian di Indonesia semakin terpuruk. Salah satu keterbatasan mereka adalah aksesibilitas. Hal ini akan mempengaruhi proses pengambilan keputusan mengenai komoditas apa yang harus dikembangkan dan teknologi apa yang harus diterapkan. Hal ini secara tidak langsung juga akan memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan petani. Akses terhadap informasi mengenai transfer teknologi, pasar, permodalan dan inovasi lainnya sangat penting dan dibutuhkan oleh petani untuk meningkatkan usaha pertaniannya. Akses informasi yang baik akan memungkinkan para petani untuk memperbaiki manajemen usaha taninya sehingga agribisnisnya menjadi lebih baik.

Penelitian ini menemukan bahwa kegiatan pertanian merupakan mata pencaharian utama dan sumber pendapatan utama banyak rumah tangga pedesaan di Kecamatan Indrapuri. Menurut responden, kegiatan pertanian dan sumber pendapatan utama rumah tangga adalah produksi tanaman pangan khususnya padi. Seperti yang diungkapkan responden, kegiatan pertanian merupakan sumber pendapatan bagi rumah tangga pedesaan di Kecamatan Indrapuri. Sebagian besar pendapatan rumah tangga pedesaan dihasilkan dari kegiatan pertanian. Masyarakat petani di wilayah Kecamatan Indrapuri sangat bergantung pada kegiatan pertanian, khususnya produksi padi, yang memainkan peran penting dalam kehidupan mereka.

Tabel 3. Klasifikasi pendapatan petani padi

No	Kategori	Jumlah pendapatan	Jumlah Petani
1	Rendah	< Rp. 1.500.000	22
2	Sedang	Rp. 1.500.000 - 3.500.000	45
3	Tinggi	Rp. 3.500.000 - 5.000.000	20
4	Sangat Tinggi	> Rp. 5.000.000	10

Berdasarkan tabel 4.3 dapat di lihat bahwa rata-rata pendapatan petani padi di Kecamatan Indrapuri berada pada kategori sedang yaitu dengan pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000 sampai Rp. 3.500.000. Responden mengungkapkan bahwa mereka memanfaatkan pendapatannya untuk membeli makanan, pakaian, biaya pendidikan dan kebutuhan pokok lainnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kishor dan Basanta (2021) bahwa petani memanfaatkan

pendapatan mereka dari produksi sayuran untuk membeli makanan, pendidikan anak dan pakaian serta barang kebutuhan sehari-hari lainnya.

Banyak permasalahan yang dihadapi petani ketika mereka ingin memasarkan hasil produksinya. Salah satunya adalah saluran pemasaran, Saluran pemasaran sangat penting bagi petani. Informasi pasar dapat membantu petani dalam proses penjualan hasil produksi, dan penentuan harga yang paling menguntungkan bagi mereka. Semakin sering petani mampu memperoleh/mengakses informasi pasar maka semakin banyak pula petani mengetahui peluang-peluang pasar yang menjanjikan. Akses Informasi modal tidak kalah penting artinya bagi petani. Ketersediaan informasi modal dapat membantu petani dalam mempermudah dan memperlancar proses peningkatan modal usaha taninya. Peningkatan modal usahatani akan berdampak terhadap meningkatnya kinerja usahatani dan akhirnya akan meningkatkan pendapatan usahatani.

Selanjutnya adalah permasalahan terkait jalan. Mereka mengungkapkan bahwa hal ini berdampak pada penurunan mobilitas angkatan kerja dan dengan demikian menyebabkan kenaikan biaya transportasi, mulai dari upah angkut dari sawah ke jalan utama serta upah angkut ke rumah atau pabrik. Responden mengungkapkan bahwa, kurangnya peningkatan layanan transportasi menimbulkan tambahan biaya transportasi barang, yang mengakibatkan penurunan harga produk pertanian di tingkat petani dan berdampak negatif pada pendapatan rumah tangga. Menurut responden, hal ini disebabkan oleh kenaikan harga input pertanian dan biaya tambahan yang timbul selama pasokan produk ke pasar.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Infrastruktur pedesaan merupakan faktor yang sangat penting dalam pembangunan pertanian. Diantaranya, fasilitas jalan pedesaan mempunyai peranan yang sangat signifikan dalam peningkatan produksi pertanian dan pendapatan rumah tangga. Hal ini karena jaringan jalan pedesaan yang baik akan mempercepat pengiriman input pertanian secara efisien dan menciptakan peluang untuk memasok produk ke pasar.

