



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR AGROPOLITAN TERHADAP  
TATANIAGA HORTIKULTURA ( Studi Kasus : Pasar Agropolitan  
Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah  
Gumati Kabupaten Solok)**

**SKRIPSI**



**ZULIA INDRIANI  
07115021**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2012**

**DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR AGROPOLITAN  
TERHADAP TATANIAGA HORTIKULTURA  
( Studi Kasus : Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian  
Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok)**

**OLEH**

**ZULIA INDRIADI  
07115021**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Pertanian*

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2012**



**DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR AGROPOLITAN  
TERHADAP TATANIAGA HORTIKULTURA  
( Studi Kasus : Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian  
Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok)**

**OLEH**

**ZULIA INDRIADI**  
**07115021**

**Menyetujui :**

**Dosen Pembimbing I**



**( Mahdi, SP. M.Si. Ph.D )**  
**NIP. 19710410 200003 1 002**

**Dosen Pembimbing II**

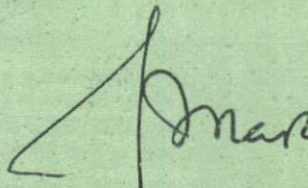
**( Syofyan Fairuzi, STP. M.Si )**  
**NIP. 19730408 2006 04 1 002**

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Andalas**



**( Prof. Ir. H. Ardi, M.Sc )**  
**NIP.19531216 1980 03 1 004**

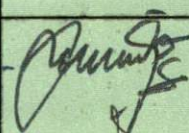

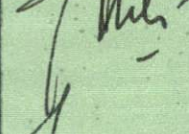
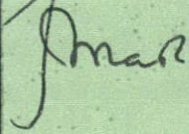
**Ketua Jurusan Sosial Ekonomi  
Fakultas Pertanian Universitas Andalas**



**( Prof. Ir. Yonariza, M.Sc. Ph.D )**  
**NIP. 19650505 1991 03 1 003**



**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Sarjana Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang, pada tanggal 06 Januari 2012**

No	Nama	Tanda Tangan	Jabatan
1	Dr. Ir. Faidil Tanjung, M.Si		Ketua
2	Mahdi, SP. M.Si. Ph.D		Sekretaris
3	Prof. Dr. Ir. Melinda Noer, M.Sc		Anggota
4	Prof. Ir. Yonariza, M.Sc. Ph.D		Anggota





# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil 'alamiin..

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain) (Q.S. A Lam Nasyrah : 6-7).

Seiring sujud syukur kepada-Mu ya Allah SWT, atas segala rahmat karunia-Mu yang telah kau limpahkan kepada hamba-Mu yang dengan kekuasaan-Mu mampu menyelesaikan sebuah karya sebagai langkah awal dalam kemandirian untuk menapak hari esok yang lebih baik.

Dengan mengharapkan keridhaan Allah SWT, ku persembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku yangaku sayangi dan ku cintai teruntuk kedua orangtuaku Ayahanda Zulbakhri dan Ibunda Yenni Erlinda. Terima kasih banyak ya pa, ma, atas kasih sayang, dorongan, semangat, pengorbanandan ketabahan serta do'a yang tulus yang diberikan dalam mengiringi langkahku demi meraih cita-cita yang luhur ini. Buat Adik-adikku ku tersayang Badril (rajin-rajin kuliah), Delvina Zulda, Zulfitri Meilida, Zulianda Herinaldi dan Ferdian Zulhamda, serta keluarga besar ku terima kasih untuk do'a dan semangatnya.

Terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada Bapak Mahdi, SP, M.Si. Ph.D dan Bapak Syofyan Fairuzi, STP,M.Si atas bimbingannya. Terima kasih kepada Bapak Prof. Ir. Yonariza, M.Sc. Ph.D yang telah memberi semangat, dorongan dan membantu saya dalam seminar proposal penelitian.

Terima kasih buat Adillah Nazir, S,P yang telah memotivasi, nasehat yang telah diberikan selama ini. Terima kasih kesabarannya dalam menghadapiku, (ternyata aku jadi SP juga, sampai juga akhirnya). Semoga kebersamaan ini selamanya

Buat sahabat ku Indra, Amd (bersama kita mencari In) Randri, Weldi, Napi, Denny, Riki, Romi, Eldian, Muharland, Fadli, (semangat, hilangkan rasa malas itu), Defri (selesaikanlah Cepat def jangan organisasi juga), Ririn, Icha SP, Rika SP, Dinny SP (Wisuda jo wak akhirnyo Ca, Rika, Dinny), Novi SP, Puput SP, Shin SP, Adek SP, Winda SP, Rika SP, Tika, Siska.

Buat rekan-rekan se Pembimbing : Dinny SP, Ariel SP, Ari, Amel SP, bang Doli, kak Irma). Terima kasih kawan atar kerja samanya selama ini, tetap semangat. tidakkan manis namanya jika tak ada pahit. Seterusnya terima kasih kepada semua rekan-rekan Untuk teman-teman Pkp 07, Terekam Takkan Mati (Ridho, Rhino, Dicky, Andre, Riri, Sabrina, Irma, Roza, Wiwi, Awie, Suci2), dan teman-teman lain yang tak tersebutkan namanya satu per satu, mulai dari 05, 06, dan 07 terima kasih atas kebersamaanya. Semoga silaturrahim diantara kita akan tetap terjaga.

Untuk teman-teman kos : Ade, Amd, Bang Andi, Amd, Guesdi Amd, Sawir, Bang Ari S,S, Irsad, Amd, Dafit, Amd (kenangan itu takkan pernah terlupakan, terima kasih atas kegilaannya. Wisuda juga akhirnya), Syukri, ILham, Toufik, Amri, ul, Bang Andi, Seno semangat terus kuliahnya.



## **BIODATA**

Penulis dilahirkan di Alahan Panjang Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, Sumatera Barat, pada tanggal 22 Juli 1988 sebagai, anak pertama dari enam bersaudara, dari pasangan Zulbakhri dan Yeni Erlinda . Taman Kanak-Kanak (TK) dilalui di TK Tunas Harapan Taratak Galundi (1994-1995) Pendidikan Sekolah Dasar (SD) ditempuh di SD Negeri 14 Taratak Galundi (1995-2001). Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama ditempuh di SLTP Negeri 1 Lembah Gumanti (2001-2004 ). Sekolah Lanjutan Tingkat Atas ditempuh di SMA Negeri 1 Lembah Gumanti, lulus pada tahun 2007. Kemudian pada tahun 2007 penulis diterima di Fakultas Pertanian Universitas Andalas Padang pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian.

Padang, Februari 2012

Zulia Indriadi



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur Penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan anugerah, rahmat dan karunia- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dan shalawat beserta salam pada Nabi Muhammad SAW.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Bapak Mahdi, SP. M.Si. Ph.D sebagai dosen pembimbing I, dan Bapak Syofyan Fairuzi, STP.M.Si, sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, ilmu serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi, mulai dari perencanaan, pembuatan proposal, sampai pada penulisan skripsi yang berjudul Dampak Pembangunan Pasar Agropolitan Terhadap Tataniaga Hortikultura (Studi Kasus : Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok). Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ibu dosen pengajar yang telah memberikan arahan, perbaikan dan saran kepada penulis, selama penulisan skripsi ini. Selanjutnya ucapan terima kasih penulis kepada Bapak Dekan Fakultas Pertanian, Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, beserta Staf dan pegawai Tata Usaha Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. dan tidak lupa juga Penulis ucapkan terima kasih kepada Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti, Dinas Pertanian Kecamatan lembah Gumanti Kabupaten Solok, dan Pemerintahan Nagari Sungai Nanam.

Penulis menyadari, dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini agar lebih bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri, atas perhatiannya penulis ucapkan terima kasih.

**Padang, Februari 2012**

**Z.I**



# DAFTAR ISI

	<u>Halaman</u>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Pembangunan pertanian .....	7
2.2 Konsep Penenbangan Wilayah .....	8
2.3 Konsep Agropolitan .....	10
2.4 Konsep Pasar Agropolitan.....	13
2.5 Konsep Kelembagaan.....	14
2.6 Sruktur Sistim Produksi Pertanian .....	14
2.7 Sruktur Pasar dan Sistim Informasi.....	15
2.8 Infrastruktur Sistim Produksi Pertanian .....	16
2.9 Infrastruktur Pasar dan Sistim Informasi .....	17
2.10 Konsep Tataniaga .....	18
2.11 Konsep hortikultura .....	22
2.12 Penelitian Terdahulu .....	23
<b>III. BAHAN DAN METODE</b> .....	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.2 Metode Penelitian. ....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26

3.4 Metode Pengambilan Sampel .....	27
3.5 Variabel yang Diamati .....	29
3.6 Analisa Data.....	30
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	33
4.2 Profil dan Struktur Badan Pengelola Pasar Agropolitan.....	38
4.3 Identitas Responden .....	41
4.4 Profil Badan Pengelola Pasar Agropolitan .....	44
4.5 Perubahan Tataniaga Hortikultura Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan Aie Baluluak di Bangun .....	62
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>



## DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u>	<u>Halaman</u>
1. Perubahan tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun.....	30
2. Luas wilayah Nagari berdasarkan fungsi Nagari di Sungai Nanam.....	34
3. Jumlah penduduk berdasarkan jorong di Kenagarian Sungai Nanam.....	34
4. Mata pencarian penduduk Kenagarian Sungai Nanam .....	35
5. Sarana dan prasarana di Nagari Sungai Nanam .....	36
6. Identitas petani sampel bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	42
7. Identitas pedagang sampel bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	43
8. Peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	45
9. Kewajiban Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	49
10. Kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	57
11. Pemanfaatan Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	60
12. Saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah yang di lalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	63
13. Analisa perbedaan margin tataniaga bawang merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun saluran pemasaran I dan II .	71
14. Biaya, margin pemasaran bawang merah dan keuntungan yang di terima lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	72
15. Analisa perbedaan margin tataniaga cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun saluran pemasaran I dan II .	76
16. Biaya, margin pemasaran cabe merah dan keuntungan yang di terima lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	78



## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar</u>	<u>Halaman</u>
1. Bagan struktur kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	40
2. Jaringan pemasaran hortikultura yang seharusnya sesuai dengan tujuan pasar Agropolitan (Sub Terminal Agribisnis)....	46
3. Jaringan pemasaran hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	47
4. Skema saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	67
5. Foto kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	98



## DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Halaman</u>
1. Matrik data set .....	88
2. Luas tanam, panen, produksi sayuran menurut jenis tanaman.....	89
3. Key informan Badan Pengelola Pasar Agropolitan .....	90
4. Data sampel .....	91
5. Kegiatan yang telah dan belum dilaksanakan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	93
6. Margin pemasaran bawang merah dan cabe merah yang di lalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	94
7. Bagian harga yang di terima petani sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	95
8. Keuntungan lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	96
9. Persentase biaya pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	97
10. Foto kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	98
11. Biaya-biaya pemasaran bawang merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	100
12. Biaya-biaya pemasaran cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	102
13. Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.....	104

**DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR AGROPOLITAN TERHADAP  
TATANIAGA HORTIKULTURA  
( Studi Kasus : Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam  
Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk Mendeskripsikan profil Badan pengelolaan Pasar Agropolitan dan mengetahui perubahan tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun. Hasil penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengelolaan Pasar Agropolitan dilakukan oleh Badan Pengelola Pasar Agropolitan yang ditetapkan oleh Keputusan Bupati Solok No. 500-496.2008. Pengelolaan Pasar Agropolitan belum maksimal. Manajemen dalam pengelolaan Pasar Agropolitan belum ada sehingga tidak terjadi perubahan saluran pemasaran.

Saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun tidak ada perubahan. Terdapat dua saluran pemasaran yang dilalui yaitu a) Petani – pedagang pengumpul – Pedagang Besar dan B) Petani – Pedagang Besar. Margin pemasaran bawang merah dan cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun tidak ada perubahan.



# **THE IMPACT OF PASAR AGROPOLITAN ON HORTICULTURE MARKETING**

**(Case Study: Agropolitan Market Centre of Aie Baluluak Kenagarian Sungai  
Nanam Kecamatan Lembah Gumanti, Solok District)**

## **ABSTRACT**

This research aims to profile the management of Agropolitan Market Centre of Aie Baluluak, Kenagarian Sungai Nanam, and to assess the change of horticulture marketing after establishment of Pasar Agropolitan.

The agropolitan market centre is managed by "Badan Pengelola" which was formally formed by regent of Solok. It does actually not work well in managing the market. Therefore, the market does not change significantly marketing chains and margin of surroundingly produced horticulture.

# DAFTAR ISI

	<u>Halaman</u>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Pembangunan pertanian .....	7
2.2 Konsep Penembangan Wilayah .....	8
2.3 Konsep Agropolitan .....	10
2.4 Konsep Pasar Agropolitan.....	13
2.5 Konsep Kelembagaan.....	14
2.6 Sruktur Sistim Produksi Pertanian .....	14
2.7 Sruktur Pasar dan Sistim Informasi.....	15
2.8 Infrastruktur Sistim Produksi Pertanian .....	16
2.9 Infrastruktur Pasar dan Sistim Informasi .....	17
2.10 Konsep Tataniaga .....	18
2.11 Konsep hortikultura .....	22
2.12 Penelitian Terdahulu .....	23
<b>III. BAHAN DAN METODE</b> .....	25
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Metode Penelitian .....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	26



3.4 Metode Pengambilan Sampel .....	27
3.5 Variabel yang Diamati .....	29
3.6 Analisa Data.....	30
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	33
4.2 Profil dan Struktur Badan Pengelola Pasar Agropolitan.....	38
4.3 Identitas Responden.....	41
4.4 Profil Badan Pengelola Pasar Agropolitan .....	44
4.5 Perubahan Tataniaga Hortikultura Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan Aie Baluluak di Bangun .....	62
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>82</b>
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u>	<u>Halaman</u>
1. Perubahan tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun.....	30
2. Luas wilayah Nagari berdasarkan fungsi Nagari di Sungai Nanam.....	34
3. Jumlah penduduk berdasarkan jorong di Kenagarian Sungai Nanam.....	34
4. Mata pencarian penduduk Kenagarian Sungai Nanam .....	35
5. Sarana dan prasarana di Nagari Sungai Nanam .....	36
6. Identitas petani sampel bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	42
7. Identitas pedagang sampel bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	43
8. Peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	45
9. Kewajiban Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	49
10. Kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	57
11. Pemanfaatan Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	60
12. Saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah yang di lalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	63
13. Analisa perbedaan margin tataniaga bawang merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun saluran pemasaran I dan II .	71
14. Biaya, margin pemasaran bawang merah dan keuntungan yang di terima lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	72
15. Analisa perbedaan margin tataniaga cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun saluran pemasaran I dan II .	76
16. Biaya, margin pemasaran cabe merah dan keuntungan yang di terima lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	78



## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar</u>	<u>Halaman</u>
1. Bagan struktur kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	40
2. Jaringan pemasaran hortikultura yang seharusnya sesuai dengan tujuan pasar Agropolitan (Sub Terminal Agribisnis)....	46
3. Jaringan pemasaran hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	47
4. Skema saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	67
5. Foto kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak .....	98

## DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Halaman</u>
1. Matrik data set .....	88
2. Luas tanam, panen, produksi sayuran menurut jenis tanaman.....	89
3. Key informan Badan Pengelola Pasar Agropolitan .....	90
4. Data sampel .....	91
5. Kegiatan yang telah dan belum dilaksanakan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	93
6. Margin pemasaran bawang merah dan cabe merah yang di lalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	94
7. Bagian harga yang di terima petani sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	95
8. Keuntungan lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	96
9. Persentase biaya pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	97
10. Foto kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak.....	98
11. Biaya-biaya pemasaran bawang merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	100
12. Biaya-biaya pemasaran cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun .....	102
13. Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.....	104



**DAMPAK PEMBANGUNAN PASAR AGROPOLITAN TERHADAP  
TATANIAGA HORTIKULTURA**  
**( Studi Kasus : Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam  
Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk Mendeskripsikan profil Badan pengelolaan Pasar Agropolitan dan mengetahui perubahan tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun. Hasil penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam pengelolaan Pasar Agropolitan dilakukan oleh Badan Pengelola Pasar Agropolitan yang ditetapkan oleh Keputusan Bupati Solok No. 500-496.2008. Pengelolaan Pasar Agropolitan belum maksimal. Manajemen dalam pengelolaan Pasar Agropolitan belum ada sehingga tidak terjadi perubahan saluran pemasaran.

Saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun tidak ada perubahan. Terdapat dua saluran pemasaran yang dilalui yaitu a) Petani – pedagang pengumpul – Pedagang Besar dan B) Petani – Pedagang Besar. Margin pemasaran bawang merah dan cabe merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun tidak ada perubahan.

# **THE IMPACT OF PASAR AGROPOLITAN ON HORTICULTURE MARKETING**

**(Case Study: Agropolitan Market Centre of Aie Baluluak Kenagarian Sungai  
Nanam Kecamatan Lembah Gumanti, Solok District)**

## **ABSTRACT**

This research aims to profile the management of Agropolitan Market Centre of Aie Baluluak, Kenagarian Sungai Nanam, and to assess the change of horticulture marketing after establishment of Pasar Agropolitan.

The agropolitan market centre is managed by "Badan Pengelola" which was formally formed by regent of Solok. It does actually not work well in managing the market. Therefore, the market does not change significantly marketing chains and margin of surroundingly produced horticulture.



## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pertanian memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional. Selaras dengan tujuan pembangunan perekonomian nasional, pembangunan pertanian bermuara kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat (khususnya petani), mempercepat pertumbuhan ekonomi (di perdesaan), mengurangi kemiskinan, menyediakan lapangan pekerjaan, serta memelihara keseimbangan sumberdaya alam dan lingkungan hidup (Kementrian Pertanian, 2011).

Untuk mendukung pencapaian visi dan misi pembangunan pertanian, selama lima tahun ke depan (2010-2014) Kementerian Pertanian mencanangkan empat target utama yaitu 1. Pencapaian swasembada dan swasembada berkelanjutan, 2. Peningkatan diversifikasi pangan, 3. Peningkatan nilai tambah, daya saing dan ekspor dan 4. Peningkatan kesejahteraan petani (Kementrian Pertanian, 2011).

Pencapaian empat target utama diatas tidak terlepas dari arah kebijakan Kementerian Pertanian sebagai dasar pijakan program pembangunan pertanian dan strategi Kementerian Pertanian yang dikembangkan dalam tujuh gema revitalisasi dengan penjabaran yaitu Revitalisasi lahan, Revitalisasi perbenihan dan perbibita, Revitalisasi infrastruktur dan sarana, Revitalisasi sumber daya manusia, Revitalisasi pembiayaan petani, Revitalisasi kelembagaan petani dan Revitalisasi teknologi dan industri hilir (Kementrian Pertanian, 2011).

Dalam mempercepat pembangunan pertanian daerah perdesaan diperlukan terobosan program yang melibatkan berbagai pihak yang perlu dilakukan secara terarah dan terkoordinasi, salah satu program keterpaduan tersebut adalah pembangunan kawasan agropolitan. Pengembangan agropolitan di setiap daerah berarti membangun titik-titik tumbuh ekonomi daerah berbasis pertanian, dengan harapan satu titik tumbuh akan dapat mendinamisasi dan menstimulasi tumbuh dan berkembangnya titik-titik tumbuh yang lain dan seterusnya. Bila keadaan ini dapat berjalan lancar maka dengan sendirinya percepatan pertumbuhan ekonomi perdesaan dapat dengan mudah diwujudkan (Tan, 2007).

