

**PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI OLEH YAYASAN MITRA TANI MANDIRI MELALUI  
SISTEM PEMASARAN BERSAMA KOMODITI JAMBU METE DI DESA NAKU  
KECAMATAN BIBOKI FEOTLEU KABUPATEN TIMOR TENGAH UTARA  
(Empowerment Of Farmer Group By Mitra Tani Mandiri Foundation Through Collective  
Marketing Of Chasew Commodity At Naku Village, Biboki Feotleu Subdistrict, North Central  
Timor District)**

**Obriadi Franel Sioh, Maria Bano, dan KudjiHerewila**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana Kupang

Korespondensi Penulis: [obrisioh@gmail.com](mailto:obrisioh@gmail.com).

Diterima: 3 September 2020

Disetujui: 12 September 2020

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung, penghambat, dan proses pemberdayaan kelompok tani, pelaksanaan pemasaran bersama dan tingkat efisiensi yang terjadi melalui pemasaran bersama komoditi jambu mete. Sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara untuk memperoleh data primer dengan menggunakan kuisioner, sedangkan data sekunder menggunakan literatur yang relevan dengan penelitian. Data yang terkumpul, disusun menurut tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dengan menggunakan skala likert sesuai tabel rujukan pencapaian skor rata-rata, sementara proses pemberdayaan kelompok tani dan pelaksanaan pemasaran bersama menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk mengetahui pada tingkat mana efisiensi itu terjadi maka menggunakan rumus efisiensi pemasaran.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa: 1) Yang termasuk Faktor pendukung adalah :Aksesibilitas Informasi, Akuntabilitas Informasi,Partisipasiyang termasuk dalam kategori "Sangat Tinggi" dengan nilai presentase pencapaian skor maksimum 100%. Sedangkan yang termasuk faktor penghambat adalah: Pendidikan, luas penguasaan lahan,kapasitas organisasi lokal petani yang tergolong dalam kategori "Sangat Rendah" dan jumlah anggota keluarga tergolong "Cukup Banyak", 2) Proses pemberdayaan kelompok tani melalui pemasaran bersama meliputi kegiatan penyuluhan dan sekolah masyarakat, 3) pelaksanaan kegiatan pemasaran bersama dimulai dari pengembangan strategi dan pengelolaan teknis pemasaran bersama dan 4) Efisiensi pemasaran komoditi jambu mete yang terjadi di Desa Naku sebesar 2,78 %.

Kata Kunci: Pemberdayaan Kelompok Tani, Sistem Pemasaran Bersama, Efisiensi Pemasaran,.

**ABSTRACT**

This study aims to determine the supporting factors, obstacles, and the process of empowering farmer groups, the implementation of joint marketing and the level of efficiency that occurs through joint marketing of cashew commodity. Sources and data collection techniques used in this study were interviews to obtain primary data using questionnaires, while secondary data used literature that was relevant to the study. The collected data, arranged according to the objectives to be achieved, is to find out the supporting and inhibiting factors by using a Likert scale according to the reference table for achieving an average score, while the process of empowering farmer groups and implementing joint marketing using qualitative descriptive analysis. Meanwhile, to find out at what level of efficiency that occurs then using the marketing efficiency formula.

The results of the study shows taht: 1) Included in the supporting factors are: Information Accessibility, Information Accountability, Participation included in the category of "Very High" with a percentage of achieving a maximum score of 100%. While the inhibiting factors are: Education, land tenure area, the capacity of local farmer organizations that are classified as "Very Low" and the number of family members classified as "Quite a lot", 2) The process of empowering farmer groups through joint marketing includes extension activities and community schools, 3) The implementation of joint marketing activities begins with the development of strategies and technical management of joint marketing, and 4) The efficiency of marketing of cashew commodities occurs at Naku cost of 2,78 %.

Keywords: Empowerment of Farmer Groups, Collective Marketing Systems, Marketing Efficiency.

## PENDAHULUAN

Setiap kegiatan pemberdayaan masyarakat perlu dilandasi oleh strategi kerja yang tepat demi keberhasilannya mencapai tujuan yang diinginkan. Pada kegiatan pemberdayaan secara umum petani dipandang sebagai pelaku utama. Hal ini dikarenakan gambaran masyarakat tentang petani yang selalu lekat dengan kemiskinan, pendidikan rendah dan sebagai objek dari berbagai program pembangunan pertanian. Untuk itu, perlu adanya pendekatan dan strategi yang mendukung petani dalam pemberdayaan kelompok tani (SryWahyuni, 2010).

Pemberdayaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008) adalah proses, cara, membuat. Memberdayakan dari kata dasar daya yaitu kemampuan melakukan sesuatu atau kemampuan untuk bertindak. Pemberdayaan dilakukan dalam upaya peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat meliputi kesejahteraan keluarga, memandirikan masyarakat miskin, mengangkat harkat dan martabat masyarakat lapisan bawah, menjadikan masyarakat sebagai subjek dalam bertindak.

Prioritas utama dalam pemberdayaan adalah kelompok-kelompok kurang beruntung, khususnya lemahnya posisi tawar petani dalam memasarkan produknya. Hal inilah yang mendasari Yayasan Mitra Tani Mandiri Kefamenanu berperan dalam upaya meningkatkan efisiensi pemasaran dan pendapatan serta memperkuat posisi tawar petani melalui pemasaran secara kolektif atau bersama (Sumu dan Nurak, 2012).

Salah satu komoditi utama Indonesia yaitu Jambu Mete (*Anacardium occidentale L.*) yang seharusnya dapat memberikan kontribusi ekonominya disektor komoditi unggulan karena memiliki adaptasi yang tinggi pada kondisi iklim dan tanah di daerah tropis. Jambu mete merupakan tanaman yang terbagi menjadi dua bagian yaitu buah jambu atau biasa disebut buah semu dan bagian lainnya disebut buah sejati atau biasa disebut kacang mete (Suhadi, 2007).

Kacang mete atau biasa disebut *Cashewnuts*, merupakan komoditas yang cukup diminati, dan telah lama berkembang di Indonesia, menjadikan salah satu negara eksportir terbesar di dunia diantara negara penghasil lainnya yaitu Vietnam,

India, Brazil dan Afrika Timur (Bisnisukm.com:2019). Menurut (Nimas dan Made, 2013) Indonesia merupakan salah satu pengekspor biji mete terbesar di dunia. Kualitas kacang mete terbaik yang diekspor oleh Indonesia salah satunya dihasilkan di daerah Wolowaru, Kabupaten Ende, Flores.

Diperlukan penelitian lebih lanjut tentang pemberdayaan kelompok tani melalui kegiatan pemasaran bersama. Dengan melihat situasi sebelumnya yang terjadi pada petani yang memiliki komoditi, tetapi mereka tidak memiliki kuasa atas komoditinya sendiri. Banyak faktor yang menyebabkan hal ini bisa terjadi, baik faktor ditingkat petani sendiri maupun dari luar petani. Oleh karena itu, penulis merasa perlu melakukan penelitian dalam mengkaji sejauh mana pemberdayaan kelompok tani binaan Yayasan Mitra Tani Mandiri Kefamenanu melalui pemasaran bersama.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelompok Tani Binaan Yayasan Mitra Tani Mandiri di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara yang tergabung dalam Lopotani Talobon Leobebe. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai Agustus 2019.

### Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara bertahap, yaitu :

- a. Tahap pertama : Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara. Dimana satu-satunya desa yang diberdayakan Yayasan Mitra Tani Mandiri (YMTM) Kefamenanu dalam program pemasaran bersama komoditi jambu mete.
- b. Tahap kedua : Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani yang terlibat dalam program pemberdayaan kelompok tani ini dimana petani jambu mete yang terlibat dalam pemasaran bersama

sebagai sumber pendapatan di Desa Naku, dengan jumlah keseluruhan anggota dari 9 kelompok tani adalah 113 orang.

- c. Tahap ketiga : Penentuan responden dalam penelitian yang menjadi sampel dari populasi petani yang berjumlah 113 orang adalah dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*) dengan menggunakan rumus Slovin (dalam Levis, 2013)

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan metode sebagai berikut :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat non verbal melalui pengamatan secara langsung dilakukan dilapangan.
2. Wawancara Merupakan suatu proses interaksi dan komunikasi antara pewawancara dengan responden untuk mendapatkan informasi (singarimbun dan effendi, 1995). Wawancara dilakukan dengan petani produsen komoditi jambu mete yang merupakan responden dalam rencana penelitian ini dengan menggunakan daftar pertanyaan.

### Teknik Analisis Data.

Analisis data adalah proses mengaturlurutan data, mengorganisasikannya dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar (Afifudin dan Saebani, 2009).

