

Kecakapan Akses Pasar Petani Berbasis Komunitas di Pedesaan Kawasan Pantai Yogyakarta

Resourcefulness of Community-based Farmers' Market Access in Coastal-rural Yogyakarta

Dyah Woro Untari^{*)}

Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada, Jl. Flora No 1, Bulaksumur, Yogyakarta, 55281, Indonesia.

^{*)E-mail correspondence: dyah.wu@ugm.ac.id}

Diterima: 01 Februari 2024 | Direvisi: 14 Agustus 2024 | Disetujui: 16 September 2024 | Publikasi Online: 15 Oktober 2024

ABSTRAK

Pembangunan sumber daya manusia pertanian pedesaan melalui penyuluhan mengalami kemajuan, ditandai dengan banyak terbentuknya kelembagaan ekonomi pertanian. Namun pendekatan penyuluhan pertanian seringkali kurang berfokus pada lokasi petani dikarenakan keterbatasan jangkauan penyuluhan dalam memahami situasi riil kelompok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecakapan (resourcefulness) kelompok tani di pedesaan kawasan pantai dalam mengelola usaha kolektifnya untuk memberikan akses pasar bagi anggotanya guna memberikan rekomendasi penyuluhan kontekstual. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif praktik petani dalam agensinya mengorganisasi pasar lelang komoditas cabai merah di Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Berdasarkan perbandingan 3 studi kasus pasar lelang, penulis menemukan bahwa pembentukan kelompok baru untuk program pertanian tidak selalu diperlukan karena kelompok yang telah terbentuk telah memiliki kecakapan dan modal sosial yang berpotensi mendukung program. Selain itu, kepemilikan lelang oleh suatu entitas non-kolektif yang mengurangi paparan resiko bukanlah hambatan karena mampu membuat petani berpartisipasi mengakses pasar. Pengelolaan pasar lelang berbasis komunitas petani membutuhkan kecakapan dalam mengelola elemen tangible maupun intangible untuk dapat memberikan layanan akses pasar kepada petani. Kecakapan ini berkontribusi menjaga keberlangsungan pasar lelang dan merefleksikan bentuk pendekatan penyuluhan pertanian bagi para agen pembangunan khususnya di pertanian kawasan pantai.

Kata kunci: akses pasar, cabai, kecakapan, pasar lelang, penyuluhan

ABSTRACT

The progress of rural agricultural human resources development through extension services is marked by the formation of agricultural economic institutions. However, agricultural extension approaches focus less on the farmers' context due to limited extension coverage. This study aims to determine the resourcefulness of farmer groups in rural coastal areas in managing their collective efforts providing market access for their members to provide contextual extension recommendations. This research uses a qualitative approach to farmers' practices in organizing an auction market for red chili commodities in Kulon Progo Regency, Yogyakarta. Based on a comparison of 3 auction markets, the authors found that the formation of new groups for agricultural programs is not necessary when existing groups have skills and social capital that support the program. In addition, auction ownership by a non-collective entity that reduces risk exposure is not a threat when it allows farmers to participate in accessing markets. Community-based auction market management requires skills in managing tangible and intangible elements. This skill contributes to maintaining the sustainability of the auction market and reflects the shape of the agricultural extension approach for development agents, especially in coastal agriculture.

Keywords: auction, chili, extension, market access, resourcefulness

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian di banyak negara berkembang banyak berfokus pada pembangunan masyarakat untuk upaya peningkatan produksi. Khusus untuk transformasi penyuluhan pertanian, disamping target produksi, fokus pada proses pemasaran juga diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Somanje *et al.*, 2021). Koordinasi antara penyedia jasa penyuluhan meliputi pemerintah, penyedia input, dan jasa swasta, LSM serta organisasi produsen diperlukan untuk saling menyokong peran yang beragam dalam penyuluhan untuk petani (Norton & Alwang, 2020). Fokus penyuluhan pertanian terhadap akses pasar petani menjadi hal yang kritis mengingat output dari pemasaran merupakan ujung tombak kesejahteraan petani.

Upaya peningkatan kesejahteraan petani ini bukan merupakan hal yang luput dari perhatian pemerintah. Tujuan penyuluhan untuk menjadikan petani sebagai *price maker* daripada *price taker* banyak didukung dengan kegiatan menghubungkan petani dengan berbagai sarana teknologi informasi, misalnya penggunaan aplikasi. Tidak hanya pemerintah, sektor swasta pun berlomba-lomba menyediakan sarana yang serupa. Namun sayangnya, kebanyakan petani tidak menggunakan layanan informasi harga melalui aplikasi dikarenakan alasan seberapa penting mempercayai kredibilitas informasi harga dari sumber tersebut (Wyche & Steinfield, 2016).

Bertolak dari hal ini, intervensi pembangunan pertanian untuk peningkatan akses pasar petani perlu menelaah teknis adopsi inovasi yang sesuai dengan karakteristik petani. Perubahan adopsi suatu inovasi perlu memerhatikan agensi dari petani, peneliti, manajer program pembangunan, dan penyuluh (Glover *et al.*, 2019). Tujuannya agar sistem baru yang disuluhkan sesuai dengan kebutuhan dan situasi riil petani untuk mengimplementasikannya dengan memerhatikan aspek sosial kehidupan di lingkungan pedesaan yang menjadi tempat tinggal bagi sebagian besar petani. Terlebih lagi, penyuluhan yang menggali permasalahan dari petani mampu menyesuaikan dengan konteks lokal (Steinke *et al.*, 2021). Konteks sosial ini sangat menentukan bagaimana sebuah layanan pasar di masyarakat beroperasi (Bhatt *et al.*, 2022). Sebagaimana metode partisipatori yang membantu memahami kesesuaian dengan wilayah penyuluhan (Ortiz-Crespo *et al.*, 2021), penelitian ini menggunakan pendekatan praktik pengorganisasian akses pasar untuk mengetahui karakteristik yang relevan untuk rekomendasi kegiatan penyuluhan.

Akses pasar sendiri tidak secara spesifik termuat pada Sustainable Development Goals (SDGs). Namun akses pasar sangat terkait dan berperan untuk pengentasan kemiskinan (SDG 1), menghapus kelaparan (SDG 2), dan secara tidak langsung berkontribusi pada pekerjaan layak serta pertumbuhan ekonomi (SDG 6). Data BPS (2023) menunjukkan bahwa jumlah penduduk miskin di Indonesia lebih banyak terdapat di masyarakat pedesaan (12,22 persen) daripada masyarakat perkotaan (7,29 persen). Masyarakat pertanian sebagian besar berada di pedesaan, sehingga urgensi pengentasan kemiskinan sangat utama dan dapat dilakukan dengan pembangunan yang berfokus pada pertanian untuk meningkatkan ketahanan pangan. Hadirnya kegiatan perekonomian di desa mendukung adanya pembangunan perekonomian yang inklusif dan berkelanjutan. Menilik Rencana Strategis Badan Penyuluhan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Pertanian 2020-2024 ditegaskan bahwa arah kebijakan Kementerian Pertanian, yakni untuk mewujudkan pertanian maju, mandiri dan modern untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, dan bermuara pada peningkatan kesejahteraan petani. Akses pasar sendiri diharapkan mampu menjadi salah satu indikator peningkatan kesejahteraan masyarakat petani yang memiliki kestabilan sumber daya manusia (SDM), lembaga, dan pranata pertanian untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Paradigma kritis digunakan dalam penelitian ini guna mengonstruksi realita dalam komunitas petani yang menjalankan akses pasar. Peneliti melihat akses pasar sebagai pembentukan berbagai jenis keterampilan oleh komunitas petani untuk menjembatani hubungan kuasa antara petani dengan pedagang. Berdasarkan realita-realita yang ada, penelitian ini secara ontologis ingin mengetahui keterampilan-keterampilan yang dikembangkan sebagai praktik aksi kolektif para petani untuk menjalankan pasar lelang di kawasan pertanian lahan pantai. Sebagaimana disebutkan sebelumnya, akses pasar tidak termaktub sebagai fokus dari kebijakan di bidang pertanian. Penelitian ini menelaah lebih jauh bagaimana pengelolaan pasar berbasis komunitas berkontribusi dalam kemampuan petani untuk mengakses pasar.

Kecakapan (*resourcefulness*) diperoleh dari adanya sumberdaya yang muncul dari objek yang dibentuk oleh individu-individu. Kecakapan tidak bersifat tetap, melainkan digunakan untuk satu hal dan membedakan objek menjadi dua, yaitu *tangible* dan *intangible*. Individu harus mengambil tindakan agar

obyek yang dimaksud menjadi memiliki potensi sebagai sumber daya. Kecakapan bukanlah kreativitas, namun bagaimana tindakan membentuk dan menghasilkan sumberdaya yang membentuk dan memfasilitasi aktivitas kreatif tersebut (Sonenshein, 2014).