Agribisnis adalah berbagai jenis kegiatan yang berkait dengan pertanian dari hulu hingga ke hilir, termasuk kegiatan penunjangnya, sedangkan agropolitan adalah kawasan dimana kegiatan agribisnis tersebut berkembang. Kawasan

Agropolitan merupakan kota pertanian mandiri, yang mencukupi sendiri semua kebutuhan agribisnis dalam kawasan yang bersangkutan pada skala terbatas. Kehidupan masyarakatnya seperti di kota, meskipun terbatas dan dalam lingkungan agribisnis dengan kehidupan ekonomi yang bergairah. Pada kawasan tersebut terdapat komoditas unggulan, yang dikembangkan dalam berbagai sentra kegiatan produksi, pengolahan, distribusi, dan usaha agribisnis, serta usaha penunjang lainnya, sehingga mendorong kawasan tersebut berkembang menjadi Kawasan Agropolitan.

Adapun tujuan pengembangan kawasan Agropolitan khususnya Pasar Agropolitan adalah meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat khususnya petani di kawasan agropolitan. Menumbuhkembangkan kelembagaan usaha ekonomi petani yang efektif dan efisien dan berdaya saing, menumbuhkembangkan sarana dan prasarana umum dan sosial yang mendukung usaha ekonomi masyarakat di kawasan agropolitan (BPSDM Departemen Pertanian, 2003).

Konsep Agropolitan adalah pembangunan ekonomi berbasis pertanian di perdesaan (Departemen Pertanian, 2002). Dalam hal ini dukungan infrastruktur sangat diperlukan untuk mendorong terjadinya peningkatan produktivitas bagi faktor-faktor produksi pertanian. Maka dibangunlah beberapa ruas jalan usaha tani, pasar tani, pasar ternak, di samping itu dalam pelaksanaan pelayanan teknik untuk mendukung peningkatan produksi dibangun juga labor inseminasi buatan dan embrio transfer. Disini terlihat bahwa sebagian besar dari infrastruktur yang dibangun merupakan bangunan baru, bukan perbaikan terhadap fasilitas yang sudah ada.

Departemen Pertanian RI menetapkan 61 kawasan pengembangan kawasan agropolitan di beberapa Propinsi di Indonesia. Untuk propinsi Sumatera Barat dilaksanakan di 6 kabupaten yaitu Kabupaten Agam, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten Solok, Kabupaten Padang Pariaman dan Kabupaten Pesisir Selatan. Kawasan ini dirancang untuk mensinergikan berbagai pembangunan dari sektor terkait potensi ekonomi di perdesaan. Kabupaten Solok merupakan salah satu daerah sentra produksi agribisnis hortikultura yang mempunyai potensi yang bagus untuk dikembangkan. Daerah



ini merupakan sentral produksi pertanian yang dapat diandalkan khususnya potensi sayuran dataran tinggi (Dinas Pertanian Tanaman Pangan Sumatera Barat, 2008).

Keberhasilan pelaksanaan program pengembangan agropolitan akan memberikan dampak teknis dan ekonomis secara nyata terhadap pembangunan wilayah, dalam bentuk (a) Harmonisasi dan keterkaitan hubungan yang saling menguntungkan antara daerah perdesaan dan perkotaan; (b) Peningkatan produksi, diversifikasi, dan nilai tambah pengembangan agribisnis yang dinikmati secara bersama-sama oleh masyarakat dalam kawasan pengembangan agropolitan; (c) Peningkatan pendapatan, pemerataan kesejahteraan, perbaikan penanganan lingkungan, dan keberlanjutan pembangunan pertanian dan perdesaan; dan (d) Dalam konteks regional dan nasional akan terjadi efisiensi pemanfaatan sumberdaya, peningkatan keunggulan komparatif wilayah, perdagangan antar daerah, dan pemantapan pelaksanaan desentralisasi pembangunan (Nasution, 1998 dan Rusastra *et al.*, 2002).

Pengembangan kawasan agropolitan yang telah dicanangkan oleh pemerintah Kabupaten Solok khususnya pada Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti diantaranya adalah Pasar Agropolitan yang telah dibangun sejak tahun 2004, namun pasar tersebut tahun 2009 baru dapat difungsikan secara maksimal sampai saat sekarang. Hal tersebut terjadi karena masyarakat belum mau pindah dari pasar lama ke pasar agropolitan. Setelah diadakan musyawarah antara pedagang, instansi terkait dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan, secara berangsur pasar tersebut dapat difungsikan.

Pengembangan Kawasan Agropolitan terdapat berbagai peranan pusat pelayanan agropolis (kota pertanian), mulai dari pusat perkembangan permukiman desa sampai dengan kota tani utama sebagai muara dari keseluruhan pengembangan agropolitan tersebut adalah Sungai Nanam. Berdasarkan fungsinya Sungai Nanam diarahkan sebagai pusat pelayanan pertanian terutama dari agribisnis hulu dan pemasaran hasil produksi pertanian kawasan, terdapat berbagai pusat pelayanan pertanian mulai dari Labor hama dan penyakit tanaman di desa Rimbo Data, Stasiun meterologi khusus pertanian menyatu dengan Labor Hama dan Penyakit Tanaman di desa Rimbo Data.

Pasar Agropolitan dikembangkan untuk meningkatkan kualitas Daerah dan mendukung pembangunan kawasan agropolitan sehingga dengan adanya pasar dan kelembagaan pasar agropolitan akan membantu petani dalam meningkatkan pendapatan dan meningkatkan posisi tawar petani untuk menjual hasil usahatani pada konsumen. Peranan lembaga tataniaga sangat diperlukan dalam melakukan pemasaran hasil usahatani yang dihasilkan mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Pengembangan kawasan Agropolitan diciptakan untuk mengurangi kesenjangan pembangunan di daerah. Teori ini mendukung paradigma pembangunan dari bawah yang muncul sebagai pendekatan pembangunan yang mengutamakan kekuatan lokal. Belakangan, kawasan Agropolitan sudah diakui dalam UU Tata Ruang RI No.26 tahun 2007, yang menyebutkan bahwa kawasan agropolitan adalah kawasan yang terdiri atas satu atau lebih pusat kegiatan. Pada wilayah perdesaan sebagai sistem produksi pertanian dan pengelolaan sumber daya alam tertentu yang ditunjukkan oleh adanya keterkaitan fungsional, hirarki keruangan satuan sistem permukiman dan sistem agribisnis.

Perkembangan Sungai Nanam menjadi pusat pelayanan pertanian dilakukan oleh Kabupaten Solok melalui pengadaan berbagai sarana pengembangan pertanian. Sungai Nanam dipilih sebagai lokasi berbagai sarana pertanian dan pemasaran hasil produksi karena lokasi ini merupakan pusat pengembangan hortikultura di Kabupaten Solok dan Propinsi Sumatera Barat dan diharapkan dapat berkembang menjadi lebih kuat lagi peranannya di masa yang akan datang.

Salah satu program yang dijalankan oleh pemerintah di dalam mendukung pengembangan kawasan Agropolitan adalah pengembangan Pasar Agropolitan di Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Pengembangan kawasan Agropolitan ini bertujuan untuk membantu petani menjual hasil produksi usahatani yang mereka hasilkan dalam berbagai jenis komoditi seperti kol, cabe, tomat, bawang merah dan lain sebagainya, di dalam melakukan pemasaran diharapkan Petani mendapatkan harga yang cukup tinggi jika menjual hasil produksi tanamannya langsung dijual ke Pasar Agropolitan dan jika dibandingkan dengan dijual pada tengkulak.



Pasar sebagai pusat perdagangan merupakan salah satu sumber pusat perekonomian masyarakat yang penting dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Untuk kelancaran pengelolaan dan peningkatan pelayanan pasar, sehingga menjadi pasar yang berdaya guna, telah ditetapkan pedoman umum pengelolaan Pasar agropolitan sesuai dengan keputusan Bupati Solok No. 30 tahun 2007.

Pengembangan Pasar Agropolitan berkaitan dengan peningkatan sarana dan prasarana perekonomian yaitu infrastruktur pemasaran. Hal ini agar tercipta iklim pemasaran yang adil dan menguntungkan bagi pelaku agribisnis. Pengembangan Pasar Agropolitan terus dilaksanakan dari tahun 2009 sampai sekarang, sehingga tercipta pusat promosi, pusat informasi, pusat pengolahan dan pemasaran hasil pertanian. Dengan dibentuknya sistem pemasaran pasar Agropolitan dan pengembangan pengelolaan pasar maka dapat mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan pengolahan, informasi pasar (harga), dan memperpendek rantai pemasaran (Badan Pengelola Pasar Agropolitan, 2011).

Dalam pelaksanaannya, Pasar Agropolitan belum berjalan seperti apa yang diharapkan. Implementasi pengembangan Pasar Agropolitan masih dihadapkan pada beberapa permasalahan seperti masih lemahnya sosialisasi agar petani menjual hasil usahataniya langsung ke Pasar Agropolitan. Banyak masyarakat di kawasan agropolitan yang masih menjual hasil usahataniya pada tengkulak. Kurangnya koordinasi antara dinas/instansi terkait dan terkesan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berjalan sendiri-sendiri.

Berdasarkan dari permasalahan yang ada maka timbul pertanyaan penelitian yaitu bagaimana dampak pengembangan pengelolaan Pasar Agropolitan terhadap tataniaga hortikultura ?

Berdasarkan uraian diatas, penulis telah melakukan penelitian dengan judul **Dampak Pembangunan Pasar Agropolitan Terhadap Tataniaga Hortikultura (Studi Kasus : Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok)**

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendeskripsikan profil Badan Pengelolaan Pasar Agropolitan.
2. Mengetahui perubahan tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat berguna antara lain :

1. Diharapkan dapat menjadi masukan dalam melakukan pengembangan dan perencanaan pengembangan Pasar Agropolitan
2. Bagi penulis, penelitian ini adalah sarana untuk menerapkan teori dan ilmu yang telah penulis terima. Juga diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pembangunan Pertanian

Pertanian sebagai salah satu cabang perekonomian diartikan sebagai penerapan akal dan karya manusia pada alam sehingga karenanya manfaat ternak, tanaman dan ikan melebihi daripada tanpa penerapan akal dan karya manusia. Penerapan akal dan karya ini dapat dapat bersifat tradisional, sosial dan mekanis serta mencakup kegiatan-kegiatan sebagai berikut : a) memperoleh bahan-bahan baik makanan, bahan baku industri, maupun bahan perdagangan, b) meningkatkan guna, mutu, dan nilai hasil produksi melalui usaha-usaha pengolahan ( termasuk penyimpanan dan pengawetan) dan pemasaran, (c) meningkatkan pemeliharaan dan pemanfaatan sumberdaya alam sehingga alam dapat memberikan hasil secara optimal tanpa menunggu kelestarian, (d) Mengembangkan keorganisasian atau kelembagaan serta menerapkan tatalaksana dan pengolahan tanah yang efektif dan efisien. Semua kegiatan inilah yang diartikan pertanian sebagai suatu keseluruhan atau usaha yang utuh, tidak terpisah-pisah walaupun dalam penanganannya oleh pemerintah di bagi-bagi ke dalam berbagi instansi (Hadiwijaya, 2004).

Pembangunan pada dasarnya adalah mencari kemauan kearah masyarakat modern, yang memungkinkan tercapainya melalui pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial. Selanjutnya pertumbuhan ekonomi dimungkinkan pula oleh serangkaian kemajuan dalam cara-cara bertani yang lebih baik dan lebih memungkinkan sehingga terdapat peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sudah tentu membawa perubahan sosial, baik dalam lembaganya maupun dalam sistemnya, sehingga pola tingkah laku sosial tertentu, akan turut berubah pula (Hadiwijaya, 2004).

Pembangunan pertanian yang dilaksanakan adalah pembangunan pertanian yang berkelanjutan dengan mengimplementasikan beberapa elemen-elemen seperti peningkatan kualitas infrastruktur dan fasilitas ekonomi perdesaan, pelaksanaan reformasi agraria, peningkatan kesejahteraan masyarakat dan petani serta mengurangi kesenjangan pembangunan antar desa dan kota (Yudhoyono, 2006).

Menurut Mosher (1987), terdapat 5 (lima) syarat pokok yang diperlukan untuk mengerjakan dan membangun pertanian, yaitu sebagai berikut :

1. Adanya pasar untuk hasil usaha tani.
2. Teknologi yang senantiasa berkembang
3. Tersedianya bahan-bahan dan alat-alat produksi secara lokal
4. Adanya peransang bagi produksi petani
5. Tersediannya penguatan yang lancar

Disamping lima syarat mutlak, ada lima syarat lagi yang adanya tidak mutlak tetapi kalau ada benar-benar akan sangat memperlancar pembangunan pertanian, yang termasuk sarana pelancar tersebut adalah pendidikan pembangunan, kredit produksi, kegiatan gotong royong petani, perbaikan dan perluasan tanah pertanian serta perencanaan nasional pembangunan pertanian. Syarat-syarat tersebut di atas dapat dikelompokkan kepada dua hal yaitu 1) merupakan serangkaian kegiatan untuk menciptakan iklim yang merangsang, 2) merupakan sarana-sarana fisik dan sosial yang merupakan alat untuk mencapai tujuan pembangunan pertanian (Mosher, 1987).

Pembangunan pertanian yang dilaksanakan adalah pembangunan pertanian yang berkelanjutan dengan mengimplementasikan beberapa elemen-elemen seperti peningkatan kualitas infrastruktur dan fasilitas ekonomi perdesaan, pelaksanaan reformasi agraria, peningkatan kesejahteraan masyarakat desa dan petani serta mengurangi kesenjangan pembangunan antar desa dan kota (Yudhoyono, 2006).

## **2.2. Konsep Pengembangan Wilayah**

Pada umumnya pengembangan wilayah mengacu pada perubahan produktivitas wilayah, yang diukur dengan peningkatan populasi penduduk, kesempatan kerja, tingkat pendapatan, dan nilai tambah industri pengolahan. Selain definisi ekonomi, pengembangan wilayah mengacu pada pengembangan sosial, berupa aktivitas kesehatan, pendidikan, kualitas lingkungan, kesejahteraan dan lainnya. Pengembangan wilayah lebih menekankan pada adanya perbaikan wilayah secara bertahap dari kondisi yang kurang berkembang menjadi berkembang, dalam hal ini pengembangan wilayah tidak berkaitan dengan eksploitasi wilayah.



Dalam hubungan pelaksanaan pembangunan nasional dan daerah, penjelasan pengertian wilayah dapat dilihat dari berbagai aspek yaitu spasial adalah wilayah sebagai suatu kesatuan pembangunan, sosial ekonomi dan geografi adalah wilayah sebagai tempat terjadinya konsentrasi kegiatan, dan administrasi adalah wilayah dalam satu kesatuan unit pemerintahan (Effendi, 2004).

Pengertian wilayah dalam perencanaan sering dikaitkan dengan analisa lokasi, pertumbuhan daerah dan konsentrasi ekonomi serta alokasi investasi dan faktor-faktor produksi dalam kegiatan pembangunan. Pemilihan terhadap salah satu analisa tersebut di atas selalu dikaitkan dengan kebutuhan akan perencanaan wilayah (Kuartini, 2004).

Pengembangan kawasan Unggulan di Sumatra Barat sudah dicanangkan sebagai bagian dari program pembangunan daerah (propeda) yang berkaitan dengan kebijakan pembangunan wilayah melalui upaya penataan ruang dan peningkatan kapasitas pembangunan wilayah. Mengacu pada visi yang ditetapkan dalam konsep propeda 2001-2005. Upaya pengembangan kawasan adalah sebagai penggerak arah pembangunan dan untuk mencapai efektifitas investasi daerah merupakan salah satu strategi yang ditetapkan untuk lima tahun mendatang (Kuartini, 2004).

Secara konseptual kawasan andalan merupakan kawasan yang memiliki potensi dan peluang yang relatif lebih besar untuk berkembang dibandingkan dengan daerah lain di sekitarnya. Tujuan pengembangan kawasan andalan adalah untuk a). mengoptimalkan pemanfaatan sumber-sumber daya setempat, b). menumbuhkembangkan pusat-pusat pertumbuhan dan pelayanan terhadap daerah sekitarnya c). meningkatkan peluang dan pilihan masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi di seluruh wilayah (Kuartini, 2004).

Pengembangan wilayah dengan pendekatan agropolitan sebagai konsep pembangunan pertanian dalam abad moderen sekarang ini tidak bisa lagi secara parsial. Pertanian harus dibangun secara holistik yaitu dengan membangun semua yang tersedia di perkotaan ke perdesaan. Semua infrastruktur pendukung pembangunan pertanian harus tersedia di perdesaan. Bukan hanya itu, untuk mengurangi urbanisasi, maka semua kemudahan yang ada di perkotaan harus juga tersedia di perdesaan, seperti: fasilitas komunikasi, transportasi, kesehatan,



pendidikan, fasilitas pendukung perekonomian/keuangan, dan fasilitas pendukung lainnya harus disediakan.

Menurut Rustiadi (2006) konsep wilayah didasarkan atas asumsi bahwa suatu wilayah diumpamakan suatu sel hidup yang mempunyai plasma dan inti. Inti adalah pusat-pusat pelayanan/permukiman sedangkan plasma adalah daerah belakang (*hinterland*) yang mempunyai sifat tertentu dan mempunyai hubungan fungsional. Pusat wilayah berfungsi sebagai : (1) tempat terkonsentrasi penduduk (permukiman), (2) pasar bagi komoditi-komoditi pertanian maupun industri, (3) pusat pelayanan terhadap daerah *hinterland*, dan (4) lokasi pemusatan industri. Sedangkan *hinterland* berfungsi sebagai : (1) pemasok (produsen) bahan mentah atau bahan baku, (2) pemasok tenaga kerja, (3) daerah pemasaran barang dan jasa industri.

### 2.3. Konsep Agropolitan

Agropolitan (Agro : pertanian, politan : kota) adalah kota pertanian yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha agribisnis serta mampu melayani, mendorong, menarik, menghela kegiatan pembangunan pertanian (agribisnis) di wilayah sekitarnya (Departemen Pertanian, 2003). Stohr & Fraser Taylor (1981) di dalam Helmsing (2001) mengemukakan bahwa dalam pembangunan desa, penutupan wilayah secara selektif merupakan sebuah pendekatan di dalam membangun kekuatan masyarakat dari dalam dengan memanfaatkan semua potensi lokal yang ada. Pada dasarnya konsep ini sama dengan pendekatan agropolitan yang dikemukakan oleh Friedman tentang pembangunan yang berasal dari dalam (*endogenous*) yang didasarkan kepada masyarakat lokal, sumberdaya dan kapasitas lokal.

Lebih lanjut Stohr (1981) di dalam Mercado (2002) mengemukakan bahwa konsep agropolitan merupakan sebuah pendekatan perencanaan pembangunan dari bawah (*bottom-up*). Ciri-ciri dari agropolitan adalah skala geografis yang relatif kecil, tingginya tingkat kemandirian dalam membuat keputusan dan perencanaan, yang didasarkan kepada partisipasi dan kerjasama di tingkat lokal, aktifitas kegiatan pertanian dan non pertanian ditekankan pada industrialisasi desa dalam skala kecil, fungsi industri desa dan kota terlihat dari keterkaitan sumberdaya dan struktur ekonomi dan pemanfaatan sumberdaya dan teknologi lokal.

Galdeano (2004) mengemukakan bahwa model pembangunan agropolitan yang diaplikasikan pada negara-negara terkebelakang khususnya bagi pembangunan wilayah perdesaan merupakan sebuah promosi dari inisiatif lokal pembangunan yang berpusat dari dalam (*endogenous*). Inisiatif tersebut terlihat dari aktifitas lingkungan perdesaan yang beragam, perencanaan yang berasal dari bawah (*bottom-up approach*) dan kualifikasi sumberdaya manusia yang ada di tingkat lokal.