1. Untuk menjawab tujuan pertama yakni untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi pemberdayaan kelompok tani dalam program pemasaran bersama di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara adalah sebagai berikut:
  - a. Mencari skor rata-rata :  
Nilai ini dapat dihitung dengan rumus ( Levis, 2010)

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

$\bar{x}$  = Skor rata-rata

Xi = Skor responden ke i

$\sum$  = Jumlah

n = Jumlah responden.

- b. Mencari nilai presentase pencapaian skor maximum dari skor rata-rata. Nilai ini akan diperoleh dengan cara sebagai berikut:

Rumus: Pencapaian skor maksimum =  

$$\frac{\text{skor rata-rata}}{\text{skor maksimum}} \times 100\%$$

- c. Membandingkan nilai presentase pencapaian skor maksimum dengan kategori rujukan. Pada kategori mana nilai presentase itu berada, itulah kategori pemberdayaan petani yang menunjukkan melalui pemasaran bersama ini mampu memberikan hasil dan dampak yang menguntungkan.
2. Untuk menjawab tujuan kedua yakni untuk mengetahui proses pemberdayaan kelompok tani dalam program pemasaran bersama komoditi jambu mete di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara adalah dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif
3. Untuk menjawab tujuan ketiga yakni untuk mengetahui proses pelaksanaan pemasaran bersama pada kelompok tani binaan Yayasan Mitra Tani Mandiri Kefamenanu di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara adalah dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif
4. Untuk menjawab tujuan keempat yakni untuk mengetahui berapa besar tingkat efisiensi pemasaran yang terjadi setelah pelaksanaan pemasaran bersama komoditi jambu mete di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara, dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Ec = \frac{\sum c}{P} \times 100 \%$$

Dimana :

Ec = Efisiensi pemasaran

$\sum c$  = Total biaya pemasaran

P = Harga diperoleh petani

## PEMBAHASAN

### Faktor Pendukung Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Pemasaran Bersama

#### 1) Aksesibilitas Informasi

Aksesibilitas informasi berkaitan dengan kemudahan informasi yang diperoleh petani dalam mengakses pasar. Informasi mengenai pemasaran bersama diperoleh melalui kegiatan penyuluhan dan interaksi antar petani pelaksana pemasaran bersamaserta melalui alat komunikasi seperti Handphone. Pihak yang sering dijadikan acuan atau sumber informasi bagi petani pelaksanaan pemasaran bersama adalah penyuluh pertanian, asosiasi petani dan ketua kelompok tani.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata kemudahan aksesibilitas informasi petani dalam kegiatan pemasaran bersama adalah sebesar 5% dengan presentase pencapaian skor maksimum sebesar 100%, sehingga nilai ini menunjukkan tingkat aksesibilitas informasi dalam pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama berada pada kategori “Sangat Tinggi”.

#### 2) Akuntabilitas

Akuntabilitas terkait dengan pertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama ini. Yayasan Mitra Tani Mandiri (YMTM) dan Pemerintah Desa yang bertanggung jawab dalam kegiatan pemasaran bersama komoditi petani. Terkait dengan pembinaan kapasitas kelembagaan, mitra kerja dan modal yang dilakukan YMTM dalam kegiatan pemberdayaan antara lain mendorong dan memotivasi, mengajak petani untuk meningkatkan produksi, pendapatan serta penguatan pengorganisasian dalam kelompok agar mampu bekerja sama dan berjejaringan. Peran pemerintah Desa, Kecamatan Dan Kabupaten juga dibutuhkan dalam kegiatan pemasaran bersama yakni pemerintah mendukung YMTM dan organisasi petani dengan tidak mengambil kebijakan/keputusan yang mengganggu harga yang sudah disepakati.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata akuntabilitas dari YMTM dan Pemerintah Desa terhadap pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama

adalah sebesar 5% dengan presentase pencapaian skor maksimum 100%, sehingga nilai ini menunjukkan akuntabilitas dari semua pihak berada pada kategori “Sangat Tinggi”.

#### 3) Partisipasi

Partisipasi petani dalam kegiatan pemasaran bersama di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feotleu, Kabupaten Timor Tengah Utara meliputi partisipasi dalam tahap perencanaan, pelaksanaan pemberdayaan pemantauan dan evaluasi kegiatan serta partisipasi dalam tahap pemanfaatan hasil.