Kecakapan yang diformulasikan Sonnenshein di atas lebih lanjut dikemukakan sebagai perilaku 1) mendobrak keterbatasan secara kreatif, 2) dengan cara memanfaatkan sumber daya, dan 3) menerapkannya untuk menghasilkan sumber nilai baru atau nilai tak terduga dalam proses kewirausahaan (Williams *et al.*, 2021). Kecakapan dalam mengelola usaha bersama juga dapat dimaknai sebagai proses *bricolage* yang seringkali dimaknai sebagai melakukan dengan menerapkan kombinasi sumber daya yang ada untuk masalah dan peluang baru (Baker & Nelson, 2005). Kedua konsep teoritik ini serupa dan digunakan dalam penelitian ini untuk memilah bagaimana petani secara nyata mengidentifikasi keterbatasan riil yang dimiliki dan mengolah keterampilan untuk menciptakan inovasi yang bermanfaat secara sosial untuk komunitasnya. Akses pasar berbasis komunitas serupa dengan sekelompok komunitas pedagang di Lira, Uganda, yang saling bekerjasama membentuk sebuah pasar yang memerjualbelikan biji-bijian sebagai bahan baku minyak goreng (Schoonhoven-Speijer & Vellema, 2020). Komunitas dalam penelitian ini adalah komunitas petani yang menyelenggarakan pasar lelang cabai merah untuk memfasilitasi petani-petani dalam wilayah desanya untuk mengumpulkan hasil panen dan menjualnya dengan system lelang kepada para pedagang.

Penelitian ini membedakan kecakapan petani sebagai salah satu SDM pertanian menjadi dua, yakni kecakapan dalam mengelola elemen *tangible* (nyata) dan *intangible* (tidak nyata). Elemen *tangible* dimaknai sebagai bukti langsung (Saputra *et al.*, 2024), manfaat dirasakan langsung (Mando *et al.*, 2024) atau keberwujudan (Berkat & Sunaryati, 2015). Sebaliknya, elemen *intangible* merupakan manfaat yang dirasakan secara tidak langsung (Isnaeni & Raharjo, 2016). Kedua elemen ini tidak terpisahkan karena saling mendukung untuk berhasilnya adopsi suatu inovasi. Serupa dengan penelitian Kaumbata *et al.* (2020) mengenai manfaat pada ternak kambing, disebutkan bahwa manfaat *tangible* dapat berupa produk nyata seperti uang, daging, susu, dan pupuk kandang, sedangkan manfaat *intangible* berupa kemampuan ternak sebagai penyangga kredit dan jaminan keamanan produsen ketika keadaan darurat. Menurut penelitian Mando *et al.* (2024) mengenai kebutuhan hidup layak petani di sektor kehutanan, manfaat *tangible* misalnya penyediaan kayu, satwa, dan hasil hutan non kayu. Sedangkan manfaat *intangible* disebutkan sebagai manfaat rekreasi, perlindungan pengaturan tata air, dan pencegahan erosi. Selain itu, elemen *tangible* dalam bidang layanan petugas irigasi dapat dicontohkan sebagai perawatan bangunan dan pintu pembagi air di wilayah pertanian (Isnaeni & Raharjo, 2016).

Penelitian ini juga membedakan kecakapan dalam mengelola elemen *tangible* berupa penentuan tempat lelang, tenaga kerja, jaringan pedagang, pengepakan, penyeter cabai, pembagian keuntungan, dan layanan untuk petani. Sedangkan kecakapan dalam mengelola elemen *intangible* meliputi pembentukan kelompok lelang, penguasaan keterampilan, orientasi lembaga dan persaingan dengan pengepul. Pembagian jenis kecakapan tersebut berdasarkan hubungan antara struktur dan agensi di pedesaan yang menunjukkan kompleksitas dan peluang untuk mencitrakan kembali masa depan ketahanan pangan, kesejahteraan, komunitas, dan keberlanjutan ekonomi pedesaan (Malatzky & Smith, 2022), khususnya di kawasan pedesaan pantai. Sebagaimana penelitian Uddin *et al.* (2020) dan Villamar (2021) mengenai agensi masyarakat dalam struktur lingkungan tempat tinggal yang kurang menguntungkan, komunitas yang berada dekat dengan perairan seringkali diidentikkan dengan berbagai guncangan seperti banjir, badai, angin topan, maupun kondisi kemiskinan yang membentuk masyarakat menjadi resilien. Dengan demikian, masyarakat yang terkondisi dengan keterbatasan, memunculkan agensi untuk bertahan. Senada dengan hal tersebut, penelitian Zairin *et al.* (2021) menggambarkan bahwa geliat ekonomi pedesaan di pasar terapung Banjarmasin menunjukkan strategi adaptasi komunitas pedesaan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga. Kedua hasil penelitian tersebut memberikan wawasan bahwa kecakapan dan strategi untuk bertahan memiliki konteks struktur yang kompleks namun dibarengi dengan kemampuan untuk mengatasinya.

Komunitas petani di daerah penelitian semula memiliki kendala jalur pemasaran yang panjang, yakni dari pengepul kemudian ke pedagang yang mengirimkan cabai ke luar daerah. Namun dengan memanfaatkan sumber daya yang ada, akhirnya para petani tersebut mampu membentuk jalur pemasaran yang lebih singkat dengan membentuk pasar lelang dan mampu memberikan manfaat untuk anggotanya. Penelitian ini secara keilmuan memberikan kontribusi bahwa pengelolaan pasar lelang berbasis komunitas petani memerlukan adanya kecakapan untuk mengelola elemen *tangible* maupun *intangible* untuk dapat membuka akses pasar bagi anggotanya. Kecakapan komunitas petani pengelola pasar untuk

menjaga keberlangsungan akses pasar bagi petani anggota ini mampu diungkap dengan menggunakan pendekatan praktik pengoperasian kegiatan akses pasar sehari-hari. Selanjutnya, penelitian ini juga memberikan kontribusi di bidang pengembangan SDM di tingkat mikro, khususnya kecakapan petani dalam menjalankan lelang untuk memberikan akses pasar kepada petani. Penelitian ini diharapkan memberikan potret riil akses pasar yang diusahakan oleh petani berdasarkan situasi yang dimiliki, untuk kemudian dapat menjadi dasar bagi rekomendasi penyuluhan pertanian (*shaping policy with evidence*), khususnya dalam menelaah kemampuan petani untuk mengoptimalkan penggunaan struktur yang dimiliki untuk beradaptasi dengan keadaan dan mengembangkan inovasi. Penelitian ini melihat bagaimana pembangunan masyarakat dapat ditinjau dari aspek agensi atau kemampuan masyarakat dalam mengakses dan mempertahankan keberadaan pasar khususnya masyarakat petani cabai di pedesaan kawasan pantai di Kabupaten Kulon Progo.

METODE

Penelitian ini dilakukan di tiga pedesaan di kawasan pantai Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Kulon Progo dipilih karena dikenal sebagai penghasil produk pertanian pangan pokok berupa padi, jagung, serta palawija serta hortikultura seperti cabai, semangka, melon, terong, dan sayuran (BPS, 2022). Komoditas cabai merupakan komoditas yang memiliki fluktuasi harga tinggi sehingga menjadi perhatian untuk intervensi pembangunan pertanian guna mencegah inflasi. Wilayah kabupaten ini memiliki 12 titik lelang cabai yang tersebar di dua kecamatan. Hanya saja tidak semua titik lelang beroperasi secara aktif. Titik lelang adalah komunitas petani di desa setempat yang menyelenggarakan pasar lelang cabai merah untuk anggota kelompok taninya. Berbeda dengan penelitian yang umumnya mengambil sampel unit usaha petani yang masih berjalan, penelitian ini memilih tiga kelompok lelang yang terletak di tiga desa yang berbeda dengan pertimbangan: desa yang memiliki kelompok lelang yang masih beroperasi atau desa yang pernah memiliki kelompok lelang, dalam artian, kelompok lelang sudah tidak berjalan lagi. Ketiga desa tersebut memiliki kelompok tani yang kemudian mendirikan kelompok lelang, dalam penelitian ini penulis melabeli menjadi kelompok lelang satu, dua, dan tiga.