BPSDM Pertanian RI (2003) mengeluarkan pedoman operasional pengembangan kawasan agropolitan yang mencakup tujuan dan sasaran, prinsip pemberdayaan, fase dan tahapan pelaksanaan program, fasilitasi pembiayaan dan indikator keberhasilan. Dalam pedoman operasional disebutkan bahwa agropolitan adalah kota pertanian yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha agribisnis serta mampu melayani, menarik dan mendorong kegiatan pembangunan pertanian di wilayah sekitarnya (*hinterland*).

Sebuah kawasan agropolitan akan dapat berkembang dengan baik apabila memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. Memiliki potensi sumberdaya lahan yang cukup luas dengan agroklimat yang sesuai untuk mengembangkan komoditi pertanian yang dapat dipasarkan atau telah mempunyai pasar.
- b. Memiliki kelembagaan dan prasarana/sarana agribisnis yaitu pasar (pasar untuk hasil pertanian, pasar sarana pertanian, pasar lelang serta gudang tempat penyimpanan dan *prosessing* hasil pertanian sebelum dipasarkan), lembaga permodalan agribisnis (*bank* dan *non-bank/LKM*), Balai Penyuluhan Pertanian sebagai Klinik Konsultasi Agribisnis (tempat percontohan agribisnis, sumber informasi, dan pusat pemberdayaan dan penyuluhan usaha agribisnis), memiliki kelembagaan petani (koperasi, asosiasi petani/gapoktan, kelompok tani, kelompok usaha) yang berfungsi sebagai Sentra Pembelajaran dan pengembangan Agribisnis (SPPA) dan adanya percobaan/pengkajian teknologi agribisnis (termasuk inovasi teknologi tepat guna untuk teknologi pertanian dan produk olahannya).
- c. Memiliki sarana dan prasarana umum (jalan, irigasi, listrik, telpon).



- d. Memiliki sarana dan prasarana kesejahteraan sosial (lembaga pendidikan, kesehatan, sarana peribadatan, rekreasi, hiburan, dan perpustakaan).
- e. Menjamin kelestarian sumberdaya alam dan lingkungan hidup.

Berhasilnya pembangunan agropolitan tidak terlepas dari keberhasilan mengimplementasikan masing-masing komponen sistem agropolitan yaitu Dinas Pertanian dan kelembagaan tani, teknologi agribisnis, sarana pertanian, pengolahan dan jasa penunjang, permodalan agribisnis dan pasar hasil pertanian. Program/kegiatan yang dilaksanakan dalam rangka mempercepat proses pertumbuhan kawasan agropolitan, ternyata belum mampu membawa perubahan bagi pendapatan dan kesejahteraan masyarakat di kawasan agropolitan Kabupaten Solok.

Agropolitan adalah strategi pengembangan kawasan dengan tujuan untuk membangun sebuah agropolis (kota pertanian) yang tumbuh dan berkembang karena berjalannya sistem dan usaha agribisnis serta mampu melayani, mendorong, menarik, menghela kegiatan pembangunan pertanian (agribisnis) di wilayah sekitarnya (Departemen Pertanian, 2002). Agropolis ini disebut kawasan agropolitan, karena konsep yang mendasarinya adalah konsep spasial, kawasan agropolitan tidak harus identik dengan dengan sebuah kota dalam batasan administrasi pemerintahan yang kini ada. Adalah dimungkinkan bahwa sebuah kawasan agropolitan meliputi irisan wilayah dari beberapa kota/kabupaten yang berdekatan.

Keberadaan agropolitan dengan demikian dicirikan oleh berfungsinya sistem agribisnis yaitu sub-sistem pengadaan sarana pertanian (input produksi), sub-sistem produksi, sub-sistem pengolahan, sub-sistem pemasaran dan sub-sistem pendukung di kawasan agropolitan. Dengan menekankan aspek keberfungsian ini, kawasan agropolitan dapat berupa kota menengah, kota kecil, kota kecamatan, kota perdesaan atau nagari yang berfungsi sebagai pusat pertumbuhan ekonomi. Keberadaan pusat pertumbuhan ekonomi ini menjadi faktor pendorong (*push factor*) untuk berkembangnya wilayah-wilayah di sekitarnya, tidak hanya ditinjau dari sudut produksi pertanian namun juga sektor industri kecil, pariwisata, jasa pelayanan dan lain-lain.



#### 2.4. Konsep Pasar Agropolitan (Sub Terminal Agribisnis)

Sub Terminal Agribisnis menurut Badan Agribisnis Departemen Pertanian (2000), merupakan pewujudan atas fenomena yang selama ini berkembang dalam pemasaran komoditas pertanian dan sekaligus sebagai bagian dari rangkaian kegiatan agribisnis. Pemasaran komoditas pertanian selama ini, pada umumnya mempunyai mata rantai yang panjang, mulai dari petani produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar hingga sampai ke konsumen akhir, sehingga mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh petani. Konsumen membayar lebih mahal dari harga yang selayaknya ditawarkan sehingga biaya pemasaran dari produsen ke konsumen menjadi tinggi.

Pasar Agropolitan sebagai infrastruktur pasar tidak saja merupakan tempat transaksi jual beli, namun juga merupakan wadah yang dapat mengakomodasi berbagai kepentingan pelaku agribisnis, seperti sarana dan prasarana pengemasan, sortasi, grading, penyimpanan, ruang pameran, transportasi, dan pelatihan. Selain itu, Pasar Agropolitan sekaligus merupakan tempat berkomunikasi dan saling tukar informasi bagi para pelaku agribisnis.

STA menurut Tanjung (2001), merupakan infrastruktur pemasaran sebagai tempat transaksi jual beli hasil-hasil pertanian baik transaksi fisik maupun non fisik yang terletak di sentra produksi. Dengan demikian, penekanannya adalah bahwa STA merupakan sarana pemasaran yang dilakukan pada sentra produsen.

Sementara itu, Sukmadinata (2001), memberikan batasan bahwa STA merupakan suatu infrastruktur pasar, tempat transaksi jual beli baik dengan cara langsung, pesanan, langganan atau kontrak. STA juga merupakan wadah yang dapat mengkomodasikan berbagai kepentingan pelaku agribisnis, seperti layanan informasi manajemen produksi sesuai dengan permintaan pasar, manajemen pengadaan sarana produksi, manajemen pasca panen (pengemasan, sortasi, grading, penyimpanan) serta kegiatan-kegiatan lainnya seperti ruang pameran, promosi, transportasi dan pelatihan. Tujuan dari Pasar Agropolitan untuk memperlancar pemasaran dan mengembangkan agribisnis.

Fenomena lain menunjukkan bahwa jaminan pasar merupakan prasyarat utama yang menentukan tingkat keunggulan suatu komoditas, termasuk didalamnya indikasi tentang daya tampung dan potensi pengembangan pasar,

tingkat efisiensi distribusi, kesesuaian agroekosistem, ketersediaan dan peluang pengembangan teknologi pertanian. Di sisi lain, pola pemasaran tidak mampu menunjang upaya pengembangan berbagai jenis komoditas. Lemahnya posisi tawar petani serta semakin banyaknya produksi pesaing dari impor komoditas yang sama di pasar dalam negeri. Menuntut upaya peningkatan efisiensi pemasaran dengan mengembangkan infrastruktur pemasaran.

## 2.5. Konsep Kelembagaan

Konsep “kelembagaan” mempunyai dua jenis pengertian yaitu kelembagaan secara aturan main dan dan kelembagaan sebagai suatu organisasi. Sebagai aturan main, Schmid (1972) *cit* Angkat (2004), mengartikan kelembagaan sebagai perangkat yang terdiri dari hubungan-hubungan yang teratur antara orang-orang yang mendefinisikan hak-hak, keterbukaan terhadap hak orang lain, hak-hak khusus serta tanggung jawab. Oleh karena itu kelembagaan merupakan sistem dan control masyarakat terhadap sumber data dan tingkah laku anggotanya.

Sedangkan Ostrum (1992) *cit* Angkat (2004), berpendapat bahwa kelembagaan adalah aturan-aturan terpakai (*working rules dan rules-in-use*) yang mempunyai ciri-ciri diketahui semua orang yang terlibat, dimonitor. Sebagai organisasi, kelembagaan merupakan wujud konkrit yang membungkus aturan main. Adapun ciri utama kelembagaan menurut Smith (1993) *cit* Angkat (2004), yaitu : a) Batas yuridikasi, yang menentukan siapa dan apa yang tercakup dalam organisasi tersebut, b) merupakan aturan (hukum, adat dan tradisi), yang mengatur hubungan antar anggota dalam hal kepentingan terhadap sumberdaya, situasi dan kondisi, aturan representatif, merupakan perangkat aturan yang mengatur mekanisme pengambilan keputusan organisasi.

## 2.6. Struktur Sistem Produksi Pertanian

Pengembangan kawasan agropolitan harus juga memperhatikan struktur sistem produksi pertanian yang akan dibangun. Dalam hal ini pembangunan harus bertujuan untuk mendorong terjadinya diversifikasi dalam perekonomian wilayah. Diversifikasi ini bisa mencakup dua hal yaitu pertama, diversifikasi komoditas yang diproduksi dan kedua, memperbesar tingkat industrialisasi dan penyediaan



jasa-jasa pertanian. Untuk itu diperlukan suatu keterkaitan yang saling menunjang dalam suatu kerangka agribisnis.

Pendekatan agribisnis sangat menekankan pada perlunya peningkatan kapasitas dan keterkaitan antar subsistem agribisnis. Subsistem agribisnis ini mencakup subsistem input, produksi (usaha tani), pemanenan, pengolahan dan pemasaran. Keterkaitan ini menjadi penting dalam upaya membentuk struktur sistem produksi pertanian yang efisien dan efektif. Untuk mewujudkan keterkaitan antar subsistem agribisnis maka pengembangan sistem produksi pertanian di kawasan agropolitan harus ditunjang oleh sarana prasarana dan kapasitas Sumber Daya Manusia yang memadai. Dari sisi sarana prasarana diperlukan sarana pergudangan dan pengolahan, sarana jalan yang menghubungkan pusat produksi dengan pasar, jaringan irigasi yang bisa meningkatkan suplai air, dan sarana umum seperti telekomunikasi, jaringan listrik, air bersih dan sarana transportasi. Sedangkan dari sisi SDM penguasaan terhadap teknologi dan penelitian menjadi penting, karena itu harus pula didorong terjadinya proses alih teknologi terutama oleh berbagai lembaga penyuluh pertanian (Hutagalung, 2004).

## **2.7. Struktur Pasar dan Sistem Informasi**

Struktur pasar dalam rangka pengembangan kawasan agropolitan juga harus dibenahi. Selama ini petani selalu dirugikan sebagai akibat dari rantai perdagangan yang panjang dan tidak efisien. Selain itu petani juga berada dalam posisi yang lemah ketika berhadapan dengan pihak supplier input dan pihak konsumen. Struktur pasar antar petani dengan supplier input bersifat monopoli dimana jumlah petani selaku konsumen banyak sedangkan jumlah pengusaha input sebagai produsen sedikit, sehingga harga input sangat tergantung pada produsen. Sebaliknya struktur pasar output pertanian bersifat monopsoni dimana petani sebagai produsen jumlahnya banyak sedangkan tengkulak sebagai pembeli jumlahnya sedikit sehingga harga lebih banyak ditentukan oleh tengkulak. Berbagai bentuk struktur pasar seperti ini harus bisa dihindari. Untuk mengatasi rantai perdagangan yang terlalu panjang maka perlu dibangun hirarki pasar mulai dari pasar di tingkat kota-kota kecil menengah yang terkait juga dengan pasar di kota-kota besar.



Dengan demikian transaksi produk-produk pertanian tidak akan dikuasai lagi oleh tengkulak, tapi bisa langsung dilakukan transaksi di pasar. Demikian pula posisi tawar petani yang lebih lemah ketika berhadapan dengan produsen input dan konsumen juga bisa diatasi dengan membentuk kelembagaan petani yang bisa lebih meningkatkan peranan petani dalam menentukan harga. Tapi ini semua membutuhkan suatu sistem informasi yang memadai. Sistem informasi ini penting karena akan sangat mempengaruhi harga komoditas dan mempengaruhi perilaku petani dalam memutuskan komoditas apa yang akan ditanam (Hutagalung, 2004).

## **2.8. Infrastruktur Sistem Produksi Pertanian**

Pengembangan infrastruktur produksi pertanian juga merupakan suatu hal yang cukup penting. Sarana prasarana yang bisa dikembangkan untuk menunjang pengembangan kawasan agropolitan mencakup pengembangan sarana produksi pertanian (saprota), sarana pergudangan dan pengolahan, sarana jalan dan sarana irigasi. Sarana produksi pertanian selain dalam bentuk tersedianya pasokan bibit, pupuk, pestisida juga mencakup mesin-mesin dan peralatan seperti traktor dan sebagainya. Sedangkan sarana pergudangan dan pengolahan akan mampu meningkatkan nilai tambah dari produk-produk pertanian yang dihasilkan. Sarana jalan juga penting untuk menekan biaya transportasi dan memudahkan petani untuk melakukan transaksi secara langsung di pasar. Sementara itu sarana irigasi sangat diperlukan terutama bagi daerah-daerah yang kekurangan air dan untuk komoditas-komoditas yang kebutuhan airnya sangat tinggi.

Program pembangunan atau pengembangan prasarana dan sarana yang mendukung secara langsung kegiatan ekonomi di kawasan agropolitan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis kebutuhan adalah sebagai berikut :

1. Dukungan prasarana dan sarana dalam menunjang pengembangan industri jenis prasarana dan sarannya yaitu :
  - a. Jalan penghubung antar kota dan desa
  - b. Gudang penyimpanan sarana produksi pertanian
  - c. Tempat bongkar muat.
2. Prasarana dan sarana yang mendukung proses produksi di tingkat usahatani.

Jenis prasarana dan sarana usahatani yang dibutuhkan meliputi :

1. Jalan usahatani untuk mendistribusikan hasil pertanian
  2. Penyediaan sarana air baku melalui pembuatan embung-embung atau sumur bor, untuk penyiraman budidaya pertanian dari jenis tanaman-tanaman dan perkebunan.
  3. Dermaga tempat pendaratan ikan, dan tambatan perahu pada kawasan budidaya perikanan tangkap.
  4. Sub terminal untuk mengumpulkan hasil pertanian bagi wilayah yang relatif jauh dari pusat pasar atau industri pengolahan
3. Prasarana dan sarana yang mendukung pengembangan industri hilir kegiatan yang perlu dilakukan adalah :
- a. Sarana pemasaran dan perdagangan hasil pertanian seperti pasar tradisional, kios cendramata, pasar hewan, tempat pelelangan ikan, sub terminal agribisnis.
  - b. Terminal, pelataran, tempat parkir serta bongkar muat barang, termasuk sub terminal agribisnis.
  - c. Sarana promosi dan pusat informasi pengembangan agribisnis.
  - d. Sarana kelembagaan dan perekonomian seperti bangunan Koperasi Usaha Bersama (KUB), perbankan, balai pendidikan dan pelatihan agribisnis.
  - e. Jalan antar desa-kota, jalan antar desa, jalan poros desa dan jalan lingkar desa yang menghubungkan beberapa desa *hinterland* (Hutagalung, 2004).

## 2.9. Infrastruktur Pasar dan Sistem Informasi

Infrastruktur pasar dalam pengembangan kawasan agropolitan merupakan salah satu pasar dalam pengembangan kawasan agropolitan merupakan salah satu infrastruktur yang sangat dibutuhkan. Pasar yang dibutuhkan yaitu pasar sebagai tempat transaksi fisik bagi input faktor produksi seperti pupuk, obat-obatan dan mesin-mesin pertanian, pasar bagi produksi petani dan pasar bagi produk olahan serta pasar jasa pelayanan bagi masyarakat sekitar wilayah pengembangan agropolitan. Keberadaan pasar sebaiknya cukup terjangkau oleh semua *stakeholder* atau masyarakat pengguna. Jarak yang terjangkau akan menciptakan insentif ekonomi bagi pemakai untuk bertransaksi. Jarak yang terjangkau baik dekat secara geografis maupun secara jarak tempuh yang pendek karena baiknya



sarana jalan akan mengurangi biaya transportasi pemasaran baik pemasaran input maupun output. Organisasi Petani (produsen) dan pelaku- pelaku usaha.

Organisasi/kelembagaan petani meliputi organisasi/kelembagaan formal maupun non-formal. Lembaga ini akan sangat berperan ketika hubungan antara petani dengan industri pengolahan diformalkan dalam bentuk kerjasama. Dari sudut perusahaan, negosiasi dengan petani secara individu akan meningkatkan biaya transaksi. Dari sudut petani, keberadaan lembaga petani akan memperkuat posisi petani dalam melakukan kontrak jual dengan perusahaan. Lembaga petani ini dapat berfungsi sebagai media pertukaran informasi sesama petani, khususnya informasi yang berhubungan dengan teknik budidaya pertanian dan perkembangan harga-harga, baik harga input maupun output (Hutagalung, 2004).

### **2.10. Konsep Tataniaga**

Tataniaga merupakan pemasaran atau distribusi, yaitu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Aspek pemasaran /tataniaga memang disadari merupakan aspek penting, bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu peranan lembaga tataniaga yaitu produsen, pedagang pengumpul, eksportir, importer, menjadi amat penting (Limbong dan Sitorus, 1987).

Istilah tata niaga sering juga disebut pemasaran yang bersumber dari kata marketing. Kegiatan tata niaga adalah sebagian dari kegiatan distribusi. Distribusi menimbulkan suatu kesan seolah-olah orang-orang yang bergerak di dalam bagian ini bersifat statis, menunggu saja apa yang akan mereka peroleh dari produsen untuk dibagi-bagikan lagi kepada konsumen. Sedangkan marketing (tata niaga) sebaliknya bersifat dinamis karena tata niaga mencakup semua persiapan, perencanaan dan penelitian dari segala sesuatu yang bersangkutan dengan perpindahan, peralihan milik atas sesuatu barang atau jasa serta pelaksanaan perpindahan dan peralihan tersebut. Oleh sebab itu sering terjadi "perbedaan" penggunaan istilah dengan maksud yang sama.

Masalah-masalah Tataniaga Pertanian yang berhubungan dengan sifat dan ciri khas produksi pertanian dapat dikelompokkan dalam beberapa ciri:



- a. Produksi yang diperoleh dari usaha secara kecil-kecilan. Produksi secara kecil-kecilan ini adalah akibat dari usaha yang dilakukan petani yang secara kecil-kecilan juga. Mereka sulit untuk berkomunikasi satu sama lain terutama dalam hal penjualan, penyimpanan dan sebagainya, karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan akan hal tersebut. Berbeda halnya dengan perusahaan-perusahaan industri, karena telah memiliki kemampuan yang besar untuk menganalisa situasi pasar, melakukan grading, penyimpanan maka mereka tidak mengalami kesulitan dalam hal penjualan. Mereka dapat menguasai atau mengendalikan produksi sewaktu-waktu jika permintaan menurun.
- b. Produksi bersifat musiman, karena bersifat musiman maka hasil akan diperoleh pada waktu-waktu tertentu sesuai dengan umur tanaman yang bersangkutan. Sifat produksi yang demikian sering menimbulkan kesulitan dalam proses penimbangan. Begitu pula di saat-saat panen mengalami kesulitan dalam hal penyimpanan dan penyangkutan.
- c. Produksi terpencar. Tempat produksi pertanian tidak terpusat tapi letaknya terpencar. Ini disebabkan petani selalu mencari tempat yang keadaan tanah dan iklimnya cocok untuk tanamannya, tanpa memperhitungkan apakah dekat atau jauh dari kota atau pasar, karena tempatnya yang terpencar dari tempat produksi akan mengalami kesulitan dalam proses pengumpulan.
- d. Produksi hasil pertanian bersifat berat, mengambil banyak tempat, cepat dan mudah rusak kebanyakan hasil pertanian bobot dan timbangannya berat dan memerlukan banyak tempat. Ini berarti nilai persatuan berat dan persatuan volume adalah lebih kecil dibanding nilai barang-barang industri.