##### a) Partisipasi Pada Tahap Perencanaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat partisipasi petani responden pada tahap perencanaan pemberdayaan melalui sistem pemasaran bersama adalah sebesar 5% dengan presentase pencapaian skor maksimum 100%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pada tahap perencanaan dalam pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama berada pada kategori “Sangat Tinggi”.

##### b) Partisipasi Pada Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat partisipasi petani responden pada tahap pelaksanaan pemberdayaan melalui sistem pemasaran bersama adalah sebesar 5% dengan presentase pencapaian skor maksimum 93%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pada tahap perencanaan dalam pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama berada pada kategori “Sangat Tinggi”.

##### c) Partisipasi Pada Tahap Pemantauan Dan Evaluasi

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat partisipasi petani responden pada tahap pemantauan dan evaluasi pemberdayaan melalui sistem pemasaran bersama adalah sebesar 5% dengan presentase pencapaian skor maksimum 92%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pada tahap perencanaan dalam pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama berada pada kategori “Sangat Tinggi”.

##### d) Partisipasi Tahap Pemanfaatan Hasil

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tingkat partisipasi petani

responden pada tahap pemanfaatan hasil dalam pemberdayaan melalui sistem pemasaran bersama adalah sebesar 5% dengan presentase pencapaian skor maksimum 98%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi pada tahap pemanfaatan hasil oleh petani responden dalam pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama berada pada kategori “Sangat Tinggi”.

### **Faktor Penghambat Pemberdayaan Kelompok Tani Melalui Pemasaran Bersama**

#### **1) Kapasitas Organisasi Lokal**

Organisasi lokal pedesaan yang ada di Desa Naku antara lain Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa (LPMD), Badan Permuswaratan Desa (BPD), dan Tim Pengerak PKK. Dari seluruh responden yang diwawancarai mereka mengaku tidak pernah mengikuti organisasi lokal yang ada di Desa Naku.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas organisasi lokal petani responden rata-rata sebesar 1% dengan pencapaian skor maksimum 24%, sehingga nilai ini menunjukkan bahwa kapasitas organisasi lokal petani berada pada kategori sangat rendah.

#### **2) Tingkat Pendidikan Petani**

Jenis pendidikan yang ditempuh petani responden di Lopotani Talobon Leobebe, di Desa Naku yaitu : SD, SMP, SMA dan S1.

Hasil penelitian dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan formal petani dalam program pemberdayaan melalui pemasaran bersama termasuk dalam kategori rendah. Tingkat pendidikan formal yang banyak ditempuh petani adalah SD yaitu sebanyak 44 orang (83%).

#### **3) Luas Penguasaan Lahan Perkebunan**

Luas penguasaan lahan perkebunan jambu mete yang dimiliki petani akan menentukan petani terhadap kegiatan pemberdayaan kelompok tani melalui pemasaran bersama. Petani responden yang membuka maupun menambah perluasan lahan baru untuk perkebunan jambu mete hanya 17 orang, dimana 15 orang membuka lahan baru dengan luas 50 are dan 2 orang membuka lahan baru dengan luas 1 Ha.

Hasil penelitian dapat dilihat distribusi petani berdasarkan luas lahan perkebunan yang dimiliki

petani termasuk dalam kategori “Sangat Rendah”. Luas lahan perkebunan jambu mete terbanyak yang dikuasai petani sangat sempit pada luasan lahan  $\leq 0,5$  ha.

#### **4) Jumlah Anggota Keluarga**

Jumlah anggota keluarga dilihat dari banyaknya tanggungan yang ada pada keluarga, yaitu terdiri dari suami, istri dan anak-anaknya.

Hasil penelitian dapat dilihat jumlah anggota keluarga yang dimiliki responden termasuk dalam kategori cukup banyak (median 3) yaitu responden yang memiliki jumlah anggota keluarga berjumlah 5 orang sebanyak 18 orang petani (34%).

### **Proses Pemberdayaan Kelompok Lopotani Talobon Leobebe Melalui Pemasaran Bersama**

#### **1) Penyuluhan**

Tahapan dari proses penyuluhan ini dilakukan melalui beberapa pendekatan yang terjadi di kelompok Lopotani Talobon leobebe, mulai dari pendekatan secara personal/individu dan kelompok. Sebagai pihak pemberdaya, penyuluh memberikan sentuhan penyadaran yang akan membuka keinginan dan kesadaran masyarakat mengenai kondisinya saat ini dengan demikian akan dapat merangsang kesadaran mereka tentang perlunya perbaikan kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Materi penyuluhan akan disampaikan kepada pelaku utama (petani) antara lain pembuatan teras-sering, olah lubang, olah jalur, pembuatan pupuk bokasi dan cair, pembuatan pestisida nabati, pembuatan bedengan dan penanaman tanaman jambu mete menggunakan teknik ajir.