Kelompok lelang adalah akses pasar berbasis komunitas sebagai unit yang diteliti dalam studi ini. Berturut-turut kelompok lelang satu dan tiga masih menjalankan operasional lelang selama sembilan belas dan sebelas tahun, sedangkan kelompok lelang dua pernah menjalankan lelang selama tiga tahun, yakni pada tahun 2006-2009. Pemilihan ketiga kelompok tersebut dilakukan untuk mengetahui perbedaan antara kelompok yang masih menjalankan dan kelompok yang tidak lagi menjalankan kegiatan lelang cabai. Pengambilan data dilakukan dalam dua periode, yakni Januari-Oktober 2019 dan Juni-Oktober 2023. Penelitian ini secara lebih intensif dilakukan di periode pertama. Pada periode kedua, peneliti mengonfirmasi hasil dari studi di periode pertama. Hasil dari kedua periode penelitian digunakan sebagai triangulasi waktu untuk membandingkan konsistensi hasil selama rentang waktu tertentu.

Metode kualitatif juga digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui opini atau pengalaman para pengurus lelang cabai dalam berinteraksi dengan petani selaku penyuplai produk dan pedagang selaku pembeli produk. Pengumpulan data pada ketiga kelompok lelang dilakukan dengan metode wawancara mendalam, observasi, wawancara secara berkelompok, pemetaan pedagang partisipan pasar lelang, dan analisis dokumen. Pengumpulan data dengan cara wawancara mendalam dilakukan kepada dua belas pengurus lelang. Kegiatan observasi dilaksanakan pada lima kegiatan lelang. Selanjutnya, wawancara secara berkelompok dilakukan dengan sebelas pengurus lelang yang tersebar di ketiga kelompok lelang dan diikuti dengan tiga pemetaan pedagang peserta lelang yang dilakukan dengan tiga tokoh lelang dari lokasi yang berbeda. Terakhir, analisis buku administrasi lelang cabai kelompok. Selanjutnya data berupa rekaman suara wawancara individu dan kelompok serta hasil observasi yang diperoleh ditranskripsi, dilengkapi dengan foto yang menggambarkan kegiatan penelitian untuk memudahkan peneliti merangkai kejadian dan identifikasi data.

Analisis data dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan melakukan *coding* atas pernyataan-pernyataan responden atau hasil-hasil observasi dari berbagai metode pengumpulan data diatas untuk menjamin akurasi data (triangulasi metode). Adapun *coding* dilakukan berdasarkan tiga hal, yakni karakteristik, kelembagaan, dan kategori kecakapan. Karakteristik kelompok lelang meliputi tahun pembentukan kelompok tani, tahun pembentukan kelompok lelang, jumlah anggota kelompok tani, asal petani penyuplai lelang, komoditas usaha, pekerjaan, jabatan lain ketua kelompok tani serta bantuan dari pemerintah. Sedangkan kategori kelembagaan dan kecakapan meliputi pembentukan

kelompok, tempat lelang, tenaga kerja, keterampilan, jaringan pedagang, pengepakan cabai, orientasi lembaga, persaingan dengan pengepul, petani penyeter, pembagian keuntungan, peraturan penjualan, biaya penjualan, layanan untuk petani, dan modal lelang. Hasil analisis berupa *fragmen* data ini dimanfaatkan sebagai masukan untuk mengidentifikasi kecakapan kelompok lelang dalam mengakses pasar untuk selanjutnya menjadi dasar untuk rekomendasi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi riil kelembagaan ekonomi petani dalam menerapkan atau mengembangkan inovasi menuntut pengamatan yang mendalam mengenai bagaimana petani mengelola sumber daya yang ada dan mengembangkan kecakapannya untuk menjalankan usaha dan menyelesaikan masalah. Pemahaman mendalam akan kondisi nyata kegiatan ekonomi petani ini bermanfaat untuk memberikan input bagi penyuluhan pertanian untuk memberikan masukan yang optimal sesuai dengan struktur usaha kolektif, yang dalam penelitian ini adalah pasar lelang cabai, dan agensi atau kecakapan pengurus kelompok lelang dalam membuka akses pasar untuk masyarakat petani di desa setempat. Penelitian ini membandingkan tiga studi kasus kelompok lelang di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok lelang di lokasi penelitian memiliki hambatan baik dari segi infrastruktur maupun SDM dalam upaya peningkatan usahanya. Selanjutnya, penelitian ini mengidentifikasi jenis-jenis kecakapan dan dasar pengambilan rekomendasi terkait pengembangan pasar lelang cabai untuk penyuluhan pertanian.

Kabupaten Kulon Progo bagian Selatan berada di sepanjang Pantai Selatan Jawa dan dahulu merupakan daerah kering serta marginal. Hingga pada awal 1990an, petani mencoba memodifikasi lahan pasir pantai dengan menambahkan pupuk kandang dan menemukan bahwa lahan pasir pantai dapat menghasilkan produk pertanian. Para petani yang pada awalnya mengairi tanaman dengan menggunakan sumur renteng mulai beralih mengairi lahan dengan cara mengakses sumber air tanah dengan menggunakan sumur *pantek*. Sumur ini merupakan instalasi pipa paralon 10-15 meter yang dilengkapi dengan pompa sehingga air tanah dapat digunakan untuk menyiram tanaman. Diantara berbagai jenis sayuran, komoditas cabai merah adalah tanaman yang paling banyak diproduksi. Pada awalnya, petani menjual cabai kepada para pengepul yang ada di desa dan sekitarnya. Para pengepul ini menjual cabai perolehannya kepada pedagang skala besar yang mengirimkan cabai ke Jakarta dan kota-kota sekitarnya, serta ke Pulau Sumatera. Sayangnya, penjualan ke pengepul seringkali memberikan harga yang berfluktuasi dan kurang memuaskan petani. Namun pada tahun 2004, seorang pedagang pengirim cabai di wilayah pantai yang sama meminta kepada ketua kelompok lelang satu untuk mengumpulkan cabai hasil panen anggota kelompoknya agar pedagang pengirim tersebut lebih mudah dalam mengelola dan mengumpulkan cabai yang akan dikirim ke luar kota.

Hal ini diketahui oleh para pedagang pengirim lain dan menimbulkan persaingan dalam memperoleh cabai yang telah dikumpulkan tersebut. Pedagang pengirim cabai yang pertama kali menginisiasi pengumpulan hasil panen cabai tersebut kemudian mencetuskan ide untuk melakukan lelang cabai dengan cara menyebutkan harga yang mampu diberikan oleh masing-masing pedagang secara langsung. Setelah beberapa kali berjalan, para pedagang pengirim banyak yang mengeluhkan rendahnya margin yang mereka terima. Akhirnya, pada tahun yang sama, pedagang pengirim penginisiasi lelang tersebut memberikan usulan kepada kelompok lelang satu untuk menyelenggarakan lelang dengan cara menuliskan dalam secarik kertas. Para pedagang pengirim cabai kemudian menuliskan harga lelangnya masing-masing untuk dimasukkan dalam kotak yang akan dibuka pada saat semua pedagang selesai mengirimkan nilai harga lelangnya. Sejak saat itu, lelang cabai dengan sistem tersebut berlangsung dan diadopsi oleh kelompok-kelompok tani sekitar desa yang juga menyelenggarakan lelang cabai.

Kelompok lelang membeli cabai yang disetorkan oleh petani anggota maupun non-anggota. Kelompok ini biasanya mulai beroperasi setelah petani selesai memanen cabai. Hasil observasi menunjukkan kelompok lelang satu dan dua para petani mulai berdatangan membawa cabai dalam karung-karung yang diangkut menggunakan motor dari lahan di tempat lelang pada pukul 16.00. Para pengurus lelang yang umumnya adalah anggota kelompok tani yang sudah dipilih, mulai berdatangan menerima setoran cabai dari petani. Karung-karung cabai dari setiap petani ditimbang, kemudian dicatat volumenya. Setelah semua cabai terkumpul, kelompok lelang merekap total volume cabai dan menginformasikan kualitas cabai yang ada, apakah termasuk kualitas super, baik, atau lainnya kepada para peserta lelang melalui pesan *Whatsapp* atau SMS. Hasil pengamatan lapangan menunjukkan bahwa pada pukul 19.00 lelang dibuka ditandai dengan membuka pesan-pesan berisi harga cabai yang dikirimkan masing-masing pedagang. Nama dan harga cabai yang dikirimkan masing-masing pedagang dituliskan dalam sebuah

whiteboard. Peserta lelang adalah para pedagang cabai yang membeli dan mengumpulkan cabai dari kelompok lelang atau pengepul di desa-desa dalam volume besar, lalu menjualnya kembali kepada para pembeli yang berada di wilayah Jakarta dan kota-kota sekitarnya maupun kota-kota di Pulau Sumatra.