Pengukuran efisiensi tataniaga dapat dibedakan secara kualitatif dan kuantitatif. Secara kualitatif mengungkapkan keterkaitan tataniaga dengan kesejahteraan masyarakat yang menggunakan teknik S-C-P yaitu market struktur, market conduct, dan market performance. Sedangkan secara kuantitatif diukur berdasarkan elastisitas transmisi harga dan margin tataniaga. Secara umum tataniaga yang baik diharapkan setidaknya dapat:

1. Menjaga kestabilan, baik harga maupun kestabilan arus barang. Dengan adanya kestabilan yang dinamis, dalam arti terdapat dinamisme tanpa adanya

goncangan-goncangan dan lonjakan-lonjakan, baik harga maupun arus barang, maka produsen dan konsumen diuntungkan.

2. Berfungsi secara efisien dengan biaya pemasaran yang serendah mungkin. Bila tataniaga dapat berfungsi secara efisien yaitu dengan biaya marketing yang serendah-rendahnya, maka produsen dan konsumen diuntungkan. Namun harus tidak mengakibatkan turunnya kualitas barang dan kualitas pelayanan
3. Membawa pelayan dan jasa yang baik. Tataniaga dapat dikatakan baik apabila dapat memberikan pelayan dan jasa yang baik.
4. Membawa keadilan bagi segenap peserta tataniaga. Tataniaga dapat dikatakan baik jika membawa keadilan bagi para peserta atau seluruh lembaga yang terkait dalam sistem tataniaga itu, yang artinya bahwa tataniaga harus menghasilkan pemerataan kesempatan kerja dengan tetap memperhatikan azas efisien. Tataniaga harus membuat semua pihak mendapat imbalan sesuai jasa yang diberikan.
5. Tanggap, artinya respon terhadap perkembangan dan pembaharuan. Tataniaga harus tanggap terhadap apa perkembangan dan pembaharuan, dalam arti bahasa tataniaga selalu aktif mengikuti perkembangan dan pembaharuan.

Lembaga pemasaran yang merupakan badan perantara merupakan saluran-saluran arus pergerakan dari barang yang diperdagangkan. Saluran tataniaga adalah orang atau badan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen. Jika ada lembaga tataniaga yang bekerja secara tidak efisien dan efektif, maka akan berakibat adanya saluran tataniaga yang terganggu, dapat menghambat pengaliran barang.

Berikut ini dapat kita lihat tingkatan saluran pertanian adalah sebagai berikut :

1. Saluran nol tingkat ( *zero level channel* )

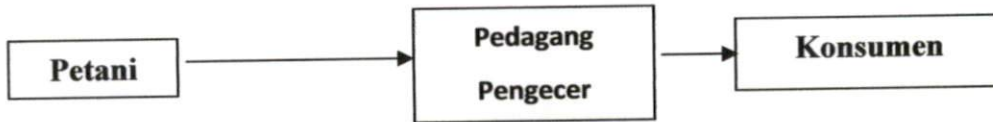


Saluran nol tingkat dinamakan juga saluran pemasaran langsung, yaitu saluran pemasaran, dimana produsen secara langsung menjual hasil produknya



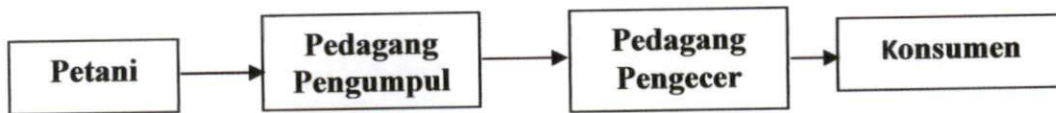
kepada konsumen. Ada tiga cara dalam proses penjualan, yaitu *door to door* mengirimkan langsung dan toko milik produsen sendiri.

## 2. Saluran satu tingkat ( *one level channel* )



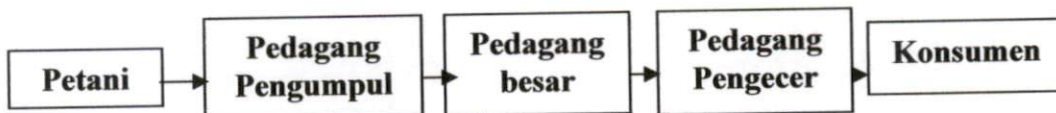
Saluran satu tingkat menggunakan satu perantara. Dalam pasar konsumsi, perantara adalah pedagang pengecer. Dalam pasar industri perantara adalah agen.

## 3. Saluran dua tingkat ( *two level channel* )



Saluran dua tingkat menggunakan dua perantara. Dalam pasar konsumsi, perantara adalah pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Dalam pasar industri adalah distributor dan dialer.

## 4. Saluran tiga tingkat ( *three level channel* )



Saluran tiga tingkat didapati tiga perantara. Selain dari pedagang pengumpul didapatkan grosir atau pedagang besar. Grosir membeli barang dari pedagang pengumpul dalam jumlah banyak dan akan disebarkan ke pedagang pengecer untuk dijual ke konsumen akhir.

Panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui oleh suatu barang tergantung beberapa faktor yaitu:

### a. Jarak antara produsen dan konsumen.

Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen, makin panjang saluran tataniaga yang ditempuh oleh produk tersebut.

### b. Cepat tidaknya produk rusak

Produk yang cepat atau mudah rusak harus secepatnya diterima oleh konsumen, sehingga dengan demikian mengkehendaki saluran pemasaran yang pendek dan cepat.

c. Skala produksi.

Bila produksi dalam jumlah atau skala yang kecil maka tidak akan menguntungkan, bila produsen langsung menjualnya maka tidak membutuhkan peran pedagang perantara.

d. Posisi keuangan pengusaha.

Pengusaha yang posisi keuangannya/modal kuat maka akan memperpendek saluran tataniaga. Hal ini disebabkan karena pedagang mampu melaksanakan fungsi tataniaga lebih banyak dari pengusaha yang bermodal lemah, sehingga keadaan tersebut cenderung memperpendek saluran tataniaga (Mubyarto, 1992).

## 2.11. Konsep Hortikultura

Tanaman horikultura merupakan bagian dari sektor pertanian, yang cakupan komoditasnya meliputi segala jenis tumbuhan non kayu yang bermusim panen pendek dan hasilnya sangat berguna bagi manusia dan makhluk hidup lainnya sebagai bahan makanan mereka, yang memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. Yang termasuk dalam kelompok tanaman hortikultura meliputi segala jenis sayur-sayuran, buah-buahan, bunga-bunga atau tanaman hias, dan tanaman obat-obatan (Departemen Pertanian, 2005).

Menurut Departemen Pertanian (2005), komoditas hortikultura sangat prospektif, baik untuk mengisi kebutuhan pasar domestik maupun internasional mengingat potensi permintaan pasarnya baik di dalam maupun di luar negeri besar dan nilai ekonominya yang tinggi. Dengan kemajuan perekonomian, pendidikan, peningkatan pemenuhan untuk kesehatan dan lingkungan menyebabkan permintaan produk hortikultura semakin meningkat. Disamping itu keragaman karakteristik lahan dan agrtoklimat serta sebaran wilayah yang luas memungkinkan wilayah Indonesia digunakan untuk pengembangan hortikultura tropis. Fungsi utama tanaman hortikultura bukan hanya sebagai bahan pangan tetapi juga terkait dengan kesehatan dan lingkungan. Secara fungsi ini sederhana dapat dibagi menjadi 4 (empat) yaitu :

- a. Fungsi penyediaan pangan, terutama dalam hal penyediaan vitamin, mineral, serat, energi dan senyawa lain untuk pemenuhan gizi.



- b. Fungsi ekonomi, pada umumnya komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomis yang tinggi, sumber pendapatan cash petani, perdagangan, perindustrian, dan lain-lain.
- c. Fungsi kesehatan, bahwa buah dan sayuran, bahwa buah dan sayur dan terutama *biofarm* dapat digunakan untuk mencegah dan mengobati penyakit-penyakit tidak menular.
- d. Fungsi sosial budaya, sebagai unsur keindahan / kenyamanan lingkungan, upacara-upacara, pariwisata dan lain-lain.

## 2.12. Penelitian Terdahulu

1. Hasil penelitian Paloma (2010) yang bertujuan untuk menganalisis potensi produk agribisnis unggulan hortikultura dalam pengembangan kawasan agropolitan, menganalisis pemanfaatan sarana dan prasarana agribisnis dan dukungan kelembagaan dalam pengembangan kawasan dan mengidentifikasi dan menganalisis masalah terkait dengan potensi hortikultura, pemanfaatan sarana dan prasarana serta dukungan kelembagaan dalam pengembangan kawasan agropolitan dan menguatkan strategi pengembangan kawasan agropolitan di Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Identifikasi dan analisa hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi produk agribisnis unggulan berada pada kriteria yang sangat berpotensi dalam pengembangan kawasan agropolitan, yang dilihat dari tiga aspek yaitu aspek ekonomis, aspek teknis dan aspek sosial. Penguatan strategi yang dihasilkan meliputi aspek orientasi peningkatan komoditi unggulan melalui pengembangan pada aspek industri, penjaminan pasar dan informasi tataniaga.
2. Hasil penelitian Wahyuni (2009) yang bertujuan untuk mendeskripsikan kegiatan penyuluhan pertanian tanaman hortikultura di kawasan agropolitan di Kecamatan X Koto, menganalisis peranan kegiatan penyuluhan pertanian tanaman hortikultura dalam rangka memberdayakan masyarakat di Kawasan Agropolitan dan mengidentifikasi permasalahan kegiatan penyuluhan tanaman

hortikultura di tingkat usahatani (*on farm*), pengolahan hasil pertanian (*prosessing*), dan pemasaran, sebelum dan sesudah pengembangan kawasan agropolitan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan kegiatan Penyuluhan pertanian yang dilaksanakan di Kawasan Agropolitan Koto Baru kecamatan X Koto terdiri dari tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, peranan kegiatan penyuluhan di kawasan agropolitan bertujuan menciptakan pemberdayaan masyarakat khususnya petani. Permasalahan kegiatan penyuluhan sebelum pengembangan kawasan agropolitan (2002) adalah kurang melibatkan petani dalam perencanaan, sedangkan permasalahan kegiatan penyuluhan sesudah (sedang berlangsungnya) pengembangan kawasan agropolitan adalah masih kurangnya keinginan dan kesadaran petani menghasilkan komoditi unggulan organik.

3. Hasil penelitian Fitri (2006) yang bertujuan untuk mengetahui organisasi dan pelaksanaan bantuan penguatan modal agribisnis, menganalisis perbandingan tingkat pendapatan petani sayuran sebelum dan sesudah mendapat bantuan penguatan modal agribisnis dan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh petani sayuran. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Hasil penelitian diperoleh bahwa organisasi dan pelaksanaan bantuan penguatan modal agribisnis belum terkoordinir dengan baik karena masih belum adanya pengolahan dan pengawasan yang baik dari instansi terkait dan bantuan sepenuhnya hanya dikelola dan diawasi oleh kelompok tani.



### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Agropolitan khususnya Pasar Agropolitan Aie Baluluak kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan September sampai bulan Oktober 2011.

Pemilihan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Dipilihnya kawasan Agropolitan khususnya Pasar Agropolitan Aie Baluluak dengan pertimbangan sebagai berikut :

- a. Pengembangan kawasan agropolitan di Sumatera Barat terdiri dari 6 kabupaten yaitu Kabupaten Agam (komoditi unggulan sapi potong dan sayur-sayuran sebagai komoditi penunjang), Kabupaten Lima Puluh Kota (komoditi unggulan peternakan ayam dan sapi potong), Kabupaten Tanah Datar (komoditi unggulan hortikultura, sapi potong dan ikan air tawar sebagai komoditi penunjang), Kabupaten Padang Pariaman (komoditi unggulan sapi potong dan melinjo), Kabupaten Pesisir Selatan (komoditi unggulan peternakan sapi potong). Daerah penelitian yang dipilih adalah Kabupaten Solok karena daerah ini termasuk sentra komoditi unggulan hortikultura yang memiliki prospek pengembangan di masa datang, serta produksi tanaman hortikultura yang meningkat setiap tahunnya (Lampiran 2).
- b. Kenagarian Sungai Nanam merupakan pusat pertumbuhan (*growth pole*) agropolitan di Kabupaten Solok. Potensi yang dimiliki daerah ini dan peluang pengembangannya pada masa yang akan datang didukung oleh potensi sumber daya manusia, sumberdaya alam, dan budaya setempat.
- c. Kenagarian Sungai Nanam merupakan salah satu kawasan Agropolitan yang terdiri dari empat (4) kenagarian yaitu Nagari Sungai Nanam, Nagari Alahan Panjang, Nagari Salimpat dan Nagari Aie Dingin. Nagari Sungai Nanam sebagai pusat kegiatan dan pengembangan Agropolitan khususnya Pasar Agropolitan Aie Baluluak (Penyusunan Master Plan Kawasan Agropolitan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, 2003).

### 3.2. Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus (*case study*), yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Subjek penelitian dapat saja individu, kelompok, lembaga maupun masyarakat. Tujuan dari studi kasus adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari studi kasus, ataupun status dari individu (Nazir, 2009). Menurut Faisal (2005), studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada satu kasus dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif dan berbagai variabel ditelaah dan ditelusuri termasuk juga kemungkinan hubungan antar variabel yang ada.

Pada penelitian ini yang menjadi fokus adalah bagaimana dampak pembangunan Pasar Agropolitan terhadap tataniaga hortikultura sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan Aie Baluluak di Kenagarian Sungai Nanam. Daerah ini merupakan pusat pengembangan sayuran dataran tinggi di Sumatera Barat yang memasok kebutuhan daerah seperti Padang, Dharmasraya, Riau, Jambi. Hal ini menuntut petani lebih unggul dalam menghasilkan komoditi hortikultura dan adanya kerjasama yang baik antar lembaga yang menangani jalannya pengembangan Pasar Agropolitan.

### 3.3. Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1. Data Primer

Data primer dikumpulkan dengan teknik wawancara langsung dengan mengajukan sejumlah pertanyaan (*quistioner*) yang telah disediakan. Data primer ini kemudian diperkuat dengan pengamatan langsung di lapangan.

Data ini didapatkan dari Badan Pengelola Pasar Agropolitan dan pelaku agribisnis komoditi unggulan hortikultura (bawang merah dan cabe merah) di Pasar Agropolitan Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam, meliputi :

1. Badan Pengelola Pasar Agropolitan
2. Petani bawang merah dan cabe merah
3. Pedagang bawang merah dan cabe merah



Data yang diperoleh dapat dianalisa dengan batuan informan kunci bagi kawasan Agropolitan khususnya Pasar Agropolitan. Informan kunci yaitu orang yang betul-betul memahami permasalahan yang diteliti.

### 3.3.2. Data Sekunder

Data sekunder yang dikumpulkan adalah data instansi-instansi terkait, mulai dari tingkat provinsi sampai Kabupaten sesuai dengan keperluan penelitian. Instansi-instansi terkait yang dimaksud meliputi :

1. Dinas Pertanian Tanaman Pangan Provinsi Sumatera Barat
2. Dinas pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Solok
3. Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Lembah Gumanti
4. Aparatur Wali Nagari Sungai Nanam
5. Penelusuran studi pustaka dan dokumen lain terkait.

Untuk mencapai tujuan penelitian diperlukan informan dari Badan Pengelola Pasar Agropolitan yang melakukan pengelolaan Pasar Agropolitan Aie Baluluak sekitar yang dipilih sebagai informan kunci (*key informan*). dimana informan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu yaitu mengetahui seluk beluk pengembangan pengelolaan Pasar Agropolitan mulai dari dibangun sampai sekarang. Pengambilan key informan Badan Pengelola Pasar Agropolitan diantaranya adalah ketua badan pengelola Pasar Agropolitan dan ketua-ketua seksi pengelola pasar agropolitan.

### 3.4. Metode Pengambilan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dianggap mengetahui dengan baik tentang proses pengembangan Pasar Agropolitan. Sampel yang diambil terdiri atas 2 kelompok sampel yaitu :

1. Petani bawang merah dan cabe merah di Pasar Agopolitan Aie Baluluak

Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu penarikan sampel secara sengaja yang dilakukan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Data yang diambil yaitu pada saat penelitian pada bulan september 2011. Dimana sampel petani diambil sesuai dengan aliran komodi yang dijual, kepada pedagang mana petani menjual bawang merah dan cabe merah. Informasi tersebut dapat

diperoleh dari pedagang yang membeli bawang merah dan cabe merah yang dijual oleh petani di Pasar Agropolitan.

Pertimbangan dalam pengambilan sampel petani adalah sesuai dengan aliran komoditi yang dijual, data jumlah populasi tidak dapat diketahui karena petani sebagai produsen dimana dalam seminggu ada dua (2) kali pasar, maka pada saat penelitian ada 8 kali pasar dalam sebulan dapat diketahui bahwa petani dalam sebulan tidak sepenuhnya dapat menjual hasil pertaniannya untuk 8 kali pasar tersebut. Maka dalam penelitian ini petani yang diambil sebagai sampel yaitu petani yang melakukan penjualan bawang merah dan cabe merah satu (1) kali seminggu di Pasar Agropolitan jadi ada 4 kali petani menjual ke Pasar Agropolitan dalam sebulan. Dari sampel petani juga dapat diketahui data pemasaran sebelum didirikannya Pasar Agropolitan.

Penelitian ini memakai 14 orang sampel petani sesuai dengan aliran komoditi yang dijual oleh petani. Jumlah sampel petani yaitu 7 orang petani bawang merah dan 7 orang petani cabe merah yang diketahui dari sampel pedagang (Lampiran 4).

## 2. Pedagang bawang merah dan cabe merah di Pasar Agopolitan.

Metode pengambilan sampel pedagang yang digunakan yaitu penarikan sampel secara sengaja dimana data yang di ambil yaitu pada saat penelitian pada bulan September 2011. Pengambilan sampel pedagang dilakukan dipasar agropolitan, diantaranya adalah pedagang cabe merah, bawang merah. Dimana nantinya dari pedagang dapat diketahui informasi, dari petani mana mereka membeli dan ke pedagang mana menjual sehingga dapat diketahui lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dengan mengikuti aliran komoditas dari produsen ke konsumen.

Pertimbangan dalam pengambilan sampel pedagang adalah sesuai dengan aliran komoditi yang dijual, data jumlah populasi tidak dapat diketahui karena pedagang sebagai pembeli dimana dalam seminggu ada dua kali pasar. Maka pada saat penelitian ada 8 kali pasar dalam sebulan dapat diketahui bahwa pedagang dalam sebulan tidak sepenuhnya kepasar tersebut, ada yang membeli pada hari Minggu dan pada hari senin saja.



Dalam penelitian ini pedagang yang diambil sebagai sampel, sesuai dengan aliran komoditi, yaitu pedagang yang melakukan pembelian bawang merah dan cabe merah pada hari Minggu dan Senin di Pasar Agropolitan. Dalam sebulan, ada sampel pedagang pengumpul bawang merah menyimpan bawang merah di los pameran di Pasar Agropolitan, karena bawang merah yang dibeli dari petani tidak terjual pada hari minggunya, maka disimpan untuk dijual pada hari Senin. Sampel yang diambil ada yang pedagang yang membeli hari minggu dan senin saja.