Penyuluhan mengenai kegiatan pemasaran bersama dimana penyuluh bertugas sebagai informan dan mengajak petani bergabung dalam pemasaran bersama. Ketika musim panen tiba, PPL mengunjungi perkebunan milik petani yang siap dipanen serta mengecek secara langsung komoditi yang tersedia dilokasi usahatani serta memberitahukan kepada petani agar petani mempersiapkan komoditinya untuk dipasarkan. Manfaat dari penyuluhan ini sendiri dirasa penting bagi anggota karena petani merasa memperoleh pengetahuan dan pengalaman serta informasi setelah mengikuti kegiatan penyuluhan tersebut.

#### **2) Sekolah Masyarakat**

Kegiatan sekolah masyarakat merupakan upaya penyadaran, pembelajaran dan sekaligus pengenalan program.

Kegiatan pemberdayaan melalui sekolah masyarakat ini meliputi bina kapasitas SDM, bina kelembagaan, bina mitra kerja serta bina modal petani.

### 1) Pembinaan Kapasitas Petani

Pembinaan kapasitas petani ditujukan kepada petani itu sendiri yang rutin diadakan seorang fasilitator atau Penyuluh Lapangan (PL). Materi yang akan diberikan oleh PPL dalam pembinaan ini adalah pendidikan nilai. Dalam pengembangan pemasaran bersama, nilai-nilai yang harus ditumbuhkan dalam diri petani adalah kejujuran, partisipatif, membantu dan rela berkorban, keswadayaan, solidaritas dan keadilan. Metode yang paling tepat untuk pendidikan nilai ini melalui keteladanan.

### 2) Pembinaan Kelembagaan Petani

Dalam pembinaan ini, PPL bertugas untuk memberikan pelatihan konsep dan dinamika organisasi petani secara mendalam, mengadakan pertemuan untuk mengevaluasi kegiatan yang dikerjakan, mengadakan kunjungan belajar kewilayah/daerah yang lebih maju.

Manfaat dari pembinaan ini adalah terdorongnya kemampuan dan kesadaran kritis petani hingga mereka mau berorganisasi dan berjejaringan sehingga terjalin kerja sama dan saling belajar diantara sesamanya.

### 3) Pembinaan Mitra Kerja

Tujuan dari pembinaan ini adalah mencari jaringan kerja sama yang baik dalam memperjuangkan keadilan sehingga petani dapat mengembangkan usahatani yang didukung melalui peraturan dan layanan publik yang berpihak kepada petani.

Pihak yang berperan dalam pembinaan mitra kerjasama ini adalah organisasi petani, instansi pemerintah, pengusaha, LSM dan lembaga agama. Manfaat dalam pembinaan ini adalah kebijakan/keputusan dari pemerintah yang selalu mendukung petani yang ada di desa melalui kegiatan pemasaran bersama ini.

### 4) Pembinaan Modal

Untuk kemandirian modal/keuangan petani di Desa Naku telah membentuk unit usaha yang dinamakan Usaha Bersama Simpan Pinjam

(UBSP). Unit usaha ini hanya diperuntukan kepada petani dan diberikan kewenangan kepada petani dalam mengatur sendiri kelancaran usahanya. UBSP ini, dirintis oleh YMTM dengan tujuan membina petani agar setiap pendapatan yang diperoleh dari kegiatan pemasaran bersama tidak habis terpaikai untuk hal-hal yang tidak penting.

### Pelaksanaan Pemasaran Bersama Di Desa Naku

Pelaksanaan kegiatan pemasaran bersama di Desa Naku dimulali dari tahap-tahap sebagai berikut :

#### 1) Pengumpulan Komoditi

Pengumpulan komoditi dilakukan dengan dua cara dalam pelaksanaan pemasaran bersama. Pertama, pengumpulan komoditi tanpa modal, dimana mengandalkan kekuatan kekompakan petani yang diorganisir asosiasi petani. Pada saat mobil pengangkut milik pengusaha masuk desa, setiap petani yang telah menyiapkan produk menimbang langsung dan menerima harga yang lebih tinggi tanpa ada potongan karena tidak menggunakan sumber modal dari luar. Kedua, Pengumpulan komoditi dengan dana talangan dapat dilakukan dengan membeli komoditi petani terlebih dahulu sebelumnya menjualnya ke pengusaha, sesuai dengan harga pasar pada saat itu. Ini dilakukan untuk mengatasi kebutuhan petani yang mendesak.