Para pedagang ini mengirimkan cabai tersebut dengan menggunakan kendaraan truk selama satu hari di Pulau Jawa atau memakan dua hari untuk pengiriman ke luar Jawa. Kelompok lelang tiga melakukan hal yang sama dengan kedua kelompok diatas, namun memulai penerimaan cabai dari petani setelah pukul 12.00 dan memulai pembukaan lelang pada pukul 17.00. Aksi kolektif dan modal sosial diperlukan untuk memelihara inisiatif pengorganisasian secara mandiri yang dilakukan oleh petani (Villamar, 2021). Tabel 1 menunjukkan bahwa ketiga kelompok lelang yang diteliti menunjukkan karakteristik yang serupa ditinjau dari segi komoditas, pekerjaan dan bantuan dari pemerintah. Ditinjau dari tahun pembentukannya, kelompok lelang dua adalah kelompok lelang yang diorganisasi secara mandiri dan dimiliki secara kolektif oleh anggota kelompok tani. Kelompok ini merupakan kelompok yang paling muda dan memiliki cakupan petani penyuplai lelang cabai terbatas, hanya dari wilayah RT setempat. Kelembagaan petani akan menjadi kuat jika mampu meningkatkan kerjasama antar anggota dan kerjasama dengan luar anggota (Haryanto *et al.*, 2022).

Hasil analisis buku administrasi lelang kelompok lelang satu menunjukkan bahwa penyeter cabai adalah petani yang berasal dari desa yang bersangkutan. Hal ini didukung dengan sebuah wawancara dengan pengurus lelang menunjukkan bahwa kelompok tani dari desa sekitarnya telah memiliki kelompok lelang sendiri sehingga tidak perlu menyeter cabai ke kelompok lelang lain. Kelompok lelang dua sangat berdekatan dengan kelompok lelang lain sehingga cakupan wilayahnya hanya RT. Sebaliknya, kelompok lelang tiga, lokasi lelang agak berjauhan dengan kelompok lelang lain sehingga tidak hanya mewadahi petani penyuplai cabai dari desa sendiri, namun juga dari desa lain. Dengan demikian, ketika kelompok ekonomi tidak memiliki hambatan pasar untuk kuota suplai, kelompok dapat menerima suplai dari non anggota kelompok dapat menjadi pendukung untuk peningkatan volume kelompok. Hal ini dapat menjadi pertimbangan bagi penyuluhan pertanian mengenai pemberian saran kepada kelompok ekonomi mengenai kapan perlu atau tidak perlu membuka kesempatan bagi non anggota kelompok untuk dapat berpartisipasi dalam akses pasar yang disediakan kelompok.

Penelitian Ge *et al.* (2022) menunjukkan bahwa wirausaha dari kelas sosial rendah yang memiliki keterbatasan sumber daya di bidang pertanian di Cina mampu meningkatkan usahanya dengan cara cakap dalam pengelolaan waktu (*time resourcefulness*). Hal ini menunjukkan kemampuan untuk menghilangkan ketidaksetaraan kelas sosial dalam berwirausaha. Tabel 1 menunjukkan kecakapan dalam pengelolaan internal kelompok yang memiliki banyak keterbatasan ternyata memberikan lompatan bagi masyarakat petani yang awalnya tergantung kepada pedagang pengepul menjadi petani yang memiliki dan mengelola jalur pemasaran secara mandiri.

Tabel 1. Karakteristik Kelompok Lelang

Karakteristik	1	2	3
Tahun pembentukan kelompok tani	1992	2011	1991
Tahun pembentukan kelompok lelang	2004	2006-2009	2012 (milik kelompok), 2016 (beralih menjadi milik pribadi)
Jumlah anggota kelompok tani (orang)	116	39	62
Asal petani penyuplai lelang	Dusun	RT	Dusun
Komoditas	Cabai, melon, semangka, udang	Cabai, melon, semangka, udang	Cabai, melon, semangka, udang
Pekerjaan	Petani, petambak	Petani, petambak	Petani, petambak
Jabatan ketua kelompok tani	Ketua asosiasi, dekat dengan agen pemerintah	Ketua BPD	Pedagang lokal

Bantuan dari pemerintah	Bangunan lelang dari CSR, motor tiga roda	Traktor, budidaya jagung	Budidaya bawang merah, embung (tidak pernah digunakan)
-------------------------	---	--------------------------	--

Sumber: Data primer, 2019

Tabel 2 menunjukkan identifikasi beberapa jenis variabel kelembagaan yang dimiliki oleh ketiga kelompok lelang. Selanjutnya, Tabel 3 menyajikan analisis hasil tersebut dengan mengidentifikasi kecakapan yang dimiliki oleh kelompok lelang tersebut dalam memberikan akses pemasaran kepada petani dan pandangan untuk praktisi pembangunan untuk mendukung kelompok lelang. Kecakapan dalam pengelolaan akses pasar lelang ditinjau dari tiga hal yakni perilaku yang mendobrak keterbatasan, dengan cara memanfaatkan sumber daya dan menerapkannya untuk menghasilkan sumber nilai baru.

Tabel 2. Kelembagaan Kelompok Lelang

Variabel	Lelang 1	Lelang 2	Lelang 3
Pembentukan kelompok	Kelompok tani yang ada	Kelompok tani yang ada	Kelompok tani yang ada
Tempat lelang	Meminjam milik warga	Halaman ketua kelompok	Halaman ketua kelompok
Tenaga kerja	Anggota kelompok tani	Anggota kelompok tani	Keluarga
Keterampilan	Belajar mandiri	Belajar mandiri	Belajar mandiri
Jaringan pedagang	Mengikuti asosiasi	Mengikuti asosiasi	Mengikuti asosiasi & mengembangkan jaringan sendiri
Pengepakan cabai untuk pedagang	Pengurus bergantian jika diminta pedagang membantu mengepak cabai	Pengurus tertentu yang membantu pedagang mengepak cabai	Pengurus bergantian jika diminta pedagang membantu mengepak cabai
Orientasi Lembaga	Sosial	Sosial	Bisnis dan sosial
Persaingan dengan pengepul	Pada situasi tertentu pengepul menjadi peserta lelang	Kalah persaingan dengan pengepul	Lelang dan pengepul berjalan berdampingan
Petani penyeter cabai	Dari dalam dusun	Dari dalam dusun	Dari dalam dusun dan dusun sekitarnya
Pembagian keuntungan (pengurus lelang:petani)	50:50	Tidak ada peraturan khusus	100:0
Peraturan penjualan untuk lelang:luar lelang (persen)	100:0	70:30	(tidak ada peraturan)
Biaya penjualan per kilogram cabai (Rp)	100-500 (anggota), 250-1000 (non-anggota)	200-500	500-1000
Jam pembukaan lelang (WIB)	19.00	19.00	17.00

Layanan untuk petani	Pembayaran cash (di beberapa periode awal lelang), pinjaman benih	Pinjaman benih	Pembayaran cash, pinjaman benih
Modal lelang	Hasil kutipan per kilogram cabai (modal kelompok)	(tidak ada)	Meminjam uang dari bank

Sumber: Data primer, 2023

Pemasaran produk pertanian sangat kompetitif sehingga petani selalu menjadi *price taker*. Menyikapi hal ini, hasil studi literatur menunjukkan bahwa pembentukan kelompok (kecakapan *intangibile*) menjadi panasea dalam upaya memperbaiki produksi dan pemasaran pertanian (Patil *et al*, 2014). Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga kelompok lelang berdiri dari kelompok tani yang telah ada dan cakap dalam memfungsikan akses pasar bagi anggotanya tanpa memerlukan pembentukan kelompok baru yang asing bagi para petani. Aplikasi dari temuan ini untuk pembangunan menunjukkan

Tabel 3. Analisis kecakapan kelompok lelang dan rekomendasi

Variabel	Jenis kecakapan	Kecakapan	Rekomendasi untuk praktisi penyuluhan
Pembentukan kelompok	<i>Intangible</i>	Tidak membentuk kelompok baru	Kelompok baru tidak perlu dibentuk jika kelompok yang ada dapat diberdayakan
Tempat lelang	<i>Tangible</i>	Memfaatkan/meminjam lahan yang ada untuk usaha	Lahan usaha dapat menggunakan lahan yang ada sepanjang memperoleh ijin penggunaan dari pemilik dan disetujui warga
Tenaga kerja	<i>Tangible</i>	Tenaga kerja anggota kelompok	Pada tataran kelompok usaha petani masih bisa mengandalkan SDM lokal petani
Keterampilan	<i>Intangible</i>	Belajar secara mandiri	Inventarisasi kebutuhan keterampilan daripada berfokus pada pengenalan inovasi baru
Jaringan pedagang	<i>Tangible</i>	Dikembangkan melalui asosiasi atau dikembangkan secara mandiri	Memfasilitasi hubungan asosiasi dan pedagang
Pengepakan cabai untuk pedagang	<i>Tangible</i>	Membuat peraturan giliran untuk membantu pengepakan cabai	Mendorong kelompok untuk membuat peraturan yang jelas terkait pembagian kerja
Orientasi Lembaga	<i>Intangible</i>	Dapat berorientasi social maupun sosial-bisnis	Orientasi usaha mengikuti kebutuhan dan kemampuan masyarakat
Persaingan dengan pengepul	<i>Intangible</i>	Melibatkan pengepul atau berdampingan pengepul	Merangkul pengepul sebagai bagian dari pemberdayaan Masyarakat
Petani penyeter cabai	<i>Tangible</i>	Memaksimalkan setoran dari anggota dan membuka setoran dari non-anggota (jika jumlah anggota sedikit)	Memfasilitasi kebutuhan kelompok untuk menyejahterakan anggota