Penelitian ini memakai 14 orang sampel pedagang dimana diasumsikan sudah dapat mewakili responden dari semua populasi yang ada. Jumlah sampel pedagang sayuran 7 pedagang bawang merah dan 7 pedagang cabe merah (Lampiran 4).

### 3.5. Variabel Yang Diamati

Variabel-variabel penelitian yang diamati dalam penelitian ini adalah :

- 3.5.1. Mendeskripsikan profil Badan Pengelola Pasar Agropolitan, maka variabel yang diamati :
  - a. Peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan
  - b. Kewajiban Badan Pengelola Pasar Agropolitan
  - c. Fungsi Badan Pengelola Pasar Agropolitan
  - d. Apa yang telah dilakukan oleh Badan Pengelola Pasar Agropolitan
  - e. Kondisi Pasar Agropolitan
  - f. Pemanfaatan Pasar Agropolitan
- 3.5.2. Mengetahui Perbedaan Perubahan Tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun, maka variabel yang diamati:  
Variabel-variabel penelitian yang diamati untuk tujuan dua dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Aspek yang Diamati, Perubahan Tataniaga Hortikultura Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan di Bangun.

No	Variabel yang diamati	Sebelum Pasar Agropolitan di Bangun (2009)	Setelah Pasar Agropolitan di Bangun (September 2011)
1	Saluran pemasaran a) Saluran pemasaran komoditi hortikultura (bawang merah dan cabe merah) yang dilalui b) Jarak antara produsen dan konsumen. c) Skala penjualan d) Tingkatan saluran pemasaran		
2	Margin tataniaga a. Harga penjualan komoditi hortikultura (Bawang Merah dan Cabe Merah) oleh petani dan setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran komoiti hortikultura b. Biaya pemasaran - Biaya pembelian - Biaya pengangkutan - Biaya bongkar muat - Biaya penyusutan alat c. Keuntungan yang diambil oleh setiap pedagang		

### 3.6. Analisa Data

Analisa data dalam penelitian ini secara umum dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menganalisis dan menyajikan fakta sehingga lebih mudah dipahami dan disimpulkan. Adapun analisa data berdasarkan tujuan penelitian adalah:

1. Untuk tujuan pertama mengidentifikasi profil Badan Pengelola Pasar Agropolitan. Analisa data secara deskriptif kualitatif yaitu dengan menjelaskan peran, kewajiban, fungsi, pemanfaatan, gambaran dan bentuk pengeloan Pasar Agropolitan. Apakah sudah memberikan manfaat, dampak terhadap tataniaga hortikultura setelah adanya Pasar Agropolitan maka hal tersebut akan berdampak terhadap posisi tawar petani dan saluran pemasaran yang selama ini sangat merugikan petani.



2. Untuk tujuan kedua mengetahui perubahan tataniaga hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di Bangun adalah :

a. Untuk mengetahui saluran pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun komoditi hortikultura (cabe merah, bawang merah) ke konsumen akhir, maka analisa yang digunakan adalah analisa data secara deskriptif.

Mengetahui saluran pemasaran komoditi hortikultura (bawang merah dan cabe merah) sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun yang terdapat di Pasar Agropolitan Aie Baluluak kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terkait dilakukan dengan analisa deskriptif.

Analisa ini digunakan untuk mengamati pola saluran pemasaran komoditi hortikultura sebelum dan setelah pasar agropolitan di bangun, Dalam penelitian ini untuk melihat saluran pemasaran yang terlibat hanya dilihat sampai pada tingkat pedagang besar, sehingga dapat dijelaskan saluran pemasaran komoditi hortikultura (Bawang merah dan cabe merah) yang terlibat mulai dari tingkat petani sampai ketinggian pedagang besar hanya sebatas penjualan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Dalam penelitian ini lebih difokuskan pada perubahan saluran pemasaran sebelum dan setelah dibangunnya Pasar tersebut.

b. Margin Tataniaga

Untuk mengetahui margin tataniaga komoditi hortikultura (bawang merah dan cabe merah) sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di Bangun yang terdapat di Pasar Agropolitan Aie Baluluak, oleh lembaga pemasaran yang terkait dilakukan dengan analisa deskriptif kuantitatif. Analisa ini digunakan untuk mengamati margin pemasaran komoditi hortikultura sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun. Untuk melihat selisih harga yang dibayarkan oleh pedagang besar dengan harga yang diterima oleh petani sehingga dapat dijelaskan margin pemasaran, biaya-biaya pemasaran bawang merah dan cabe merah tingkat petani sampai ketinggian pedagang besar.

Dalam penelitian ini hanya sebatas penjualan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini lebih difokuskan mengenai bagaimana dampak perubahan terhadap tataniaga bawang merah, cabe merah sebelum dan setelah di bangunnya Pasar Agropolitan.

Secara matematis, margin tataniaga dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = H_k - H_p$$

Dimana :

M : Margin tataniaga (Rp/kg)

H<sub>k</sub> : Harga komoditi pada pedagang terakhir (Rp/kg)

H<sub>p</sub> : Harga yang diterima produsen (Rp/kg)

Bagian yang diterima petani produsen sesuai dengan data yang diambil di Pasar Agropolitan saja, jika bawang merah dan cabe merah sudah dijual keluar dari pasar maka margin tataniaganya tidak dihitung. Besar bagian yang diterima petani produsen dari harga yang dibayarkan oleh lembaga lembaga pemasaran terakhir di Pasar Agropolitan Aie Baluluak.



## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Gambaran Umum Daerah Penelitian

#### 4.1.1. Letak Geografis

Nagari Sungai Nanam merupakan salah satu Nagari dari 4 Nagari yang ada di Kecamatan Lembah Gumanti yang termasuk ke dalam Wilayah Kerja Penyuluhan Pertanian (WKPP) Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, Nagari Sungai Nanam yang terdiri dari 15 jorong yaitu Jorong Pasa, Koto, Parak Tabu, Lipek Pageh, Sapan, Mungu Tigo, Taratak Tengah, Padang Laweh, Pakan Satu, Taratak Pauh, Limau Parigi, Air Sanam, Limau Puruik, Lekok Batu Gadang, Rimbo Data dan Sariék Bayang. Penelitian yang dilakukan di Jorong Pasa dimana merupakan lokasi Pasar Agropolitan Aie Baluluak.

Jarak Nagari Sungai Nanam dari Ibu kota Kabupaten Solok adalah 35 km dan 75 km dari Kota Padang sebagai ibu kota provinsi Sumatera Barat, selain Nagari Sungai Nanam yang termasuk kedalam Wilayah Kerja Penyuluhan Pertanian (WKPP) Kecamatan Lembah Gumanti, Juga termasuk Nagari Alahan Panjang, Nagari Salimpat dan Nagari Aie Dingin.

Secara administratif Nagari Sungai Nanam kecamatan lembah Gumanti memiliki luas wilayah 6.363 ha dengan batas wilayah adalah, sebelah Utara berbatasan dengan Nagari Sirukam, sebelah Selatan berbatasan dengan Nagari Alahan Panjang, sebelah Barat berbatasan dengan kecamatan Danau Kembar dan sebelah Timur berbatasan dengan Nagari Salimpat.

Sebagai daerah dataran tinggi 1.680 M dpl dengan topografi berbukit dan berlembah karena terletak di Gugusan Bukit Barisan, memiliki temperatur 18 °C – 25 °C. Nagari Sungai Nanam memiliki 7 s/d 9 bulan basah dan 3 s/d 5 bulan kering dengan curah hujan rata-rata 2500 mm pertahun dengan rata-rata 200-250 perhari.

Berdasarkan fungsi wilayah, Nagari Sungai Nanam terbagi atas : a) untuk pemukiman perumahan, b) untuk pertanian sawah, c) untuk ladang/ tegalan masyarakat, d) perkebunan, e) padang rumput , f) rekreasi dan olah raga, dan g) untuk yang lainnya sebesar 1065 ha dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Wilayah Nagari berdasarkan fungsi Nagari di Sungai Nanam.

No	Fungsi	Luas (ha)
1	Pemukiman/perumahan	123
2	Pertanian sawah	1.193
3	ladang/ tegalan	3.100
4	Perkebunan	156
5	Padang rumput	699
6	Rekreasi dan olah raga	12
7	Rawa	15
8	Yang lainnya	1.065
	<b>Total</b>	<b>6.363</b>

Sumber : Profil Nagari Sungai Nanam 2010

Dari Tabel 2 terlihat ladang tegalan merupakan jumlah yang terbesar yaitu 3.100 ha dari luas Kenagarian Sungai Nanam. Kemudian lahan Pertanian sawah sebesar 1.193 ha, sedangkan untuk pemukiman/ perumahan masyarakat seluas 123 ha, perkebunan karet seluas 156 ha dan padang rumput 699 ha.

#### 4.1.2. Penduduk

Nagari Sungai Nanam pada tahun 2010 memiliki penduduk sebanyak 27.426 jiwa dengan 6.000 Kepala Keluarga ( KK ). Dari 27.426 jiwa penduduk Nagari Sungai Nanam tersebut tersebar di 15 (Lima belas) Jorong. Penduduk laki – laki berjumlah 13.376 jiwa, sedangkan penduduk perempuan berjumlah 14.50 jiwa dapat dilihat pada (Tabel 3).

Tabel 3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jorong di Kenagarian Sungai Nanam.

No	Jorong	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)
		Laki-Laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	
1	Pasa	1.235	1.110	2.345
2	Koto	937	1.261	2.198
3	Parak Tabu	741	962	1.703
4	Lipek Pageh	405	430	835
5	Sapan Mungu Tigo	382	418	800
6	Taratak Tengah	854	824	1.678
7	Padang Laweh	835	717	1.552
8	Pakan Satu	176	360	536
9	Taratak Pauh	1.026	1.037	2.066
10	Limau Parigi	354	350	704
11	Air Sanam	2.000	2.300	4.300
12	Limau Puruik	942	961	1.903
13	Lekok Batu Gadang	2.290	2.344	4.634
14	Rimbo Data	981	754	1.735
15	Sariek Bayang	215	222	437
	<b>Jumlah</b>	<b>13.376</b>	<b>14.050</b>	<b>27.426</b>

Sumber : Nagari Sungai Nanam dalam Angka 2010



Dari Tabel 3 di atas, di gambarkan bahwa jumlah penduduk di Kenagarian Sungai Nanam pada tahun 2010 tercatat 27.426 jiwa. Perbandingan jumlah penduduk perempuan dengan laki-laki tidak terlalu jauh hanya berselisih 674 jiwa. Jumlah penduduk perempuan di Kenagarian Sungai Nanam adalah 14.050 jiwa sedangkan jumlah penduduk laki-laki adalah 13.376 jiwa pada tahun 2010.

#### 4.1.3. Mata Pencaharian Penduduk

Aspek kehidupan lain di bidang sosial ekonomi masyarakat adalah struktur mata pencaharian. Struktur mata pencaharian penduduk merupakan gambaran berbagai jenis sumber kehidupan suatu masyarakat sesuai profesi yang mereka lakukan sehari-hari. Diantara jenis mata pencaharian tersebut adalah bertani, industri, berdagang, pegawai, buruh dan lain sebagainya. Pada Tabel berikut ini akan dijabarkan struktur mata pencaharian penduduk di kawasan agropolitan Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Mata Pencarian Penduduk Kenagarian Sungai Nanam

No	Jenis Mata Pencarian	Jumlah (KK)
1	Pertanian Tanaman Pangan	11.826
2	Perkebunan	885
3	Industri Kecil	754
4	Sektor jasa/ perdagangan	2.234
5	Sub Sektor Industri Besar dan Sedang	576
6	Lain-lain	400

Sumber : Kenagarian Sungai Nanam 2010

Berdasarkan data pada Tabel 4, sebesar 11.826 penduduk dikawasan agropolitan bermata pencarian sektor pertanian Tanaman Pangan. Dominannya mata pencarian sebagai petani sesuai dengan status wilayah perdesaan dan kondisi wilayah yang banyak memanfaatkan potensi sumber daya alam. Berawal dari kondisi seperti inilah masyarakat banyak menggantungkan kehidupannya pada pekerjaan bertani. Sedangkan sebesar 2.234 KK penduduk bermata pencarian di bidang jasa dan perdagangan untuk kawasan agropolitan ini, kebanyakan industri tergolong dalam industri kecil dan menengah seperti industri makanan dan kue-kue dan lebihnya penduduk di kawasan agropolitan Kenagarian Sungai Nanam



Kecamatan Lembah Gumanti bermata pencarian industri besar dan sedang sebesar 576 KK dan lainnya sebesar 500 KK.

#### 4.1.4. Sarana dan Prasarana Penunjang

Sarana dan prasarana yang ada di Nagari Sungai Nanam secara kuantitas sudah cukup memadai dan sangat membantu dalam menggerakkan pembangunan masyarakat nagari. Sarana dan prasarana yang terdapat di nagari, dapat dilihat pada (Tabel 5).

Tabel 5. Sarana dan Prasarana di Nagari Sungai Nanam

No	Sarana dan Prasarana	Keterangan
1	Jalan Desa 1. Panjang jalan aspal 2. Panjang jalan tanah	55 km 5 km
2	Bidang Pemerintahan 1. Kantor Wali Nagari 2. Gedung Serba Guna 3. Koperasi	1 Unit 1 Unit 1 Unit
3	Bidang Kesehatan 1. Posyandu	15 Unit
4	Bidang Pendidikan 1. TK 2. SD 3. SMP 4. SMUN 1 Lokal Jauh 5. SMK	11 Unit 13 Unit 3 Unit 1 Unit 1 Unit
5	Bidang agama 1. Kantor KUA 2. Mesjid 3. Musholla 4. MDA	1 Unit 13 Unit 58 Unit 10 Unit
6	Bidang Pertanian Gapoktan Alam Gumanti Kelompok Tani Balai Penyuluhan Kecamatan Balai Benih Utama Labor Hama	1 Gapoktan 20 Kelompok tani 1 Unit 1 Unit 1 Unit

Sumber: *Profil Nagari Sungai Nanam 2010*

Dari Tabel 5 di atas, terlihat bahwa sarana dan prasarana di Nagari sudah lengkap. Prasarana pendidikan yang ada di Nagari Sungai Nanam cukup maju. Terlihat dengan lengkapnya prasarana pendidikan dari Taman Kanak-kanak sampai SLTA. Begitu juga halnya dengan prasarana transportasi dan komunikasi, sehingga pertukaran informasi di Nagari Sungai Nanam sudah cukup maju. Hal diatas menunjukkan bahwa Nagari Sungai Nanam sudah cukup maju, karena

adanya sarana dan prasarana yang mendukung maka perekonomian di nagari tergolong cukup baik.

Kegiatan Pertanian di Kenagarian Sungai Nanam terdiri dari pengusahaan tanaman pangan, sayur sayuran, perkebunan, buah-buahan, peternakan dan perikanan. Pengusahaan tanaman pangan yang dilakukan di lahan sawah yaitu padi sawah dalam satu kali setahun. Jenis tanaman pangan lainnya yang diusahakan meliputi jagung, ubi kayu, dan kacang tanah. Untuk tanaman sayuran yang diusahakan meliputi tebu, dan kulit manis. Untuk tanaman buah-buahan yang diusahakan yaitu markisa.

Dalam usaha peternakan umumnya yang dipelihara adalah kerbau, sapi, kambing, itik, ayam bras. Usaha ini disamping memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga, juga dapat untuk menunjang kegiatan usahatani yaitu dengan memanfaatkan kotoran ternak sebagai pupuk kandang, ternak sapi dan kerbau juga dapat digunakan untuk membajak sawah. Penduduk juga memiliki kolam ikan, meskipun ukurannya relatif kecil.

Selain pasar di Sungai Nanam tersedia juga prasarana ekonomi lainnya seperti kios penyalur bibit yang menunjang kelancaran penyaluran sarana produksi di kenagarian ini. Sedangkan untuk organisasi petani seperti kelompok tani untuk kenagarian Sungai Nanam sudah maju dan dari tahun ke tahun perkembangan sangat baik bahkan sudah ada satu Gapoktan yaitu Gapoktan Alam Gumanti.

Perekonomian Nagari Sungai Nanam lebih banyak bergerak di bidang pertanian. Ini terlihat pada mata pencarian masyarakatnya yang rata-rata adalah petani, sedangkan masyarakat lainnya bermata pencarian sebagai pedagang, peternak, buruh, pedagang, pengrajin, dan pegawai negeri.

Sesuai dengan kondisi wilayah maka komoditi yang menjadi unggulan adalah sektor pertanian, sektor perdagangan. Sektor perdagangan ditandai dengan adanya Pasar Agropolitan yang saat ini dikelola oleh pegurus yang sudah terbentuk semenjak Pasar Agropolitan diresmikan pada tanggal 2 Agustus 2009.

Bidang pertanian, yaitu sesuai dengan kondisi kawasan Sungai Nanam sebagai daerah pertanian baik untuk sektor tanaman pangan dan hortikultura. Kawasan Sungai Nanam selama ini sudah dikenal sebagai penghasil hortikultura



seperti kentang, bawang daun, kubis, wortel, labusiam, buncis dan cabe. Pasar Sungai Nanam telah menjadi salah satu pasar sayuran terbesar di sumbar. Wilayah pemasaran komoditi sayuran di kawasan agropolitan ini telah memiliki pangsa pasar diantaranya Solok, Bukittinggi, Payakumbuh, Padang, Painan, Pakan Baru, Taluak Kuantan yang sangat berpotensi untuk dikembangkan kedepanya.

#### **4.2. Profil dan Strukur Organisasi Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

Pasar Agropolitan Kabupaten Solok atau lebih dikenal masyarakat dengan Pasar Agropolitan Aie Baluluak merupakan salah satu Pusat Agropolitan kawasan Kabupaten Solok. Pasar Agropolitan didirikan pada bulan Januari tahun 2004 di atas tanah masyarakat seluas 4 ha yang terdiri dari 50 los yang dilengkapi dengan fasilitas area bongkar muat 700 m<sup>2</sup>, area parkir 2000 m<sup>2</sup>, kantor pengelola, WC umum, *trading house*, dan gudang.

Pasar Tradisional Taratak Pauh, tidak dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dan pasar yang sempit. Transaksi jual beli sangat sulit dengan demikian petani kesulitan menjual hasil pertaniannya karena selain itu petani, pedagang tidak berada di tempat setiap saat.

Setelah adanya Pasar Agropolitan petani sangat terbantu dengan adanya Pasar Agropolitan seperti 1) sebelumnya tidak ada pasar pada hari Minggu hanya pada hari Senin saja setelah adanya Pasar Agropolitan, ada pasar pada hari Minggu dan Senin. 2) Akses transportasi petani lebih mudah dalam memasarkan hasil pertaniannya tanpa harus mencari-cari pedagang dengan membawa hasil pertanian yang akan dijual 3) Pemasaran petani lebih mudah di Pasar Agropolitan karena tempat penjualan hasil pertanian sesuai dengan komoditi yang dijual sehingga transaksi jual beli lebih mudah dan cepat terjual.