Petani padi di Kecamatan Indrapuri menjual hasil panennya melalui perantara, pedagang pengumpul/tengkulak. Elfadina (2018) menjelaskan bahwa menjual melalui pedagang perantara merupakan pasar yang mudah dan cepat serta 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 Indrapuri lebih memilih pasar yang mudah dan tidak mengambil risiko pemasaran untuk menjual hasil produksi langsung ke pasar.

Selain itu Elfadina (2018) menyebutkan alasan lain petani padi tidak memiliki keinginan untuk memasarkan hasil panen 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. 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 Indrapuri lebih memilih pedagang perantara untuk menjual hasil produksi. Penjualan melalui pedagang

perantara membuat ketersediaan transportasi menjadi hal yang tidak begitu penting karena pedagang berada dekat dengan tempat produksi para petani padi.

KESIMPULAN

Sistem pemasaran yang dilakukan oleh petani padi terdiri dari 3 elemen yaitu lembaga pemasaran, saluran pemasaran dan margin pemasaran. Petani padi di Kecamatan Indrapuri mempunyai tiga saluran pemasaran yaitu Pabrik, Tengkulak dan Eceran. Variabel sistem pemasaran yang terdiri atas lembaga pemasaran dan saluran pemasaran tidak memiliki pengaruh terhadap petani padi di Kecamatan Indrapuri. Sedangkan variabel margin pemasaran berpengaruh terhadap petani padi di Kecamatan Indrapuri. Agar petani bisa memperoleh tingkat pendapatan yang cukup untuk kebutuhan keluarganya sebaiknya membentuk kelompok tani ataupun koperasi yang dapat membantu dalam hal memperoleh pinjaman modal, membantu pemasaran hasil produksinya dan tukar ilmu serta informasi antar petani agar dapat lebih mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. 2015. Pengembangan kapasitas petani kecil lahan kering untuk mewujudkan ketahanan pangan. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance*, 7 (3): 197-210.
- Arikunto, S. 2017. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VII. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asmarantaka, N. S. 2014. *Analisis Risiko Yang Berpengaruh Terhadap Kinerja Proyek Pada Pembangunan Hotel Batiqa Palembang*. Sriwijaya University). Palembang.
- Azwar, S. 2018. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baihaqi, A., Hamid, A. H., Zikri, I., Kurniawan, D., Fazlina, Y. D., Wardhana, M. Y., & Bahri, T. S. (2021, February). The performance of paddy farming in Aceh province. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 667, No. 1, p. 012083). IOP Publishing.
- Bramastuti, N. 2009. *Pengaruh prestasi sekolah dan tingkat pendapatan terhadap motivasi berwirausaha siswa SMK Bakti Oetama Gondangrejo Karanganyar*. Skripsi
- Budiasa, I. W., 2011. *Pertanian Berkelanjutan Teori dan Pedoman*. Bali: Udayana University Press.
- Deli, A., Makmur, T., & Wardhana, M. Y. *Analisis Akar Masalah Distribusi Pupuk Bersubsidi di Provinsi Aceh. Root Problem Analysis of Subsidized Fertilizers Distribution in Aceh Province*.
- Dewi, I. A. 2011. *Akses Informasi Pasar, Modal dan Teknologi oleh Petani di Daerah Perkotaan*. dwijenAGRO. Vol. 2 No. 2
- Elfadina, E. A. (2018). *Pengembangan Agribisnis Mangga Ditinjau dari Penguasaan 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.
- Hakim, L., Wardhana, M. Y., & Mulia, S. (2021). *Analisis Willingness to Pay Petani Terhadap Pelaksanaan Program Asuransi Usaha Tani Padi*