Pembagian keuntungan (pengurus lelang:petani)	<i>Tangible</i>	Pembagian keuntungan jelas	Mengedukasi kelompok lelang untuk mengutamakan transparansi keuangan
Peraturan penjualan untuk lelang:luar lelang (persen)	<i>Intangible</i>	Peraturan jelas namun banyak dilanggar, kelompok memberlakukan sanksi pada pelanggar	Peraturan perlu dimonitor dan diberikan sanksi jika diperlukan.
Biaya penjualan per kilogram cabai (Rp)	<i>Tangible</i>	Kelompok melakukan kegiatan ekonomi untuk memberikan akses pasar pada petani sekaligus menjaga biaya operasional tercukupi	Pemahaman bahwa kegiatan kolektif memberikan manfaat akses pasar namun terdapat konsekuensi biaya.
Jam pembukaan lelang (WIB)	<i>Tangible</i>	Memegang kontrol yang menentukan kapan pedagang dapat membeli	Mengedukasi petani penyuplai untuk mengutamakan ketepatan waktu (profesional dalam hal waktu)
Layanan untuk petani	<i>Tangible</i>	Mengutamakan pembayaran cash untuk petani	Memfasilitasi kelompok lelang untuk mengadakan perjanjian dengan pedagang
Modal lelang	<i>Tangible</i>	Mencari sumber keuangan untuk membiayai lelang	Memfasilitasi prosedur pinjaman untuk kelompok lelang

Sumber: Analisis data primer, 2023

bahwa pembentukan kelompok baru untuk program pembangunan dan penyuluhan tidak selalu diperlukan karena kelompok yang telah terbentuk memiliki modal sosial yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan ekonomi baru.

Seringkali kelompok ekonomi yang dijalankan petani mengalami kendala dalam menentukan lokasi usaha. Akan tetapi, dengan kecakapan yang ditunjukkan dengan kemampuan menggunakan sumber daya yang ada, semua kelompok lelang memanfaatkan lahan yang dimiliki untuk lokasi kelompok lelang yang dalam penelitian ini dikategorikan sebagai kecakapan *tangible*. Sebuah wawancara mendalam dengan salah satu kelompok menyatakan, “*Tempat lelang yang sekarang meminjam lahan milik kakak saya yang lokasinya tepat di pinggir jalan. Kalau diadakan di halaman rumah saya, letaknya kurang strategis.*” (Ketua Kelompok Tani, Kelompok Lelang 1, 4 Oktober 2019). Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa lahan usaha dapat menggunakan lahan yang telah ada tanpa harus membuka area pasar baru.

Status sosial ekonomi seseorang mempengaruhi bagaimana orang tersebut berstrategi dalam sejarah perjalanan hidupnya (Pepper & Nettle, 2017). Dalam hal ini, petani di kawasan penelitian memiliki sejarah sebagai petani pekerja yang menggarap lahan milik tuan tanah di kawasan sawah di Utara daerah pantai. Dengan keterbatasan yang mereka miliki, petani senantiasa berstrategi untuk meminimalkan upaya meminta bantuan kepada petani pemilik lahan. Bahkan mempraktikkan prinsip *bricolage* atau memanfaatkan sumber daya yang dipunyai. Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan sumber daya yang tidak dimiliki digantikan dengan sumber daya yang ada, misalnya gudang tempat lelang yang menumpang di lahan milik salah satu anggota masyarakat. Bentuk intervensi penyuluhan pembangunan seperti pemberian bantuan infrastruktur dapat melihat kembali bagaimana sejarah membentuk individu petani dalam bertindak untuk mengatasi masalah. Lokasi infrastruktur dan aksesnya untuk masyarakat dapat menjadi pertimbangan untuk memaksimalkan pemanfaatan bantuan tersebut untuk masyarakat.

Tenaga kerja yang mengoperasikan kelompok lelang (*tangible*) adalah anggota kelompok tani yang belajar secara mandiri dan mengembangkan jaringan pedagang peserta lelang melalui asosiasi. Aplikasinya bagi pembangunan, penggunaan sumber daya manusia untuk membuka akses pasar bagi

petani dapat mengandalkan tenaga kerja lokal yang ada sehingga dapat mendukung pemberdayaan masyarakat. Keterampilan para pengurus lelang (*kecakapan intangible*) diperoleh secara otodidak. Hasil observasi dan wawancara peneliti di ketiga kelompok lelang menunjukkan bahwa pengurus lelang mengembangkan keterampilan mengelola pasar lelang dengan cara belajar sambil bekerja baik melalui praktik yang dilakukan secara mandiri maupun belajar dari rekan anggota lain. Keterampilan yang diperoleh terasah dengan belajar dari kesalahan dan berjalannya waktu. Seringkali kegiatan intervensi pembangunan berfokus pada tujuan produktivitas (Abdul-Rahaman & Abdulai, 2020), sehingga kurang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Inventarisasi kebutuhan keterampilan yang diperlukan dan bagaimana cara memperolehnya akan lebih bermanfaat bagi masyarakat petani daripada pengenalan inovasi baru.

Terkait dengan jaringan pedagang (*kecakapan tangible*), semua kelompok lelang mengikuti asosiasi dan berpartisipasi secara aktif dalam saling bertukar informasi mengenai harga harian dan reputasi pedagang. Asosiasi Pasar Tani (Aspartan) merupakan organisasi yang dibentuk pemerintah pada tahun 2008 untuk mewadahi kegiatan ekonomi kelompok-kelompok lelang yang ada di sepanjang garis pantai Kulon Progo. Pada saat peneliti melakukan pemetaan pedagang peserta lelang, informasi terkait kecakapan untuk mengumpulkan pedagang diperoleh dengan mengambil manfaat dari kelembagaan asosiasi yang mengoordinasi kelompok-kelompok lelang untuk mendobrak keterbatasan jaringan pengurus dengan pedagang. Asosiasi memberikan menjadi jaringan informasi dan difusi inovasi bagi kelompok-kelompok lelang yang diwadahnya. Memfasilitasi hubungan asosiasi dengan pedagang merupakan langkah efektif untuk memperluas jaringan pedagang. Sebagaimana ditunjukkan oleh kelompok lelang tiga yang mengembangkan jaringan pasarnya sendiri dengan cara memperluas jumlah pedagang peserta lelang.

“Peserta lelang adalah nama-nama pedagang yang dikumpulkan oleh asosiasi. Tapi saya juga membuka kesempatan untuk pedagang di luar itu yang ingin mengikuti lelang saya. Biasanya saya coba dulu, jika 3 kali berturut-turut dia membayar, maka saya ikutkan terus dalam lelang.” (Koordinator lelang, Kelompok Lelang 3, 4 Oktober 2019)

Sumberdaya anggota kelompok tani untuk membantu pengepakan cabai (*kecakapan tangible*) yang telah dilelang cukup banyak. Selain itu, kelompok lelang juga melakukan pergiliran personel ketika diminta pedagang untuk membantu mengepak cabai untuk mereka. Apabila diterapkan dalam kegiatan penyuluhan, agensi kelompok dalam mengelola SDM menjadi kunci utama bagi agen perubahan untuk memulai sebuah kegiatan pembangunan baru karena memudahkan pengaturan pembagian kerja dan mendukung keberlanjutan program. Agen intervensi pembangunan dapat mendorong dan membimbing kelompok untuk menyusun peraturan kelompok yang jelas terkait dengan pembagian kerja serta standar operasi kerja.