Pasar Agropolitan Aie Baluluak, merupakan pasar lintas kota dan termasuk pemasok kebutuhan pertanian secara grosir, serta mampu memasarkan komoditas sayuran dataran tinggi di Kabupaten Solok secara keseluruhan, serta dari luar Kabupaten Solok seperti, kentang, ubi jalar dari Kerinci. Kurang lebih dari 150 pedagang, Pasar Agropolitan Aie Baluluak mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat karena serapan tenaga kerja yang cukup banyak. Selain hasil pemasaran, Pasar Agropolitan Aie Baluluak juga mampu menyediakan kebutuhan masyarakat antara lain pedagang kaki lima, konter HP, warung nasi dan



sebagainya sehingga memudahkan petani untuk mendapatkan sarana prasarana pertanian serta memudahkan memasarkan hasil produksinya secara langsung kepada pedagang luar daerah. Pasar Agropolitan Aie Baluluak mampu menyediakan komoditas sayuran yang masih segar (baru dipetik) seperti tomat, kol, cabe merah, sawi, bawang Prai, selada, wortel, seladri dan kualitas relatif bagus.

Pada tanggal 9 Agustus 2009 Badan Pengelola Pasar Agropolitan diresmikan oleh Bupati Solok dengan keputusan Bupati Solok No. 30 tahun 2007 dan dikeluarkannya Surat Keputusan tentang kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Nomor. 500. 496- 2008. Pada awal berdiri kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan berjumlah 48 orang namun sampai sekarang mempunyai anggota sebanyak 11 orang yang sering berada dipasar, sedangkan 37 orang lagi terkadang ada ke pasar ada juga yang tidak ikut serta dalam pengelolaan dan pengembangan pasar agropolitan dan hanya namanya saja yang tertulis di struktur kepengurusan tersebut.

Dari hasil wawancara dengan Badan Pengelola Pasar Agropolitan pada bulan September 2011, didapatkan informasi bahwa kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan ini masih berjalan sejak diresmikan pada tanggal 2 Agustus 2009 sampai sekarang dan sudah menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Masyarakat sebagai pengguna pasar memanfaatkan pasar pada hari Minggu dan Senin dimana terlihat di lapangan pasar semakin ramai dan memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan kedepannya. Pada Gambar berikut ini dapat dilihat susunan kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Struktur Kepengurusan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak.

Berdasarkan struktur organisasi di atas, setiap pengurus mempunyai tugas dan tanggung jawab tersendiri atas semua kegiatan yang dilakukan di dalam pengelolaan Pasar Agropolitan. Dalam pelaksanaan kegiatan pengelolaan Pasar Agropolitan masing-masing pengurus memiliki tugas masing-masing yaitu :

1. Ketua bertugas memimpin rapat, memberikan informasi kepada anggota dan mewakili Badan Pengelola Pasar Agropolitan dalam pengurusan proposal, pengajuan pinjaman dana.
2. Sekretaris bertugas untuk mencatat semua keputusan musyawarah, bersama ketua mewakili Badan Pengelola Pasar Agropolitan untuk mengurus kepentingan yaitu pada saat membuat proposal, pengajuan pinjaman kepada sumber dana.
3. Bendahara bertugas mencatat pembukuan uang pemasukan, pengeluaran, pengurusan uang pinjaman dan pengurus keuangan. Namun wakil ketua, bendahara dan sekretaris masih kurang berperan dalam melaksanakan kegiatan, pengelolaan dan pengembangan Badan Pengelola Pasar

Agropolitan dimana tanggung jawab tersebut untuk sementara ketua yang mengambil alih.

4. Seksi pendapatan bertugas untuk mencari sumber dana, pengajuan dana.
5. Seksi kebersihan bertanggung jawab untuk menjaga agar kebersihan pasar tetap bersih, dibersihkan pada saat selesai pasar sehingga pengguna pasar agropolitan merasa nyaman untuk melakukan transaksi.
6. Seksi bongkar muat bertugas untuk melakukan pengangkutan barang.
7. Seksi humas bertugas untuk menjaga, menjalin silaturahmi, hubungan yang baik dengan pengguna Pasar Agropolitan dan juga merupakan tempat pengaduan masyarakat pengguna dan pemakai Pasar Agropolitan.
8. Seksi pemasaran bertugas untuk menjaga ketertiban agar menjual sesuai komoditi, memberikan informasi harga.
9. Seksi parkir bertugas untuk menjaga agar parkir kendaraan tertata dengan baik tanpa ada terjadi kemacetan.
10. Seksi keamanan bertugas untuk menjaga keamanan pasar sehingga pengguna dan pemakai Pasar Agropolitan merasakan kenyamanan saat melakukan transaksi.

### **4.3. Identitas Responden**

#### **4.3.1. Petani Sampel**

Keadaan umum petani sampel di daerah penelitian ini adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan petani yang melakukan usahatani Hortikultura (bawang merah dan cabe merah) di Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti, khususnya yang menjual ke Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Untuk penelitian ini, identitas petani yang diamati adalah petani komoditi hortikultura (bawang merah dan cabe merah). Jumlah petani sampel yang diamati adalah sesuai dengan aliran komoditi bawang merah dan cabe merah yang dijual yaitu sesuai dengan sampel pedagang sebanyak 14 sampel. Untuk lebih jelasnya identitas petani dapat dilihat pada Tabel 6 dibawah ini.



Tabel 6. Identitas Petani Sampel Bawang Merah dan Cabe Merah di Pasar Agropolitan

No	Keterangan		Total
	Uraian	Bawang Merah (Jumlah)	
1	Umur		
	25 – 30	1	2
	31 – 40	4	3
	41 – 50	2	3
2	Pendidikan		
	SD	2	1
	SMP	4	3
	SMA	1	3
3	Jenis Kelamin		
	Laki – Laki	7	7
	Perempuan	-	-
4	Pekerjaan		
	Pedagang	-	-
	Petani	7	7
5	Jumlah		
	Tanggungan		
	1 – 5	5	6
	6 – 10	2	-
			13 (1 Belum berkeluarga)

Di dalam usahatani tingkat umur akan menentukan produktivitas kerja. Ini disebabkan karena petani yang berusia muda akan memiliki kemampuan fisik lebih besar dari yang berusia tua. Dari Tabel 6 terlihat umur 41-50 tahun sebanyak 2 orang petani bawang merah dan 3 orang petani cabe merah dan umur dibawah 40 tahun sebanyak 7 orang yang mana ini tergolong usia produktif sedangkan sisanya diatas 50 tahun tergolong usia lanjut.

Berdasarkan tingkat pendidikan yang dimiliki petani terlihat bahwa petani yang tamat SD yaitu sebanyak 3 orang, 2 orang petani bawang merah dan 1 orang cabe merah, 4 orang petani bawang merah berpendidikan SMP dan 3 orang cabe merah. Tingkat pendidikan petani merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat pengetahuan dan cara berfikir dalam pengambilan keputusan tentang pengolahan usahatannya guna meningkatkan perekonomian mereka.

Jumlah anggota keluarga mempengaruhi kemampuan petani dalam mengelola usahatannya. Besarnya jumlah tanggungan keluarga akan membuat petani lebih giat untuk mengelola usahatannya guna memenuhi kebutuhan

anggota keluarga, anggota keluarga rata-rata dimanfaatkan sebagai tenaga kerja dalam usahatani.

Petani sebagai pelaksana dalam kegiatan usahatannya dan merupakan suatu faktor penentu untuk mencapai keberhasilan. Oleh karena itu, petani harus memiliki keterampilan yang cukup dalam mengelola usahatannya karena nantinya keterampilan tersebut akan berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas usahanya. Banyak aspek yang dapat mempengaruhi petani dalam mengelola usahatannya, diantaranya adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan dalam keluarga, lama berpengalaman usahatani, serta luas kepemilikan lahan. Seperti yang terlihat pada Tabel 6.

#### 4.3.2. Pedagang Sampel

Berdasarkan penelitian di lapangan sampel pedagang sebanyak 14 orang dimana terdiri dari 7 orang sampel pedagang bawang merah dan 7 orang sampel pedagang cabe merah, identitas pedagang sampel dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Identitas Pedagang Sampel Bawang Merah dan Cabe Merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak

No	Keterangan	Kelas Pedagang				Total
		Bawang Merah		Cabe Merah		
		Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	
1	Umur					14
	25 – 30	-	-	-	1	
	31 – 40	4	3	3	1	
	> 40	-	-	1	1	
2	Pendidikan					14
	SD	1	1	2	-	
	SMP	3	-	-	3	
	SMA	-	2	2	-	
3	Pengalaman Berdagang (Tahun)					14
	1– 10	3	-	-	-	
	> 11	-	4	4	3	
		-	-	-	-	
4	Jumlah Tanggungan					12 (2 belum berkeluarga)
	1-3	2	3	2	1	
	4-6	2	-	-	1	
	> 6	-	-	1	-	

Pendidikan merupakan faktor penting dalam melihat kemampuan pedagang karena pendidikan seseorang dapat mempengaruhi tingkat pengembangan kepribadian, usaha dan pendapatan seseorang. Dilihat dari tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang terlihat bahwa pedagang sampel sebanyak 14 orang, 7 orang pedagang sampel bawang merah dan 7 orang sampel pedagang cabe merah.

Pengalaman berdagang dapat mempengaruhi pedagang tersebut dalam pengembangan usahanya. Ditinjau dari pengalaman dalam bidang pemasaran hasil pertanian, dimana pengalaman berdagang sampel lebih banyak kisaran 11 tahun ke atas dibandingkan dengan kisaran 10 tahun ke bawah.

Jumlah tanggungan keluarga juga mempengaruhi dalam hal pengembangan usaha pedagang sampel untuk lebih berkembang. Pedagang akan lebih serius berusaha apabila sudah mempunyai tanggung jawab dan kewajiban terutama yang sudah berkeluarga dan akan termotivasi untuk mengembangkan usahanya apabila memiliki jumlah tanggungan keluarga yang banyak. Kebanyakan pedagang sampel mempunyai tanggungan keluarga 1- 3 orang.

Identitas pedagang merupakan suatu gambaran kondisi sampel pedagang di lapangan, dimana identitas ini mempengaruhi pedagang dalam membeli komoditi hortikultura (bawang merah dan cabe merah). Identitas pedagang juga menggambarkan bagaimana pola pikir pedagang dilihat dari umur dan tingkat pendidikan. Selain itu, pengalaman berdagang juga mempengaruhi tingkat kesuksesan dan jaringan pemasaran pedagang. Dengan pedagang mengetahui karakter petani dan kualitas hasil pertaniannya sehingga pedagang dapat memilih kepada siapa harus membeli bawang merah dan cabe merah. Selain itu pedagang juga memperoleh informasi harga dari pedagang yang melakukan pemasaran hasil pertanian dimana sebagian besar ditentukan oleh pedagang dari luar daerah.

#### **4.4. Profil Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

##### **4.4.1. Peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

Peranan merupakan suatu yang harus dikerjakan, bagian dari tugas utama yang harus dilaksanakan seseorang dalam manajemen dan pola penilaian yang diharapkan dapat menyertai suatu keadaan (kamus Bahasa Indonesia). Untuk



lebih jelasnya peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan dapat dilihat pada Tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan

No	Peranan Badan Pengelola Pasar Agropolitan	Keterangan	Hasil Penelitian
1	Pengertian	Suatu yang harus dikerjakan dalam pengelolaan Pasar Agropolitan	Belum sepenuhnya peran masing-masing pengelola terlaksana
3	Tujuan	Meningkatkan nilai tambah, meningkatkan posisi tawar petani.	Sudah bertambah nilai tambah petani walaupun bertahap.
2	Sasaran	Petani dan pelaku pasar.	Sudah berfungsinya Pasar Agropolitan
3	Kerjasama	Hubungan yang dilakukan Badan Pengelola untuk pengelolaan Pasar Agropolitan	Sudah bekerjasama dengan Gapoktan Alam Gumanti

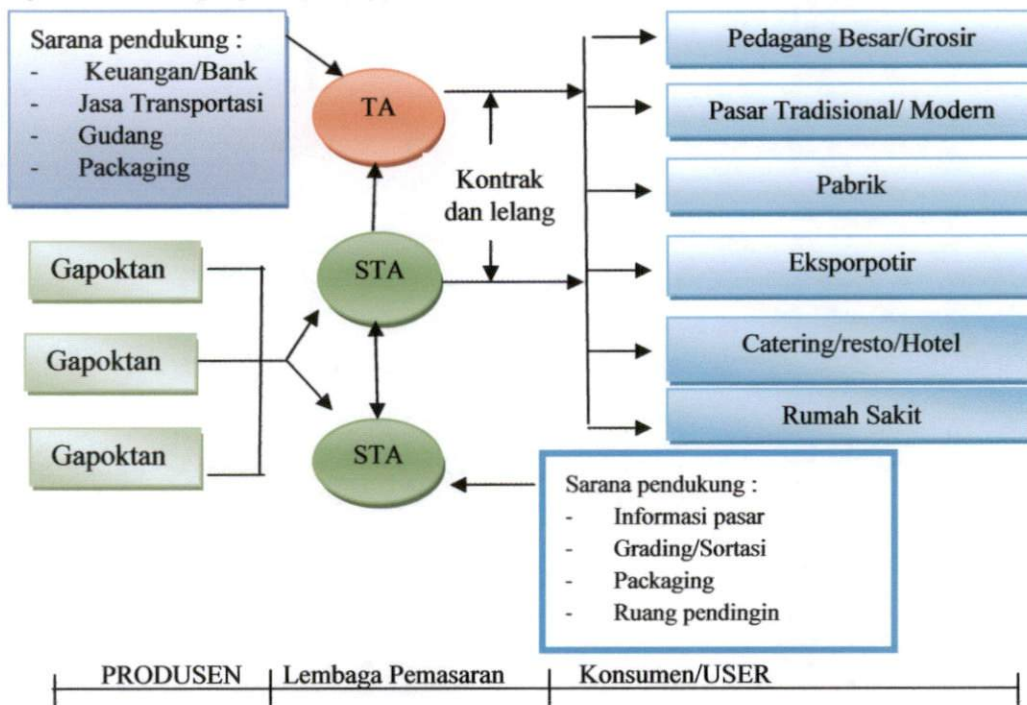
Sasaran utama pembangunan Pasar Agropolitan pada dasarnya adalah untuk meningkatkan nilai tambah bagi petani dan pelaku pasar. Sasaran lainnya adalah mendidik petani untuk memperbaiki kualitas produk, sekaligus mengubah pola pikir ke arah agribisnis sehingga menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah serta mengembangkan akses pasar (Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 2000; Sukmadinata, 2001).

Pengelolaan Pasar Agropolitan, menurut Sukmadinata (2001) dapat dilakukan oleh koperasi pelaku agribisnis, dalam hal ini petani, pengolah serta pedagang, gabungan dari koperasi pelaku agribisnis dengan pemerintah daerah atau bahkan bisa dilakukan hanya oleh pemerintah daerah. Pengelolaan juga dapat dilakukan oleh pengusaha swasta, baik nasional maupun asing. Dengan demikian dalam pengelolaannya, Pasar Agropolitan dapat ditentukan sesuai dengan kepentingan serta kesepakatan dari pelaku agribisnis di dalamnya.

Dari penelitian yang telah dilaksanakan bahwa sasaran di dalam pembangunan Pasar Agropolitan sudah mulai tercapai seperti meningkatnya nilai tambah bagi petani, pelaku pasar dengan berfungsinya Pasar Agropolitan. Pada hari Minggu dan Senin. Sebelumnya hanya ada pasar pada hari Minggu saja sehingga akses pasar petani tidak terbatas untuk menjual hasil pertaniannya. Sudah mulai petani memperbaiki kualitas, bentuk kemasan hasil pertanian sebelum dipasarkan. Hal tersebut masih inisiatif petani yang melakukannya.

Badan Pengelola Pasar Agropolitan telah melakukan kerja sama dengan Gapoktan yang berada di kenagarian Sungai Nanam yaitu Gapoktan Alam Gumanti. Kerjasama yang dilakukan, masih dalam bentuk agar anggota maupun petani yang tidak termasuk anggota kelompok tani, agar saling memberikan informasi, himbauan supaya menjual hasil panennya ke Pasar Agropolitan Aie Baluluak.

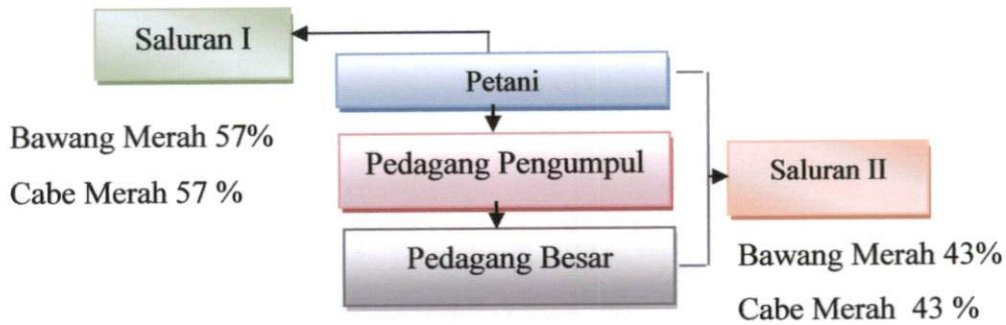
Untuk saat ini kerjasama dengan pemerintah sesuai dengan tujuan dari pembangunan Pasar Agropolitan yaitu memotong rantai pemasaran yang panjang, terciptanya pusat promosi, meningkatkan posisi tawar petani dan sistem kontrak agar menjual pada Badan Pengelola bagian seksi pemasaran setelah itu baru dijual pada pedagang maka tidak terjadi potongan harga yang selama ini terjadi. Berikut ini dapat digambarkan jaringan pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan didirikan dan jaringan pemasaran hortikultura yang seharusnya sesuai dengan tujuan Pasar Agropolitan dapat dilihat pada Gambar 2 dan 3 berikut ini.



Gambar 2. Jaringan pemasaran hortikultura yang seharusnya sesuai dengan tujuan Pasar Agropolitan (Kementrian RI, 2009).

Berikut ini dapat digambarkan jaringan pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun komoditi (bawang merah dan cabe merah) dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.





Gambar 3. Saluran Pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun.

Dari Gambar diatas dapat dilihat bahwa dari pembangunan Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Belum ada terlihat perubahan saluran pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun. Berdasarkan Gambar 2 terlihat persentase penjualan petani pada ke dua saluran pemasaran ada perbedaan. Persentase pada saluran pemasaran I bawang merah dan cabe merah sebesar 57%. jika dibandingkan dengan saluran pemasaran II yaitu sebesar 43% maka terjadi peningkatan jika petani menjual langsung pada pedagang besar.

Berdasarkan dari gambar diatas bahwa dari pembangunan Pasar Agropolitan, agar terciptanya layanan pemasaran yang memadai bagi petani dan pelaku pasar seperti rantai pemasaran, posisi tawar, informasi pasar petani masih sama sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan. Sarana dan prasarana pendukung belum maksimal pemanfaatannya seperti gudang pendingin, gudang penyimpanan, sortasi, pengemasan dan jasa keuangan. Saat ini yang sudah terlihat layanan pemasaran yang sudah ada yaitu penyesuaian agar menjual sesuai dengan komoditi yang dijual, kios, lapangan parkir, tempat bongkar muat dan los pamer sudah dimanfaatkan. Untuk informasi harga setahun pasar berjalan ada dibuat tetapi sekarang sudah tidak ada.

Sistim kontrak antara petani dan pengelola masih belum terlaksana karena belum ada kesepakatan antara kedua belah pihak. Kemauan petani untuk melakukan hal tersebut belum terlihat sehingga pelaksanaan pasar lelang sampai saat ini masih belum ada. Pasar Agropolitan saat ini masih bersifat sebagai infrastruktur pemasaran saja tanpa adanya layanan-layanan pemasaran sebagaimana mestinya, hal tersebut terlihat masih sama saluran pemasaran sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan.