- (AUTP) Di Kabupaten Aceh Besar. MAHATANI: Jurnal Agribisnis (Agribusiness and Agricultural Economics Journal), 4(1), 281-298.
- Hanafiah, M., Saefuddin, A. 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Indonesia Universitas Press, Jakarta.
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV Andi offset.
- Handianto, L., et al. 2015. Peranan Pertanian Sistem Arealan dan Penanggulangan Kemiskinan di Pedesaan: Studi Kasus Desa Manukan Kecamatan Kalitidu Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 15(1), 1-13.
- Husein, U. 2000. *Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Husein, U. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hutabarat, H. 2013. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Petani dalam Penjualan Padi ke Tengkulak di Kecamatan Jatilawang, Kabupaten Banyumas*. HKTI Banyumas.
- Jhingan, 2000. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kishor, B., Basanta, P., 2021. Impact of vegetable farming on farmers livelihood patterns in Dhankuta, Nepal. *Geogr. J. Nepal* 14, 131150.
- 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 Agriseip*, 15(2), 58-74.
- Maulidah, S. 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. Malang: UB Press.
- Musyarofah, et al. 2017. Preferensi Petani Dalam Penjualan Gabah Pasca Panen di Desa Sumur Mati Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial*.
- Muthini, D. N. (2015). An assessment of mango farmer's choice of marketing channels in Makueni, Kenya (No. 634-2016-41489).
- Purwaningsih, et al. 2008. *Ketahanan Pangan: Situasi, Permasalahan, Kebijakan dan Pemberdayaan Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Balai Penelitian Pengembangan dan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta. Vol. 9 No.1 Hal 1-27.
- Qariska, H. Q., 2021. Ketergantungan Petani Padi Kepada Tengkulak Sebagai Patron-Klien dalam Kegiatan Pertanian (Studi Kasus di Desa Alatengae, Kecamatan Bantimurung, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan), Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Rahmawati, S. 2006. Status perkembangan perbaikan sifat genetik padi menggunakan transformasi argobacterium. *Jurnal Agrobiogen*. 2 (1): 36 - 44.
- Rahmayani, T., Wardhana, M. Y., & Arida, A. (2022). Efisiensi Usahatani Padi (Komparatif Antara Anggota Dan Non Anggota Kelompok Tani) Di Kecamatan Pante Ceureumen Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(4), 307-314.
- Rasmikayati. 2021. Saluran pemasaran Mangga dan Faktor Yang Memengaruhinya (Studi Komparatif Antara Kecamatan Greded dan Japara). *Jurnal pertanian agros*. Vol 23, no 2

- Saragih, B. 2001. Suara dari Bogor: Membangun Sistem Agribisnis. Yayasan USESE bekerjasama dengan Sucofindo. Bogor.
- Situmorang, M. 2015. Orientasi kebijakan politik luar negeri Indonesia di bawah pemerintahan Jokowi-JK. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, Vol. 11 No 1.
- Situmorang, S. H., dan Lutfi, M. 2017. *Analisa Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Edisi Ketiga. Medan: USU Press
- Soekartawi. 2002. *Teori Ekonomi Produksi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Stanton, W. J. 2012. *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa: Yohanes Lamarto. Erlangga. Jakarta.
- Statistik, B. P., 2022. *Kabupaten Aceh Besar Dalam Angka*. Aceh Besar: BPS Kabupaten Aceh Besar.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang
- Sudrajat, J., Isytar, I., & Arifin, N. 2021. Farmers' Perception and Engagement with the Role of Middlemen: A Case Study of the Vegetable Farmers. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 25(1).
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2002. *Makro Ekonomika Modern*, Jakarta: PT. Rasa Grafindo Persada.
- Supriyanti, A., Supriyanta, & Kristamtini. (2015). Karakterisasi Dua Puluh Padi (*Oryza Sativa*. L.) Lokal di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Yogyakarta. Vegetalika* (4) 3:29-41.
- Suwardi, G. N., et al. 2017. Analisis Saluran Pemasaran Padi Sawah (Suatu Kasus di Desa Sukanagara Kecamatan Lakbok Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*.
- Suwiknyo, D. 2009. *Kamus lengkap ekonomi islam*. Yogyakarta: Total Media
- Tamrin, A., & Tantri, F. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wahed, M. 2015. Pengaruh Luas Lahan, Produksi, Ketahanan Pangan dan Harga Gabah Terhadap Kesejahteraan Petani Padi di Kabupaten Pasuruan. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis, Universitas Brawijaya Malang*. 7(1). Hal:68-74.
- Wardana, M. Y. (2011). Kajian prospek komoditas induk udang windu pada kawasan pesisir perairan pantai di daerah Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Agrisepe*, 12(1), 31-39.
- Wardhana, M. Y., Widyawati, W., Hermawan, R., & Kesuma, T. M. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga cabai rawit (*Capsicum Frutescens* L.) DI ACEH. *Paradigma Agribisnis*, 4(2), 69-83.