Sebagaimana penelitian Amongjati *et al.* (2019) mengenai santri yang bergerak sebagai akselerator pertanian, para operator lelang dalam penelitian ini dapat disimbolkan sebagai agen pemercepat perubahan dengan cara berorientasi dan berperan sebagai *social entrepreneur* (*kecakapan intangible*) dengan cara menghubungkan masyarakat petani dengan pedagang. Bahkan penelitian Khairunnisa *et al.* (2019) menyatakan bahwa salah satu fungsi penguatan kelembagaan adalah untuk meningkatkan kemampuan anggota dalam pengembangan agribisnis. Sistem inovasi yang berorientasi pasar ini diperlukan untuk mentransformasi pertanian subsisten menjadi lebih berorientasi bisnis (Suvedi *et al.*, 2017). Rekomendasi dari temuan ini, orientasi usaha yang dianut oleh sebuah entitas bisnis pertanian hendaknya mengikuti kebutuhan dan kemampuan masyarakat.

Persaingan dengan pengepul (*intangible*) merupakan hal yang nyata dihadapi oleh kelompok-kelompok lelang. Proses pemasaran di pedesaan pada umumnya dilakukan oleh pengepul yang berasal dari desa yang sama. Pedagang besar membeli produk dari para pengepul untuk kemudian dijual ke daerah yang lebih jauh (Untari & Kriska, 2022). Seperti halnya penelitian Dumasari *et al.* (2019) pada hubungan patron-klien yang kentara antara pengrajin dan pedagang pengumpul. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebelum adanya sistem lelang, hubungan patron-klien antara pedagang dan petani cabai tergolong nyata. Sistem lelang ini membuat petani memiliki akses pasar baru dan mampu mempengaruhi pasar. Pengepul seringkali dijauhi oleh praktisi pembangunan karena dianggap memperpanjang akses pasar. Namun penelitian ini menyarankan sebaliknya, merangkul pengepul merupakan cara yang secara *mutual* akan menguntungkan pengepul dan kelompok lelang. Hal ini dikarenakan kelompok lelang dapat belajar bagaimana pengepul bekerja, membangun jaringan dan menyusun logistik.

Terdapat temuan penelitian yang beragam mengenai manfaat kelompok pemasaran petani. Sebagian petani penyeter cabai (*tangible*) beralasan bahwa mereka tidak mengikuti pemasaran kolektif karena kesulitan mencapai kualitas, ketidakpercayaan pada pengurus, lebih menguntungkan menjual secara individual atau lokasi titik pemasaran kolektif yang jauh (Abdul-Rahaman & Abdulai, 2020). Disamping itu, petani tidak mampu dan lebih memilih menghindari resiko ketika dihadapkan pada ketidakpastian pemasaran secara kolektif (Untari & Vellema, 2022). Salah satu tantangan terbesar kelompok lelang adalah persaingan dengan pengepul di desa setempat. Para petani terkadang lebih suka menjual cabai mereka kepada pengepul karena tidak selalu mendapatkan pembayaran tunai dari kelompok lelang. Kelompok lelang dua kalah bersaing dengan pengepul yang letaknya berdekatan dengan titik lelang.

“Awalnya kesadaran anggota rendah untuk menjual ke lelang. Kedua, anggota yang ditunjuk sebagai pengurus lelang kadang tidak datang pada saat shift bertugas. Misalnya, mereka seharusnya datang jam 16.00, tapi datangnya jam 19.00. Bisa jadi ada kecemburuan antara pengurus. Masalahnya semakin besar, walaupun sudah saya beri pengarahan. Kadang-kadang kalau ada pedagang menang, minta tolong pengurus untuk membantu mengepak (dibayar pedagang), hal itu menimbulkan kecemburuan.” (Ketua kelompok tani, Kelompok Lelang 2, 8 Agustus 2019)

Namun Kelompok lelang satu mengembangkan kecakapan peningkatan volume cabai untuk dilelang dengan cara mengajak pengepul menyeter cabai ke lelang terutama pada saat harga sedang rendah. Sedangkan koordinator Kelompok lelang tiga teridentifikasi mampu mengembangkan kecakapan konsistensi *volume* cabai dengan bekerjasama dengan pengepul dan menyediakan fasilitas pembayaran tunai untuk mawadahi kebutuhan penyeter. Sehingga secara tidak langsung menghilangkan hubungan patron-klien pengepul-petani sebagaimana ditunjukkan dengan hasil wawancara berikut,

“Disini ada 3 tempat penjualan cabai untuk petani, lelang saya, pengepul 1 dan pengepul 2. Walau 3 tempat, harga cabai per hari ikut harga lelang. Pernah di Pengepul 1 selisih harga 2.000, 3.000, 4.000 rupiah, petani komplain. Mereka minta satu tempat saja yang menentukan harga. Akhirnya, walau di desa kami ada 3 tempat penjualan, satu harga.” (Koordinator lelang, Kelompok lelang 3, 24 Juni 2019)

Seringkali pembangunan pertanian mengesampingkan peran *intermediaries* yang berupa pengepul, pedagang keliling yang membeli produk petani, ataupun pedagang lokal dalam bentuk lain. Para pedagang perantara ini seringkali dianggap merugikan petani karena mengambil marjin keuntungan yang besar. Namun dalam penelitian ini, pedagang pengepul dan lelang cabai dapat berjalan berdampingan dengan cara menyetujui kesepakatan harga cabai per hari. Kegiatan pembangunan pertanian yang mengakui peran pedagang perantara dan melibatkannya dalam rantai nilai menjadi salah satu solusi untuk keberlanjutan akses pasar yang diorganisasi petani. Aksi kolektif petani dalam mengorganisasi pasar lelang dalam penelitian ini dapat dikategorikan untuk memperoleh jaminan pasar dan mengurangi biaya transaksi (Hariance, 2020). Pembagian keuntungan (kecakapan *tangible*) pada ketiga kelompok bervariasi. Kelompok lelang satu menentukan separuh keuntungan lelang untuk operasional dan gaji pengurus, sedangkan separuh lainnya disetorkan untuk kelompok tani. Kecakapan ini menunjukkan pengembangan semangat kolektivitas kelompok lelang.

Sebaliknya, pemilik kelompok lelang tiga mengambil keseluruhan keuntungan untuk dirinya, karena sejalan dengan modal usaha dan tenaga kerja yang murni dari pemilik kelompok. Sedangkan kelompok lelang dua dalam sebuah wawancara mendalam menyatakan hal yang berlainan, *“Hasil keuntungan dibagi. Pertama untuk kelompok tani. Kedua untuk pengurus lelang. Ketiga, untuk sewa tempat lelang. Tidak ada persentase khusus untuk setiap bagian, tergantung dari besarnya hasil lelang.”* (Ketua kelompok tani, Kelompok lelang 2, 8 Agustus 2019). Berbeda dengan konsep dasar pembangunan yang selalu mengutamakan kolektivitas untuk kemajuan bersama, penelitian ini justru menunjukkan bahwa tidak semua kegiatan kolektif selalu memberikan kemudahan untuk akses pasar bagi petani. Akses pasar yang tidak mensyaratkan anggota untuk mengambil resiko dapat pula mendukung petani terlibat dalam rantai nilai. Selain itu, transparansi pengelolaan keuangan dapat meningkatkan kepercayaan petani terhadap pengurus lelang karena pembagian keuntungan jelas dan terbuka.

Peraturan penjualan (kecakapan *intangibile*) di kelompok lelang dua menunjukkan bahwa biaya penjualan (*tangible*) per kilogram cabai, atau disebut sebagai operasional lelang untuk per kilogram cabai yang disetorkan petani kepada kelompok lelang adalah Rp 200-Rp 500. Peraturan mengenai seberapa banyak cabai yang boleh dijual untuk kelompok dan seberapa banyak cabai yang boleh dijual ke luar kelompok jelas, yakni dengan rasio 70:30. Namun nampaknya peraturan penjualan ini tidak

mendukung keberlanjutan kelompok lelang. Kelompok lelang dua hanya bertahan beroperasi selama 3 tahun (antara tahun 2006-2009). Lain halnya dengan Kelompok lelang satu dan tiga, kedua kelompok ini berhasil bertahan membeli setoran cabai dari petani dan menjualkannya dengan cara lelang kepada pedagang yang mengikuti lelang cabai. Hanya saja, kelompok lelang tiga menetapkan jumlah biaya lelang yang besar untuk dibebankan kepada petani per kilogram cabai yang disetor, yakni Rp 500-Rp 1.000. Kepemilikan kelompok lelang tiga berubah dari milik anggota kelompok tani menjadi milik seorang petani dikarenakan permasalahan internal. Namun pada pelaksanaan operasional lelang, tidak terdapat kendala antara petani dan pemilik lelang karena pembayaran selalu dilakukan secara tunai setiap saat setelah menyeter cabai.