Belum ada perubahan mata rantai pemasaran karena dalam pengelolaan Pasar Agropolitan belum maksimal, masih banyak pengelola yang tidak aktif dan dukungan dari Pemerintah Daerah belum ada realisasinya. Jika dilihat perkembangan pasar saat ini, sudah sepatutnya pemerintah untuk melengkapi sarana prasarana pendukung yang seharusnya ada di Pasar Agropolitan Aie Baluluak dan merenofasinya kembali sehingga tujuan dari pembangunan Pasar Agropolitan dapat tercapai.

Berdasarkan dari penelitian yang dilaksanakan, setiap Badan Pengelola Pasar Agropolitan mempunyai tugas dan tanggung jawab tersendiri atas semua kegiatan yang dilakukan di dalam Pengelolaan Pasar Agropolitan. Dari pengamatan di lapangan dan melakukan wawancara dengan pengurus. Peranan pengurus dalam melakukan pengembangan Pasar Agropolitan, untuk saat ini yang telah mulai terlihat di lapangan seperti sudah mulainya masyarakat menggunakan Pasar Agropolitan Aie Baluluak yang dimanfaatkan pada hari Minggu dan Senin. Petani sudah menjual hasil pertaniannya sesuai dengan komoditi yang mereka jual dan saat ini pasar sudah berkembang dengan semakin banyaknya masyarakat melakukan transaksi jual beli hasil pertanian.

Badan Pengelola Pasar Agropolitan untuk saat ini sedang melakukan musyawarah dengan pengurus, pengguna pasar agar tujuan dari pembangunan Pasar Agropolitan dapat tercapai. Salah satunya dapat memotong rantai pemasaran yang selama ini sangat panjang, meningkatkan posisi tawar petani dan diharapkan Pemerintah daerah dapat membangun kembali dan merenovasi Pasar Agropolitan yang telah runtuh, sehingga sarana dan prasarana Pasar Agropolitan dapat berfungsi dengan optimal dan pengembangannya akan lebih maju kedepannya.

#### **4.4.2. Kewajiban Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

Kewajiban merupakan sesuatu yang diwajibkan, sesuatu yang harus dilaksanakan, keharusan (kamus Bahasa Indonesia). Berdasarkan penelitian yang dilakukan, suatu struktur organisasi setiap pengurus mempunyai tugas dan tanggung jawab tersendiri atas semua kegiatan yang dilakukan di dalam Badan Pengelola Pasar Agropolitan dapat dilihat pada Tabel 9 berikut ini.

Tabel 9. Kewajiban Badan Pengelola Pasar Agropolitan.

No	Kewajiban Badan Pengelola Pasar Agropolitan	Keterangan	Temuan lapangan
1	Pengertian	sesuatu yang diwajibkan, sesuatu yang harus dilaksanakan,	Belum sepenuhnya terlaksana
2	Pihak yang berwenang	Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan	Badan Pengelola Pasar Agropolitan
3	Pengelolaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengelolan Pasar Agropolitan</li> <li>- Program kerja</li> <li>- Penyusunan srategi pengembangan Pasar Agropolitan.</li> <li>- Pertanggungjawaban</li> </ul>	Belum terlaksana, masih badan pengelola Pasar yang melaksanakan tetapi masih belum maksimal

Adapun tugas dan tanggung jawab Badan Pengelola Pasar Agropolitan yang ditetapkan Keputusan Bupati Solok Nomor 500-496 tahun 2008 sebagai berikut :

- a. Menyusun Program kerja Tahunan Badan Pengelola.
- b. Bersama-sama dengan Badan Komisi menyusun strategi pengembangan Pasar Agropolitan.
- c. Bersama-sama dengan Badan Komisi menyusun dan membuat Rencana Anggaran Penerimaan dan Pegeluaran Keuangan Pasar (RAPPKP) setiap tahun anggaran.
- d. Melakukan pengelolaan Pasar Agropolitan dengan tertib meliputi administrasi, inventarisasi dan keuangan pasar.
- e. Menjaga keamanan, ketertiban dan kebersihan pasar
- f. Memugut retribusi pasar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g. Melaporkan pelaksanaan pengelolaan pasar setiap bulan kepada Badan Komisi dan Camat serta Bupati.
- h. Membuat dan menyampaikan pertanggung jawaban Pengelola Pasar Agropolitan setiap akhir tahun anggaran kepada Badan komisi.

(Keputusan Bupati Solok Nomor 500-496 tahun 2008).



Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, di dapatkan bahwa tugas dan tanggung jawab Badan Pengelola Pasar Agropolitan sesuai dengan Keputusan Bupati Solok Nomor 500-496 tahun 2008. Hal tersebut masih belum sepenuhnya dilaksanakan. Adapun tugas dan tanggung jawab yang telah dilaksanakan sesuai dengan keputusan Bupati antara lain, melakukan pengelolaan Pasar Agropolitan dengan tertib meliputi administrasi, inventarisasi dan keuangan pasar, menjaga keamanan, ketertiban dan kebersihan pasar dan memugut retribusi pasar. Masih belum ada ketentuan yang pasti berapa retribusi pasar harus di bayarkan, untuk saat ini retribusi yang diminta seperti retribusi membayar parkir mobil roda empat sebesar Rp. 3.000, dan roda enam Rp. 5.000 - 10.000,. Itupun masih ada pengguna pasar yang tidak membayar dan untuk retribusi kendaraan roda dua sebesar Rp. 1.000,.

Dari temuan di lapangan dengan melakukan pengamatan dan mewawancarai Pengurus Badan Pengelola Pasar Agropolitan, dalam pelaksanaan kegiatan Badan Pengelola Pasar Agropolitan didapatkan bahwa masing-masing pengurus berkewajiban yaitu sebagai berikut :

1. Ketua bertugas memimpin rapat, memberikan informasi kepada anggota dan mewakili Pengelola Pasar Agropolitan dalam pengurusan proposal pengajuan pinjaman dana.
2. Tugas tenaga administrasi mencatat semua kegiatan dan administrasi baik pemasukan maupun pengeluaran yang ada namun tugas tersebut belum sepenuhnya dilaksanakan oleh, wakil, bendahara dan sekretaris dimana tanggung jawab tersebut untuk sementara ketua yang mengambil alih.
3. Seksi keamanan bertanggung jawab secara langsung ke ketua pengelola, bekerjasama dengan seluruh komponen lembaga, melakukan pengamanan terhadap areal kerja Pasar Agropolitan Aie Baluluak dari semua bentuk kegiatan yang illegal/tanpa izin Lembaga Pasar Agropolitan Aie Baluluak, melaporkan kepada pihak yang berwenang apabila terjadi kegiatan-kegiatan illegal, mengkondisikan rasa aman di Pasar Agropolitan dan menjaga keamanan barang agar tidak kehilangan.
4. Seksi pemasaran yaitu menertibkan petani untuk melakukan transaksi jual beli agar menjual sesuai komoditi yang dijual oleh petani.



5. Seksi kebersihan bertanggung jawab atas kebersihan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak, menyapu, membuang sampah di bak sampah yang telah disediakan.
6. Seksi Pendapatan bertanggung jawab untuk mengajukan proposal dana, bekerja sama dengan pengurus lainnya untuk pengembangan Pasar Agropolitan Aie Baluluak.
7. Seksi Bongkar Muat mempunyai tugas yaitu untuk melakukan kegiatan bongkar muat yang ada dipasar agropolitan untuk saat ini suda ada sebanyak 15 orang tenaga kerja bongkar muat di Pasar Agropolitan.
8. Seksi Humas mempunyai kewajiban untuk membangun kerjasama yang sinergis dengan seluruh lembaga. Memberikan saran-saran terkait bidangnya, demi perbaikan pelaksanaan program dan aturan yang berlaku dalam Pasar agropolitan. Membangun kerjasama yang sinergis dengan pihak swasta maupun birokrasi dalam upaya menguatkan Kelembagaan Pasar Agropolitan.
9. Seksi Parkir, tugas tenaga parkir mengatur keluar masuknya mobil di Pasar Agropolitan dan mencatat karcis yang telah dikeluarkan.

#### **4.4.3. Fungsi Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

Adapun Fungsi Badan Pengelola Pasar Agropolitan sesuai dengan Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan (Pasar Sayur Grosir Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten solok). Dalam melaksanakan pengembangan dan pengelolaan yang ditetapkan dalam Keputusan Bupati Solok Nomor 30 tahun 2007 adalah sebagai berikut :

1. Pembinaan dan pengawasan pengelolaan Pasar Agropolitan untuk kelancaran dan ketertiban pengelolaan, pembangunan dan pengembangan pasar perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan
2. Pelaksanaan fungsi, pembinaan dan pengawasan dilaksanakan oleh Badan Komisi Pasar
3. Dalam pengelolaan keungan Pasar Agropolitan maka setiap tahun anggaran Badan Komisi dan Badan Pengelola pasar Agropolitan wajib membuat anggaran penerimaan dan pengeluaran keuangan pasar
4. Anggaran penerimaan dan pengeluaran keuangan Pasar Agropolitan (APPKP) berlaku setelah mendapatkan pengesahan dari Bupati.

5. Apabila anggaran penerimaan dan pengeluaran keuangan Pasar Agropolitan belum mendapatkan pengesahan, maka sebagai dasar penerimaan dan pengeluaran keuangan Pasar Agropolitan berpedoman pada APPKP tahun sebelumnya.
6. Dalam pengelolaan pasar salah satu keuangan yang menjadi pemasukan dari Pasar Agropolitan diantaranya adalah sewa kedai atau kios, los dan pelataran diatur sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
7. Sewa kedai atau kios dipungut secara harian, mingguan dan bulanan dengan memberikan bukti (kwitansi atau kartu sewa) sebagai tanda yang diterbitkan oleh pemerintah daerah.
8. Pembagian pendapatan Pasar Agropolitan antara Pemerintah Kabupaten dan Nagari sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
9. Komposisi pemanfaatan keuangan pasar adalah sebagai berikut :
  - a. 55% dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk operasional pasar.
  - b. 10% dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk dana rehabilitasi/ pembangunan pasar.
  - c. 30% dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk sumber APBD Kabupaten Solok yang dikelola oleh BPKD Kabupaten Solok.
  - d. 5% dari hasil pendapatan bersih diberikan untuk kontruksi terhadap Nagari Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti.
10. Kewajiban penyewa dan pemakai yang ingin menempati kedai/kios dan los dan pelataran dalam wilayah pasar wajib mendapat izin dari pengelola Pasar. Izin dikeluarkan atas pertimbangan Badan Pengelola diketahui oleh Badan Komisi.
11. Selain kewajiban, pengurus, penyewa kios/kedai, los dan pelataran lapangan juga berkewajiban untuk:
  - a. Membayar sewa kedai atau kios, los dan pelataran atau lapangan yang telah ditetapkan tepat pada waktunya.
  - b. Membayar retribusi pasar sesuai dengan ketentuan peraturan daerah.
  - c. Menjaga kebersihan, ketertiban dan keamanan (K3) pasar khususnya dilingkungan masing-masing.



- d. Memiliki tabung racun api yang telah diisi dengan racun api bagi kedai atau kios.
  - e. Penandatanganan hak pemakai kios dan los harus sepengetahuan dari pengelola Pasar Agropolitan.
12. Jika ketentuan tersebut tidak terpenuhi oleh pemakai, maka akan dikenakan sanksi terhadap si pemakai dan penyewa kios, los dan pelataran lapangan yang tidak memenuhinya dikenakan sanksi, berupa penutupan atau penyegelan sementara tempat berjualan.
13. Penutupan atau penyegelan dapat dilakukan setelah diberikan teguran tertulis sebanyak 3 (tiga) kali dalam jangka waktu paling lama 3 (tiga) bulan.

Berdasarkan temuan di lapangan fungsi pengurus Badan Pengelola Pasar Agropolitan yang telah dilaksanakan berdasarkan Keputusan Bupati Solok Nomor 30 tahun 2007 adalah sebagai berikut :

1. Memberikan bimbingan dan pengawasan yang dilakukan Badan pengelola Pasar Agropolitan terhadap petani, pedagang dan pengurus walaupun masih dalam bentuk pembinaan agar menjual sesuai komoditi yang dijual, proses bimbingan dan pengawasan dilakukan pada saat hari pasar.
2. Dalam pengelolaan keuangan Pasar Agropolitan untuk tahun anggaran 2011, Badan Pengelola pasar Agropolitan sudah membuat dan mengajukan anggaran penerimaan dan pengeluaran keuangan pasar tetapi masih belum ada pengesahannya dari pemerintah daerah.
3. Pemasukan Pasar agropolitan untuk saat ini yaitu biaya retribusi yang saat ini sudah dijalankan adalah untuk retribusi kendaraan roda dua Rp. 1.000, untuk kendaraan roda empat dan enam Rp. 5.000, namun ada juga yang tidak mau membayar karena barang yang di atas kendaraanya sedikit dan pengurus harus sabar apabila hal tersebut terjadi pada saat adanya pasar.
4. Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Solok No. 30 tahun 2007. Pengguna dan pemakai Pasar Agropolitan, diwajibkan untuk membayar sewa los yang terpakai oleh pengguna Pasar Agropolitan. Sanksi diberikan pada penyewa dan pemakai apabila tidak membayar sewa kedai, los dan pelataran lapangan yang telah ditetapkan. Namun hal tersebut belum terealisasi dengan baik karena



masih belum ada kesepakatan dengan penyewa dan pemakai. Masih belum ada kesepakatan berapa ketetapan yang harus dibayar.

Berdasarkan hasil penelitian dengan responden, bahwa untuk saat ini hanya beberapa jenis pungutan saja yang berjalan seperti retribusi parkir kendaraan roda dua, roda empat dan enam, WC. Terkadang juga ada diminta retribusi pada pedagang yang menggunakan los pameran namun banyak pedagang yang berjanji-janji untuk membayarnya. Sehingga hal tersebut menjadi sulit untuk dilaksanakan, karena memang masih belum ada ketentuan berapa biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang.

Dalam pemanfaatan keuangan Pasar Agropolitan, sesuai dengan Pedoman pengelolaan Pasar Agropolitan, terlihat di lapangan masih belum terlaksana satupun. Komposisi Keuangan pasar yang didapatkan masih dikelola untuk pembangunan dan pengembangan pasar semuanya. Pungutan yang dibebankan atas pemakai kedai/kios, los belum juga terealisasi dan hanya pungutan untuk pemakaian lapangan parkir yang dapat diminta dari pemakai pasar, itupun ada juga yang menjanjikan-janjikan untuk membayar. Sedangkan untuk pemakai los belum juga terealisasi karena belum ada kesepakatan dengan pemakai. Sanksipun belum juga dapat diberikan terhadap pengguna dan pemakai Pasar Agropolitan.

Hasil wawancara dengan responden, Badan Pengelola Pasar Agropolitan telah menjalankan fungsinya, diantaranya melakukan kerja sama dengan pihak lain di dalam melakukan pengembangan Pasar Agropolitan yaitu dengan bekerja sama dengan Gapoktan Alam Gumanti Kenagarian Sungai Nanam, Dimana diharapkan petani menjual hasil pertanian ke Pasar Agropolitan. Pengurus sudah membuat proposal rencana anggaran. Untuk memperbaiki pasar agropolitan yang sudah rusak akibat gempa bumi pada pemerintah terkait sedang diproses.

#### **4.4.4. Kegiatan yang telah dilakukan oleh Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

Pendirian Pasar Agropolitan Aie Baluluak bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Kawasan Agropolitan dan juga untuk meningkatkan harga jual petani, dengan cara memotong mata rantai perdagangan, menciptakan transparansi harga yang nantinya berdampak pada peningkatan pendapatan petani. Seringkali pemerintah hanya memperhatikan sarana dan prasarana fisik dalam

persyaratan pendirian Pasar Agropolitan, tetapi tidak memperhatikan bagaimana berjalannya perubahan sistem pemasaran sehingga tujuan meningkatkan harga jual petani tidak dapat terealisasi.

Adapun Pembangunan dan pengembangan Pasar sesuai dengan Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan (Pasar Sayur Grosir Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok). Dalam melaksanakan pengembangan dan pengelolaan yang ditetapkan dalam Keputusan Bupati Solok Nomor 30 tahun 2007 adalah sebagai berikut :

1. Pembangunan dan pengembangan dilakukan oleh pihak swasta atau orang pribadi maka yang bersangkutan harus mendapatkan persetujuan oleh Bupati.
2. Pelaksanaan pembangunan harus sesuai dengan Master Plan Pasar Agropolitan sayur yang ditetapkan.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilaksanakan. Masih belum sepenuhnya Badan Pengelola Pasar Agropolitan dapat menjalankan kegiatan yang sesuai dengan Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan (Lampiran 5). Untuk saat ini pembangunan dan pengembangan belum ada kerjasama yang terikat kontrak kerja baik dengan petani, pelaku pasar, Pemerintah daerah Maupun Swasta sehingga tujuan dari pembangunan Pasar Agropolitan belum tercapai. Saat ini Pasar Agropolitan belum mampu menyediakan layanan pemasaran yang seharusnya sudah ada sehingga untuk menjadikan Pasar Agropolitan agar tercipta pasar lelang belum terlaksana.

Sejauh ini Badan Pengelola Pasar Agropolitan hanya yang aktif sebanyak 11 orang diantaranya Ketua Seksi dan beberapa anggota dari pengelola. Kerja sama antara pengelola, petani dan pelaku pasar juga belum ada karena masih belum ada kesepakatan mengenai cara pemasaran dan jaringan pemasaran yang dapat membantu petani.

Pengelola melakukan pengelolaan Pasar Agropolitan seperti menutup jalan yang sudah berlobang, memperluas area parkir dan memperbaiki atap. Biaya yang terpakai, menggunakan uang kas Pasar yang didapatkan dari retribusi pasar dan juga gaji untuk beberapa orang tenaga parkir. Dalam dua (2) hari Pasar, tenaga kerja mendapatkan tunjangan bervariasi antara Rp. 40.000,- sampai Rp. 80.000,-.



itupun kalau banyak mendapatkan uang dari retribusi, jika sedikit maka tenaga juga mendapatkan gaji yang pas-pasan saja.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, hal yang telah dilakukan oleh pengurus Badan Pasar Agropolitan Aie Baluluak sampai saat ini diantaranya, melakukan pembinaan dan pengawasan terhadap pengurus satu dengan yang lainnya jika sudah tidak ada datang ke pasar. Bekerja sama dengan pengurus lainnya untuk menertibkan pengguna pasar agar saling menjaga dalam menggunakan Pasar Agropolitan. Mengkondisikan rasa aman di Pasar Agropolitan, mengajukan proposal pada pemerintah Kabupaten agar Pasar Agropolitan dapat dibenahi pasca gempa, mengajukan Rencana Anggaran Pasar Agropolitan, melakukan pengawasan dan pembinaan pada petani dan pedagang untuk menjual hasil pertanian sesuai komoditi. Menutup area parkir dan jalan yang sudah berlobang dan menjaga kebersihan Pasar Agropolitan Aie Baluluak.

Untuk menjalankan fungsinya dengan baik, struktur organisasi dan manajemen Pasar Agropolitan harus dilakukan secara terpadu dan profesional. Kepengurusan Pasar Agropolitan harus terdiri dari orang-orang yang banyak terlibat dalam struktur pemasaran, dan komoditi agribisnis yang ditangani di daerah yang bersangkutan, serta memiliki kemampuan manajemen yang memadai.

Selain itu untuk menghidupi kegiatan operasional Pasar Agropolitan, juga harus ditentukan berapa persen dari bagian yang akan diterima oleh Pasar Agropolitan. Melalui kesepakatan transaksi, pendaftaran pelelangan, serta besarnya ongkos angkut yang sudah disetujui atau semacam registrasi intern para pemilik produk dengan Badan Pengelola Pasar Agropolitan.