#### 2) Pengendalian Mutu Komoditi

Pengendalian mutu sangat penting dilakukan dalam pemasaran bersama agar komoditi yang dikirim sesuai dengan standar mutu yang telah disepakati bersama. Standar kualitas yang dibutuhkan untuk setiap komoditi dalam pemasaran bersama misalnya pada komoditi asam harus bersih, kering, tidak berwarna pucat, dan wadah pembungkusnya dari bahan-bahan yang ringan.

#### 3) Pengambilan Komoditi Oleh Pengusaha

Pengambilan komoditi oleh pengusaha dilakukan ketika komoditi yang dikumpulkan oleh kader pemasaran yang telah mencapai daya muat kendaraan yakni sekitar 5 ton. Informasi tentang volume komoditi yang telah terkumpul disampaikan oleh pengurus asosiasi kepada pengusaha, baik melalui telepon atau mendatangi

lokasi usaha dari pengusaha yang menjadi mitra asosiasi petani.

#### 4) Penetapan Harga Dan Pembayaran Komoditi

Pembayaran komoditi dalam kegiatan transaksi jual beli pemasaran bersama menggunakan tiga cara yaitu pembayaran dimuka ketika pengusaha menyerahkan sejumlah dana kepada asosiasi, uang ini kemudian dimanfaatkan untuk mengumpulkan komoditi. Pembayaran tunai pada saat pengambilan barang. Sedangkan pembayaran dibelakang dilakukan setelah komoditi yang diorganisir mencapai jumlah tertentu, setelah pengusaha datang mengambil lalu membayarnya sesuai dengan tagihan.

Harga yang diperoleh petani ketika menjual komoditinya sebesar Rp. 18.500/kg, akan tetapi harga yang mutlak diperoleh petani sebesar Rp. 18.000/kg. Selisih harga jual komoditi jambu mete ditingkat Asosiasi dan Pedagang antar pulau ini akan dijadikan sebagai fee pemasaran. Fee yang dalam pemasaran bersama ini sebesar Rp.500/kg.

#### Upaya Peningkatan Efisiensi Pemasaran

Pasar yang efisien berarti apabila margin pemasaran yang dikeluarkan sama dengan kegunaan yang diciptakannya. Artinya bahwa *marginnya* merata. Presentase keuntungan terhadap biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan untuk mengetahui penyebaran margin (Zuraida, Wahyuningsi, 2015). Perhitungan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rasio Biaya Keuntungan} = \frac{\pi_i}{C_i} \times 100 \% \text{ Dimana :}$$

$\pi_i$  : keuntungan yang diterima oleh lembaga ke-i

$C_i$  : biaya yang dikeluarkan oleh lembaga ke-i

Selanjutnya untuk mengetahui efisiensi pemasaran dapat diketahui dengan rumus:  $E_c = \frac{\sum c}{P} \times 100 \%$

Dimana :

$E_c$  = Efisiensi pemasaran

$\sum c$  = Total biaya pemasaran P

= Harga diperoleh petani

Berdasarkan Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa petani memperoleh distribusi margin dan share keuntungan sebesar yakni 27,5% dan 78,6% dibandingkan dengan lembaga

pemasaran yang lain pedagang antar pulau sebesar 40% dan 1,14 serta asosiasi pemasaran sebesar 35% dan 10%. Hal ini sesuai dengan aktivitas dan biaya yang dikeluarkan lebih besar. Petani memperoleh rasio keuntungan yang paling tinggi dengan biaya ada pada tingkat petani 11% karena keuntungan yang diperoleh petani lebih besar dari biaya yang dikeluarkan saat melaksanakan kegiatan pemasaran bersama. Kemudian diikuti oleh pedagang antar pulau yang memperoleh rasio keuntungan sebesar 4%. sehingga besar rasio keuntungan yang mereka peroleh sebesar 2,3%. Dalam perhitungan efisiensi pemasaran bersama komoditi jambu mete di Desa Naku secara keseluruhan dari saluran pemasaran dari tingkat petani hingga sampai ketangan pedagang antar pulau yakni tingkat efisiensi pemasaran sebesar 2,78%. Berarti dapat dikatakan efisien karena nilai efisiensi tersebut sangat kecil.