Peraturan yang telah disusun oleh kelompok lelang perlu dimonitor dan pemberian sanksi ditinjau ulang untuk memastikan peraturan penjualan ke dalam maupun luar kelompok lelang. Berbeda dengan kelompok lelang satu dan dua yang memberlakukan jam pembukaan lelang (kecakapan *tangible*) pada pukul 19.00, kelompok lelang tiga memulai pembukaan lelang pada pukul 17.00. Koordinator kelompok lelang dua menyatakan bahwa hal ini dilakukan untuk memperoleh kesempatan menjual cabai lebih awal dari kelompok lainnya, Namun hal ini telah dikoordinasikan dengan asosiasi sehingga tidak menimbulkan permasalahan. Senada dengan hasil studi (Ge *et al.*, 2022) menunjukkan bahwa kecakapan dalam memanfaatkan waktu merupakan salah satu cara untuk mengelola keterbatasan sumber daya bagi usaha kecil, kelompok lelang tiga memanfaatkan pengalokasian waktu untuk mengembangkan usahanya. Dengan demikian, mengedukasi petani penyeter untuk mengutamakan ketepatan waktu menjadi hal yang penting. Profesionalisme para penyeter untuk disiplin waktu ini akan meningkatkan volume dan mendukung reputasi kelompok lelang di mata pedagang.

Layanan bagi petani (kecakapan *tangible*) adalah daya tarik dari kelompok lelang. Setiap kelompok lelang berusaha menyediakan produk berkualitas dan mendatangkan pedagang Menurut (Untari, 2023) hal ini mengembangkan kecakapan kelompok dalam memastikan keberlanjutan akses pasar. Namun petani dapat meninggalkan kelompok tani apabila kelompok tidak lagi memberikan manfaat atau keuntungan bagi petani (Bachke, 2019). Imbalan nontunai dan kepastian pembayaran dapat merupakan insentif bagi petani untuk menjual hasil panen lewat kelompok (Rusdiyana, 2017). Terkait hal tersebut, sebagai bentuk kontra prestasi untuk konsistensi produk yang diantarkan oleh para petani, kelompok lelang memberikan layanan berupa pembayaran tunai maupun bantuan benih. Hasil observasi pada beberapa kegiatan penyeteran cabai pada siang menjelang sore hari di Kelompok Lelang tiga (Juni-Agustus 2019) menunjukkan bahwa setiap petani dapat memperoleh pembayaran *cash* setiap setelah menyeter cabai. Seorang ibu bahkan kembali ke lokasi lelang untuk kedua kalinya dan mengatakan bahwa pembayaran yang ia terima masih kurang lima puluh ribu rupiah. Pemilik lelang dengan segera menyodorkan uang tersebut tanpa meminta keterangan lebih lanjut.

Modal kelompok lelang merupakan hal yang mendasar untuk menjamin keberlanjutan pembayaran *cash* untuk petani. Pembangunan akses pasar perlu mempertimbangkan heterogenitas kelembagaan pemasaran petani untuk meningkatkan dampak dan pendekatan yang lebih berpotensi (Devaux *et al.*, 2018). Fasilitas pembayaran tunai secara konsisten merupakan hal yang penting namun tidak dimiliki oleh kelompok lelang satu dan dua. Bahkan untuk menyediakan pembayaran tunai kepada petani penyuplai cabai, pengelola kelompok lelang tiga meminjam uang dari bank untuk mencukupi modal usaha lelang. Memfasilitasi akses pinjaman untuk kelompok lelang dapat menjadi pendukung untuk tersedianya modal yang cukup bagi kelompok lelang untuk memberikan pembayaran *cash* kepada para penyeter cabai.

Uraian diatas memberikan penegasan bahwa sebuah entitas yang mampu menjamin pembayaran secara tunai kepada petani membuat akses pasar menjadi terjangkau oleh petani. Melihat ketiga studi kasus diatas, dapat diketahui bahwa kecakapan kelompok lelang dalam menyediakan akses pasar beragam dan dicirikan dengan situasi mikro yang spesifik di tataran masing-masing kelompok lelang.

KESIMPULAN

Berbeda dengan penelitian terdahulu yang mengemukakan bahwa kecakapan usaha pertanian sebagai kecakapan hidup, penelitian ini memaknai kecakapan sebagai kemampuan untuk menciptakan dan menghasilkan sumberdaya yang memfasilitasi terjadinya aktivitas kreatif petani. Aktivitas ini lebih lanjut dilakukan dalam hal membuka akses pasar sehingga disebut sebagai kecakapan akses pasar. Aktivitas pengelolaan pasar di level komunitas seringkali luput dari perhatian pemerintah dikarenakan kebijakan banyak berfokus pada penyuluhan untuk peningkatan produksi. Berbeda dengan penelitian yang mengambil peningkatan produksi sebagai latar belakang utama penelitian, studi ini mengungkap

bagaimana pengelolaan pasar berbasis komunitas berjalan. Secara unik, studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan pendekatan praktik untuk melihat bagaimana sebenarnya kecakapan komunitas mengelola pasar untuk memberikan akses pasar bagi petani. Lebih lanjut, penelitian ini mengeksplorasi kecakapan *tangible* dan *intangible* yang berkontribusi pada akses pasar petani.

Beberapa kecakapan *tangible* kelompok lelang ditunjukkan dengan adanya penerimaan suplai produk oleh non anggota dapat dilakukan ketika kelompok ekonomi tidak memiliki hambatan pasar untuk jumlah produk yang akan dipasarkan. Berikutnya, keterbatasan kelompok dapat memicu kelompok untuk berpikir kreatif dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk menyelesaikan masalah. Bagi penyuluhan pertanian temuan ini bermanfaat untuk mengidentifikasi kebutuhan kelompok dan asesmen terhadap kemampuan kelompok untuk menyelesaikan masalah secara mandiri. Lalu, kecakapan petani setempat dalam mengelola SDM yang dapat dimanfaatkan untuk program kegiatan penyuluhan pertanian seperti peluncuran program baru yang biasanya memerlukan kesiapan kelompok. Penyuluh pertanian akan terbantu dengan SDM kelompok yang telah terbangun. Penumbuhan sistem penjualan baru yang inovatif dapat membantu petani yang tadinya merupakan *price taker* menjadi lebih mampu mempengaruhi pasar.

Studi ini menangkap kecakapan *intangible* yang dimiliki oleh kelompok lelang. Program pembangunan baru yang menyasar kelompok tani dapat menggunakan kelompok yang sudah ada karena kelompok telah memiliki modal sosial sehingga mempercepat difusi inovasi. Studi ini juga menyoroti bahwa pembentukan asosiasi bermanfaat bagi petani untuk menjadi sarana koordinasi dan jaringan informasi pasar untuk mengatasi permasalahan kegiatan kelompok ekonomi. Pendekatan praktik keseharian aktivitas pemasaran dapat menjadi jembatan untuk transformasi perilaku SDM pertanian untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kegiatan pembangunan dan penyuluhan pertanian yang mengakui peran pedagang perantara dan melibatkannya dalam rantai nilai menjadi salah satu solusi untuk keberlanjutan akses pasar yang diorganisasi petani. Keterlibatan petani dalam kegiatan kelompok ekonomi merupakan prinsip yang selalu diutamakan. Namun tidak semua petani memiliki kecakapan untuk mengatasi resiko pasar atau keterlambatan pembayaran. Untuk mendukung transformasi pembangunan ekonomi yang melibatkan petani kecil, kegiatan penyuluhan pertanian dapat memberikan perhatian pada kegiatan ekonomi yang tidak mensyaratkan anggota untuk turut serta dalam resiko lebih dipilih oleh petani yang memiliki sumber daya terbatas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini didanai oleh Beasiswa Unggulan Dosen Indonesia-Luar Negeri (BUDI-LN) dengan nomor 20160822018978. Penulis berterimakasih kepada Dr. Sietze Vellema yang telah memberikan masukan konstruktif selama pengambilan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul-Rahaman, A., & Abdulai, A. (2020). Farmer groups, collective marketing and smallholder farm performance in rural Ghana. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JADEE-07-2019-0095>
- Amongjati, S. A., Kolopaking, L. M., & Saharuddin, S. (2019). Pesantren's Social Innovation in Driving Agriculture and Social Change in Village. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 7(2), 159–166. <https://doi.org/10.22500/sodality.v7i2.26221>
- Bachke, M. E. (2019). Do farmers' organizations enhance the welfare of smallholders? Findings from the Mozambican national agricultural survey. *Food Policy*, 89, 101792. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2019.101792>
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366.
- Berkat, & Sunaryati, R. (2015). Analisis Kepuasan Petani Terhadap Kegiatan Penyuluhan Pertanian di Kelurahan Kalamangan, Kota Palangka Raya Kalimantan Tengah. *Daun: Jurnal Ilmiah Pertanian Dan Kehutanan*, 2(1), 45–53.
- Bhatt, B., Qureshi, I., & Sutter, C. (2022). How do intermediaries build inclusive markets? The role of the social context. *Journal of Management Studies*, 59(4), 925–957.
- BPS. (2022). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo, 2022*, <https://kulonprogokab.bps.go.id/>,

diakses 27 Oktober 2023.