## PENUTUP

#### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas maka diambil kesimpulan bahwa :

- 1) Faktor pendukung yang mempengaruhi pemberdayaan kelompok tani dalam program pemasaran bersama di Desa Naku, Kecamatan Biboki Feoleu, Kabupaten Timor Tengah Utara adalah Aksesibilitas informasi, Akuntabilitas dan partisipasi yang mendukung kelancaran kegiatan pemasaran bersama serta ketiga faktor pendukung tersebut berada pada kategori "Sangat Tinggi" dengan presentase pencapaian skor maksimum 100%. Sedangkan Pendidikan formal, Jumlah anggota keluarga, Luas penguasaan lahan dan kapasitas organisasi lokal petani responden merupakan faktor penghambat pemberdayaan kelompok tani dalam program pemasaran bersama. Dimana Keempat faktor penghambat tersebut berada pada kategori "Sangat Rendah" dengan nilai presentase skor maksimum  $\leq 50 \%$ .
- 2) Proses pemberdayaan kelompok tani melalui sistem pemasaran bersama di Desa Naku, Kecamatan Biboki feoteleumeluputi Penyuluhan dan Sekolah Masyarakat.

- 3) Proses Pelaksanaan kegiatan pemasaran bersama di Desa Naku dimulai dari : pengumpulan komoditi, pengendalian komoditi, pengambilan komoditi oleh pengusaha serta penetapan harga dan pembayaran komoditi.
- 4) Efisiensi yang terjadi pada pelaksanaan pemasaran bersama di Desa Naku adalah 2,78 % dengan biaya yang paling rendah adalah petani, dimana rasio keuntungan yang diperoleh sebesar 11 %. Sehingga pemasaran tersebut dikatakan efisien karena petani memperoleh keuntungan yang besar dengan mengeluarkan biaya yang sangat kecil.

#### Saran

- 1) Bagi Pemerintah Desa, Kecamatan dan Kabupaten sebaiknya menjadikan kegiatan pemasaran bersama sebagai kebijakan atau alternatif yang betul-betul membantu petani yang kesulitan dalam memasarkan komoditi pertaniannya.
- 2) Bagi Yayasan Mitra Tani Mandiri Kemananu, sebaiknya Program pemberdayaan melalui pemasaran bersama diperkenalkan secara luas kepada masyarakat petani di seluruh Nusa Tenggara Timur.
- 3) Bagi petani sebaiknya lebih memperhatikan keadaan kualitas komoditi yang dipasarkan agar terciptanya suatu kepercayaan diantara pihak-pihak terkait dalam melaksanakan kegiatan pemasaran bersama.

*Desa Sambirejo Kecamatan Ngawen Kabupaten Gunung Kidul, Universitas Sebelas Maret : Jurnal Vol. 109 No. 7, November 2010 Hal. 138-178*

Yosef Sumu dan Vinsensius Nurak, 2012. *Perjuangan Petani Di TTU, Belu dan Nagekeo Dalam Meraih Pemasaran Yang Adil. Kefamenanu: Jurnal Pemasaran Bersama Yayasan Mitra Tani Mandiri Kefamenanu. Vol. 20. Januari 2012 Hal. 78*

Zuraida, Wahyuningsi, 2015. *Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (Arachis HypogaeaeL) Di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. Universitas Achmad Yani :Jurnal : ZIRAA'AH, Volume 40 Nomor 3, Oktober 2015 Halaman 212-217*

#### DAFTAR PUSTAKA

Afifudin dan Saebani. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Universitas Sebelas Maret : Jurnal Vol. 99 November 2009 Hal.57

Mardikanto, 2009. *Faktor Internal dan Eksternal Pemberdayaan masyarakat..* Surakarta : UNS Pers.

Nimas Febri dan Made Suyana Utama, 2013. *Kurs Dollar Amerika Serikat dan Iklim Terhadap Ekspor Kacang Mete Indonesia Beserta Daya Saingnya.* Bali: Jurnal Unud.

Sri Rahayu, 2010. *Pemberdayaan Masyarakat Petani Dalam Program Pekarangan Terpadu Di*