- BPS. (2023). *Profil Kemiskinan Indonesia 2023. Berita Resmi Statistik No. 47/07/Th. XXVI, 17 Juli 2023. Diakses 27 Januari 2024.*
- Devaux, A., Torero, M., Donovan, J., & Horton, D. (2018). Agricultural innovation and inclusive value-chain development: a review. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JADEE-06-2017-0065>
- Dumasari, Budiningsih, S., Darmawan, W., & Santosa, I. (2019). Intensitas Fungsi Modal Sosial untuk Penguatan Posisi Tawar Pengrajin dalam Pemasaran Souvenir Olahan Limbah Kelapa. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 24(3), 227–236. <https://doi.org/10.18343/jipi.24.3.227>
- Ge, J., Li, J. M., Zhao, E. Y., & Yang, F. (2022). Rags to riches? Entrepreneurs' social classes, resourceful time allocation, and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 37(5), 106248. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106248>
- Glover, D., Sumberg, J., Ton, G., Andersson, J., & Badstue, L. (2019). Rethinking technological change in smallholder agriculture. *Outlook on Agriculture*, 48(3), 169–180. <https://doi.org/10.1177/0030727019864978>
- Hariance, R. (2020). Aksi Kolektif Petani Dalam Koperasi Untuk Agribisnis Berkelanjutan. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 4(2), 93–106.
- Haryanto, Y., Rusmono, M., Aminudin, A., Purboingtyas, T. P., & Gunawan, G. (2022). Analisis penguatan kelembagaan ekonomi petani pada komunitas petani padi di lokasi food estate. *Jurnal Penyuluhan*, 18(02), 323–335. <https://doi.org/10.25015/18202241400>
- Isnaeni, B. S., & Raharjo, E. B. (2016). Penerapan Metode Servqual Untuk Perbaikan Mutu Pelayanan Pembagian Air Irigasi (Studi Kasus Di Daerah Irigasi Kumisik). *Engineering: Jurnal Bidang Teknik*, 7(2), 1.
- Kaumbata, W., Banda, L., Mészáros, G., Gondwe, T., Woodward-Greene, M. J., Rosen, B. D., Van Tassell, C. P., Sölkner, J., & Wurzinger, M. (2020). Tangible and intangible benefits of local goats rearing in smallholder farms in Malawi. *Small Ruminant Research*, 187, 106095. <https://doi.org/10.1016/j.smallrumres.2020.106095>
- Khairunnisa, K., Saleh, A., & Anwas, O. M. (2019). Penguatan Kelembagaan Petani Padi dalam Pengambilan Keputusan Adopsi Teknologi IPB Prima. *Jurnal Penyuluhan*, 15(1). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v15i1.23460>
- Malatzky, C., & Smith, K. (2022). Introduction to the special issue—Imagining rural futures in times of uncertainty and possibility: Progressing a transformative research agenda for rural sociology. *Journal of Sociology*, 58(2), 133–143. <https://doi.org/10.1177/14407833211071126>
- Mando, L. O. A. S., Marwah, S., Rosmarlinasiah, R., Nur, H., Laksananny, S. A., & Hamdu, L. (2024). Kelayakan Finansial Agroforestri dan Kebutuhan Hidup Layak Petani di Desa Lambusango Kecamatan Kapontori Kabupaten Buton. *Celebica Jurnal Kehutanan Indonesia*, 5(1), 140–157.
- Norton, G. W., & Alwang, J. (2020). Changes in agricultural extension and implications for farmer adoption of new practices. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 42(1), 8–20. <https://doi.org/10.1002/aep.13008>
- Ortiz-Crespo, B., Steinke, J., Quirós, C. F., van de Gevel, J., Daudi, H., Gaspar Mgimiloko, M., & van Etten, J. (2021). User-centred design of a digital advisory service: enhancing public agricultural extension for sustainable intensification in Tanzania. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 19(5–6), 566–582.
- Patil, S. S., Hiremath, G. M., & Lokesh, G. B. (2014). Economic Sustainability through Farmers Interest Groups and their Linkage with Institutional Agencies—An Evidence from Karnataka. *Agricultural Economics Research Review*, 27, 141–146. <https://doi.org/10.5958/0974-0279.2014.00016.0>
- Pepper, G. V., & Nettle, D. (2017). The behavioural constellation of deprivation: Causes and consequences. *Behavioral and Brain Sciences*, 40, e314. <https://doi.org/10.1017/S0140525X1600234X>

- Rusdiyana, E. (2017). Peran Pasar Lelang Dalam Pemasaran Cabai Di Kelompok Tani Lahan Pasir Pantai Kulon Progo, Yogyakarta. *Jurnal Caraka Tani*, 32(1), 1–8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20961/carakatani.v32i1.14666>
- Saputra, I., Rela, I. Z., & Buana, T. (2024). Analisis Mutu Pelayanan Penyuluhan Pertanian dan Kepuasan Petani Padi Sawah dalam Kegiatan Penyuluhan Pertanian di Kelurahan Baruga Kecamatan Baruga Kota Kendari. *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*, 4(2), 118–131.
- Schoonhoven-Speijer, M., & Vellema, S. (2020). How institutions governing the economic middle in food provisioning are reinforced: The case of an agri-food cluster in northern Uganda. *Journal of Rural Studies*, 80, 34–44. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.035>
- Somanje, A. N., Mohan, G., & Saito, O. (2021). Evaluating farmers' perception toward the effectiveness of agricultural extension services in Ghana and Zambia. *Agriculture & Food Security*, 10, 1–16. <https://doi.org/10.1186/s40066-021-00325-6>
- Sonenshein, S. (2014). How organizations foster the creative use of resources. *Academy of Management Journal*, 57(3), 814–848.
- Steinke, J., Van Etten, J., Müller, A., Ortiz-Crespo, B., van de Gevel, J., Silvestri, S., & Priebe, J. (2021). Tapping the full potential of the digital revolution for agricultural extension: an emerging innovation agenda. *International Journal of Agricultural Sustainability*, 19(5–6), 549–565.
- Suvedi, M., Ghimire, R., & Kaplowitz, M. (2017). Farmers' participation in extension programs and technology adoption in rural Nepal: a logistic regression analysis. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 23(4), 351–371. <https://doi.org/10.1080/1389224X.2017.1323653>
- Uddin, M. S., Haque, C. E., & Walker, D. (2020). Community resilience to cyclone and storm surge disasters: Evidence from coastal communities of Bangladesh. *Journal of Environmental Management*, 264, 110457. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.110457>
- Untari, D. W. (2023). *Unravelling the inclusion of smallholder farmers in markets: the case of self-organised collective trading groups in rural Java* [Doctoral dissertation, Wageningen University]. <https://doi.org/10.18174/578146>
- Untari, D. W., & Kriska, M. (2022). Apakah jalur transformasi menuju sistem pangan yang inklusif? In J. H. Mulyo, Sugiyarto, R. I. Wati, & M. Kriska (Eds.), *Potret Agribisnis Indonesia* (1st ed., pp. 133–139). Adipura Book Centre.
- Untari, D. W., & Vellema, S. (2022). Are collective trading organisations necessarily inclusive of smallholder farmers?: A comparative analysis of farmer-led auctions in the Javanese chilli market. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 35(4), 19. <https://doi.org/10.1007/s10806-022-09891-6>
- Villamar, J. A. G. (2021). *Social capital, collective action, and livelihood resilience: A multidimensional approach* [Doctoral dissertation, Wageningen University and Research]. <https://doi.org/10.18174/537061>
- Williams, T. A., Zhao, E. Y., Sonenshein, S., Ucbasaran, D., & George, G. (2021). Breaking boundaries to creatively generate value: The role of resourcefulness in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 36(5), 106141. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106141>
- Wyche, S., & Steinfield, C. (2016). Why don't farmers use cell phones to access market prices? Technology affordances and barriers to market information services adoption in rural Kenya. *Information Technology for Development*, 22(2), 320–333. <https://doi.org/10.1080/02681102.2015.1048184>
- Zairin, D. D. C., Dharmawan, A. H., & Yulian, B. E. (2021). Kelentingan Nafkah Rumah Tangga Pedagang Pasar Terapung di Banjarmasin: Kajian Gender dalam Sosiologi Nafkah. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 9(3). <https://doi.org/9202134839>