#### **4.4.5. Kondisi Pasar Agropolitan**

Pembangunan dan pengembangan Pasar Agropolitan sebagai suatu infrastruktur pasar yang tidak saja merupakan tempat transaksi jual beli, namun juga merupakan wadah yang dapat mengkoordinasi berbagai kepentingan pelaku agribisnis seperti sarana dan prasarana pengemasan, sortasi, grading, ruang penyimpanan, los pameran, transportasi, tempat pelatihan, serta merupakan tempat untuk saling berkomunikasi bagi para pelaku agribisnis di dalam mengatasi berbagai masalah yang dihadapi (Suranto 2010).



Pasar Agropolitan Aie Baluluak merupakan infrastruktur pemasaran untuk transaksi jual beli hasil-hasil pertanian. Diharapkan dapat berfungsi dalam hal pembinaan, peningkatan mutu produksi pertanian sesuai dengan permintaan pasar, pusat informasi, promosi, dan tempat latihan atau magang dalam upaya pengembangan dan peningkatan sumber daya manusia. Berikut ini dapat dilihat kondisi Pasar Agropolitan pada Tabel 10.

Tabel 10. kondisi Pasar Agopolitan.

No	Kondisi Pasar Agropolitan	Keterangan	Hasil Penelitian
1	Pengertian	Keadaan infrastruktur pemasaran dan pelayanan hasil hasil pertanian.	Infrastruktur sudah memadai tetapi pelayan hasil-hasil pertanian belum terlihat.
2	Tujuan	Peningkatan mutu produksi pertanian sesuai dengan permintaan pasar, pusat informasi, promosi, dan tempat latihan	Mutu produksi sudah baik tetapi belum ada kerja sama dengan pengelola, sudah terjadinya pusat informasi, dan masih belum terjadinya pembinaan dan latihan bagi pengguna
3	Sasaran	Petani, pedagang	Petani dan Pedagang
4	Sarana dan Prasarana	Luas Pasar Agropolitan 4 Ha, Kios, los pamer, gudang pendingin, tempat pencucian, lapangan parkir , gudang penyimpanan, bongkar muat.	Belum ada gudang pendingin, tempat pencucian dan pemanfaatannya masih belum maksimal.

Berdasarkan Tabel 10, Pasar Agropolitan berada pada tanah seluas 4 ha, dimana mempunyai sarana dan prasarana pendukung dalam pengembangan Pasar Agropolitan. Los pamer sebanyak 50 ruangan, terdiri dari 10 kios di depan, yang tertutup digunakan untuk kios Cabe Merah oleh petani dan pedagang dalam melakukan transaksi jual beli. Kegiatan yang dilakukan disana adalah sortasi, menimbang, digunakan juga untuk warung nasi, konter hp dan warung. 8 los pamer yang terbuka untuk memamerkan bawang merah, seledri. 32 los pada bagian belakang tidak terpakai karena sudah tidak layak pakai, bangunannya sudah rusak akibat gempa. Sudah ada yang dibongkar oleh pengurus. Disamping los pamer, juga dimanfaatkan oleh pengguna Pasar Agropolitan dalam melakukan transaksi jual beli seperti kentang, kol, tomat, sawi, seladri, wartel dan bawang daun (lampiran 10).

Kondisi sarana dan prasarana Pasar Agropolitan Aie Baluluak, yang juga telah dimanfaatkan adalah lapangan parkir, kantor pengurus masih belum lengkap

fasilitasnya, tempat ibadah, wc, gudang. Berdasarkan wawancara dengan pengurus, gudang penyimpanan (*Trading House*) yang merupakan salah satu fasilitas Pasar Agropolitan sampai saat ini terpakai untuk kantor Kenagarian Sungai Nanam. Untuk pembinaan dan pelatihan bagi petani, pelaku agribisnis di Pasar Agropolitan belum dapat terealisasi. Badan Pengelola Pasar Agropolitan dan pemerintah daerah belum ada sosialisasi mengenai pembinaan dan pelatihan tersebut kapan akan dilaksanakan.

Pasar Agropolitan belum mampu mewujudkan layanan-layanan yang disajikan seperti pasar lelang dan informasi harga dari berbagai daerah agar dapat mendukung kegiatan pemasaran. Menumbuh kembangkan kembali kepercayaan petani dan pedagang terhadap Pasar Agropolitan. Selain itu perlu adanya kerjasama dari pengelola, petani, pedagang terhadap Pasar Agropolitan Aie Baluluak, untuk turut memajukan kegiatan pemasaran antara lain dengan mengadakan pertemuan antara petani, pedagang dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa Pasar Agropolitan semenjak diresmikan pada tanggal 2 Agustus 2009, sampai sekarang sudah mulai menunjukkan perkembangan kearah yang lebih baik. Sudah dimanfaatkannya sarana dan prasarana Pasar Agropolitan oleh pengguna. Dari pengamatan di lapangan yang penulis lakukan, dimana Pasar Agropolitan setiap waktu pasar dari Minggu ke Minggu menunjukkan peningkatan dengan semakin ramainya pasar. Banyaknya masyarakat yang memanfaatkan Pasar Agropolitan Aie Baluluak untuk melakukan transaksi jual beli.

Lokasi yang sangat strategis dapat terjangkau oleh masyarakat di kawasan agropolitan. Sebelahnya juga pusat pemerintahan Kenagarian Sungai Nanam yaitu kantor wali nagari, dan dekat dengan lahan pertanian sehingga petani lebih mudah untuk membawa hasil usahatannya ke Pasar Agropolitan. Hal tersebut mengurangi biaya pengangkutan yang selama ini dapat mengurangi pendapatan petani.

Berdasarkan Keputusan Bupati Solok Nomor 30 tahun 2007 mengenai kewajiban Badan pengelola Pasar Agropolitan yaitu penyewa kios/kedai, los dan pelataran lapangan juga berkewajiban untuk:



- a. Membayar sewa kedai atau kios, los dan pelataran atau lapangan yang telah ditetapkan tepat pada waktunya.
- b. Membayar retribusi pasar sesuai dengan ketentuan peraturan daerah.
- c. Menjaga kebersihan, ketertiban dan keamanan (K3) pasar khususnya di lingkungan masing-masing.
- d. Memilki tabung racun api yang telah diisi dengan racun api bagi kedai atau kios.
- e. Penandatanganan hak pemakai kios dan los harus sepengetahuan dari pengelola Pasar Agropolitan.

Dari temuan dilapangan, kewajiban penyewa dan pemakai belum sepenuhnya dapat berjalan karena antara Badan Pengelola Pasar Agropolitan dengan penyewa dan pemakai pasar belum ada kesepakatan berapa ketentuan untuk membayar sewa kios dan los. Sanksi belum juga dapat diberikan oleh pengurus terkait belum adanya kesepakatan tersebut. Untuk kebersihan, ketertiban dan keamanan pasar sudah dilaksanakan dengan dibersihkannya pasar 1 kali seminggu oleh seksi kebersihan. Keamanan pasar juga terjaga sampai saat sekarang ini.

#### **4.4.6. Pemanfaatan Pasar Agropolitan**

Pasar Agropolitan menurut Tanjung 2001 (dalam Anugrah 2004), sebagai infrastruktur pemasaran bermanfaat untuk memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas hortikultura yang meliputi (1) memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas agribisnis karena mencakup sebagai pusat transaksi hasil-hasil agribisnis, memperbaiki struktur pasar, cara dan jaringan pemasaran, sebagai pusat informasi pertanian serta sebagai sarana promosi produk pertanian. (2) Mempermudah pembinaan mutu hasil-hasil pertanian yang meliputi penyediaan air bersih, los, gudang, *cool room* dan *cold strage*, melatih para petani dan pedagang dalam penanganan dan pengemasan hasil-hasil pertanian, (3) Sebagai wadah bagi pelaku agribisnis untuk merancang bangun pengembangan agribisnis, mensinkronkan kebutuhan dan permintaan pasar dengan manajemen lahan, pola tanam, kebutuhan saprodi dan permodalan serta peningkatan sumber daya manusia dalam melakukan pemasaran (4) Peningkatan pendapatan daerah melalui jasa pelayanan

pemasaran dan pengembangan potensi agribisnis dan wilayah. Berikut ini dapat dilihat pemanfaatan Pasar Agropolitan Aie Baluluak pada Tabel 11.

Tabel 11. Pemanfaatan Pasar Agropolitan.

No	Pemanfaatan Pasar Agropolitan	Keterangan	Hasil Penelitian
1	Pengertian	Memperlancar kegiatan dan meningkatkan efisiensi pemasaran komoditas hortikultura	Sudah terlihat dengan berfungsinya pasar pada hari Minggu dan Senin. akses pasar lebih cepat, penjualan sesuai dengan komoditi yang dijual
2	Sasaran	Petani dan pelaku pasar	Petani dan pelaku pasar
3	Tujuan	Meningkatkan nilai tambah, pusat informasi, pemasaran, penanganan dan pengemasan pasca panen.	Belum ada nilai tambah bagi petani. Penanganan dan pengemasan pasca panen belum terlihat. Petani kebanyakan menjual pada p.pengumpul kerana informasi harga belum ada, informasi dari pedagang.
4	Pemanfaatnya	Tempat penampungan, pemasaran dengan layanan-layanan yang ada di Pasar Agropolitan	Tempat penampungan hasil pertanian sudah dipakai tetapi layanan-layanan yang ada belum terwujud seperti lelang, informasi harga.

Sasaran utama pembangunan dan pengembangan Pasar Agropolitan pada dasarnya adalah untuk meningkatkan nilai tambah bagi petani dan pelaku pasar, di samping untuk mendidik petani untuk memperbaiki kualitas produknya sekaligus mengubah pola pikir ke arah agribisnis serta menjadi salah satu sumber pendapatan asli daerah di samping untuk mengembangkan akses pasar ( Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 2000 *cit.* Sukiradinata, 2001).

Berdasarkan Tabel 11, dari informasi yang diperoleh dari Badan Pengelola Pasar Agropolitan, Pasar Agropolitan sudah dimanfaatkan sebagai tempat penampungan dan pemasaran hasil pertanian masyarakat di sekitar Kawasan Agropolitan. Kondisi sarana prasarana Pasar Agropolitan belum sepenuhnya dimanfaatkan, seperti gudang pendingin, tempat pencucian, los pameran, dan prosesing hasil pertanian sebelum dipasarkan dan juga ada sebagian los yang sudah tidak layak pakai.

Dalam peningkatan akses pemasaran mencakup memperbaiki struktur pasar, cara dan jaringan pemasaran, pengelolaan permintaan pasar, manajemen lahan serta peningkatan pendapatan daerah melalui layanan pemasaran yang ada di Pasar Agropolitan. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, belum ada



layanan tersebut terwujud bagi pengguna pasar. Sistem kontrak dengan pengelola agar pengelola yang membeli hasil pertanian ke petani. Setelah itu pengelola pasar yang akan menjualnya kepada pedagang tanpa harus ada potongan harga yang terjadi selama ini dan posisi harga yang tinggi. Namun hal tersebut belum ada kerjasama antara Badan Pengelola Pasar Agropolitan dengan petani, pedagang sehingga pemanfaatan layanan pemasaran yang ada di Pasar Agropolitan belum dapat terwujud.

Berdasarkan penemuan di lapangan yang baru dimanfaatkan oleh petani, pedagang, pengguna Pasar Agropolitan adalah tempat bongkat muat, tempat parkir, sortasi, los pameran bawang merah, los pameran cabe merah, seladri, tomat dan sayur mayur lainnya. Bagian samping juga terpakai oleh pengguna Pasar Agropolitan untuk menjual hasil pertanian lainnya seperti kol, sawi, ubi jalar, kentang, bawang daun, wortel dan lain sebagainya.

Pasar Agropolitan, sudah dimanfaatkan oleh masyarakat pada hari Minggu dan Senin. Hari Minggu pasar dimulai dari jam 11.00- 17.00 WIB atau sering disebut pengguna pasar sebagai pasar sore. Pada hari Senin dari jam 07.00-13.00, dimana pengguna Pasar Agropolitan di Kawasan Agropolitan secara umum melakukan transaksi pada pagi hari saja sampai siang. Kerjasama yang seharusnya ada dilaksanakan belum ada realisasinya di Pasar Agropolitan. Sejauh ini kerjasama yang dilaksanakan pengelola adalah dengan Gapoktan yang ada di Kenagarian Sungai Nanam yaitu Gapoktan Alam Gumanti.

Kerjasama yang dilakukan masih dalam bentuk sosialisasi agar petani dapat menjual hasil pertaniannya ke Pasar Agropolitan, tanpa harus menjual kepada pedagang pengumpul yang datang ke rumah. Itupun belum ada kesepakatan atau sistem kontrak yang seharusnya ada. Belum ada Kelompok Tani dan petani yang bergabung menjadi anggota agar menjual hasil pertanian pada pengelola Pasar.

#### **4.5. Perubahan Tataniaga Hortikultura Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan di Bangun**

##### **4.5.1. Saluran Pemasaran bawang merah dan cabe merah Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan di Bangun**

Pemasaran merupakan subsistem terpenting dalam agribisnis. Kegiatan pemasaran ini pada umumnya berpengaruh terhadap pendapatan petani, karena terkait tingkat harga yang diterima petani. Pemasaran yang tidak efisien berbentuk pasar yang kurang bersaing, rantai pemasaran yang terlalu panjang, sarana dan prasarana transportasi yang kurang memadai, sistem kelembagaan yang kurang sehat merupakan masalah pemasaran yang pada umumnya akan berpengaruh terhadap tingkat harga yang diterima petani.

Fenomena lain menunjukkan bahwa jaminan pasar merupakan persyaratan utama yang menentukan tingkat keunggulan suatu komoditas, termasuk di dalamnya indikasi tentang daya tampung dan potensi pengembangan pasar, tingkat efisiensi pemasaran, kesesuaian agroekosistem dan peluang pengembangan teknologi pertanian. Disisi lain, pola pemasaran tidak mampu menunjang upaya pengembangan berbagai komoditas. Posisi tawar menawar petani yang lemah serta semakin banyak produksi pesaing dari dalam maupun dari luar kawasan agropolitan, yaitu menuntut upaya peningkatan efisiensi pemasaran dengan mengembangkan infrastruktur pemasaran (Anugrah, 2004).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terhadap responden, maka diketahui saluran pemasaran komoditi hortikultura (bawang merah dan cabe merah), yang dilalui sebelum Pengembangan pasar Agropolitan (Juli 2009 kebawah), dan setelah Pasar Agropolitan di bangun seperti yang terlihat pada Tabel 12.



Tabel 12. Saluran Pemasaran Komoditi Hortikultura (bawang merah dan cabe merah) yang dilalui sebelum dan setelah pasar Agropolitan dibangun

No	Variabel yang diamati	Sebelum Pengembangan pasar Agropolitan (2009)	Sesudah Pengembangan pasar Agropolitan sampai sekarang 2011	Keterangan
1	Saluran pemasaran komoditi hortikultura (Bawang merah dan cabe merah) yang dilalui	Saluran pemasaran I - Produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar Saluran pemasaran II - Produsen - pedagang besar	Saluran pemasaran I - Produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar Saluran pemasaran II - Produsen - pedagang besar	Tidak ada perubahan saluran pemasaran masih tetap sama sebelum dan setelah adanya pasar agropolitan
2	Jarak antara produsen dan konsumen.	Dijual kepasar alahan panjang dengan jarak 8 km, pasar taratak paueh 2 km kondisi pasar juga krang memadai.dan ada juga dijual langsung dijual dirumah	1 km, lahan petani dekat dengan pasar agropolitan	Ada perubahan yaitu jarak petani untuk menjual hasil pertanian lebih dekat ke Pasar Agropolitan dan kondisi pasar lebih memadai dalam melaksanakan transaksi jual beli.
3	Tingkatan saluran pemasaran	Saluran pemasaran I - Produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar Saluran pemasaran II - Produsen - pedagang besar	Saluran pemasaran I - Produsen - pedagang pengumpul - pedagang besar Saluran pemasaran II - Produsen - pedagang besar	Masih sama tingkatan saluran pemasarannya.

Perbedaan mendasar perubahan saluran pemasaran, komoditi Hortikultura (Bawang merah dan cabe merah), yang dilalui sebelum Pembangunan Pasar Agropolitan sampai sekarang adalah terlihat pada jarak produsen ke pasar, dimana melakukan transaksi jual beli yang merupakan salah satu penyebab panjangnya rantai pemasaran yang harus dilalui Komoditi Hortikultura (Bawang Merah dan cabe merah), sebelum adanya Pasar Agropolitan. Adapun dampak pembagunan Pasar Agropolitan sebelum dan setelah adanya Pasar agropolitan adalah sebagai berikut :

1. Sebelumnya, petani menjual ke pasar Alahan Panjang dengan jarak 8 km itupun pasar ada pada hari Kamis dan Sabtu . Pasar Taratak Pauh hari Senin dengan jarak 2 km disamping itu juga, kondisi pasar yang kurang memadai karena terlalu sempit untuk melakukan transaksi jual beli. Setelah adanya Pasar Agropolitan petani lebih mudah untuk melakukan transaksi jual beli dengan pedagang, karena lebih dekatnya tempat menjual hasil pertanian. Kondisi pasar yang lebih luas, bebas untuk bertransaksi dan untuk saat ini petani telah menjual hasil pertanian seperti bawang merah, cabe merah, seladri, kol, bawang daun, tomat dan lain sebagainya sesuai dengan komoditi yang dijual di Pasar Agropolitan.
2. Akses transportasi lebih dekat ke Pasar Agropolitan. Penjualan lebih cepat tanpa harus menunggu pedagang datang ke rumah untuk membeli.
3. Sebelumnya, ada juga pedagang yang datang langsung ke rumah untuk membeli sehingga petani hanya menerima harga dari pedagang tanpa adanya informasi harga. Jikapun ada informasi harga, tetapi tidak berpengaruh terhadap posisi tawar petani. Ada juga petani menjual ke pasar tapi melalui pedagang pengumpul yang ada di pasar.
4. Setelah adanya Pasar Agropolitan, petani sudah mulai memanfaatkan pasar dengan melakukan transaksi jual beli pada hari minggu dan senin, tanpa menjual di rumah. Informasi harga lebih mudah di akses/ didapatkan oleh petani sehingga posisi tawar petani lebih menunjukkan kemajuan. Itu semua, di dasarkan juga atas banyak atau tidaknya hasil pertanian yang masuk ke pasar Agropolitan, jika komoditi sedikit masuk maka posisi tawar petani akan lebih tinggi, maka akan terjadi tawar menawar dengan pembeli tanpa hanya menerima harga yang telah ada.
5. Akses pemasaran lebih terarah. Petani sudah tahu kemana menjual hasil usahatannya, karena di Pasar Agropolitan, tempat penjualan disesuaikan dengan komoditi yang akan dijual dalam melakukan transaksi jual beli. Petani tidak perlu mencari tempat, pedagang agar menjual hasil pertanian dapat terjual. Jika dibandingkan dengan pasar sebelumnya, lokasi kurang memungkinkan untuk melakukan transaksi, akses transportasi susah dan yang



terpenting dalam melakukan penjualan terpaksa harus mencari-cari tempat untuk menjual.

6. Dengan adanya Pasar Agropolitan, yang telah berfungsi pada hari Minggu dan Senin, sangat membantu petani untuk memasarkan hasil pertaniannya tanpa harus menunggu hari pasar di Alahan Panjang. Berangsur-angsur petani tidak menjual lagi bawang merah dan cabe merah di rumah tanpa harus menunggu pedagang untuk membeli ke rumah.
7. Sudah dimanfaatkannya, sarana prasaran dan layanan pemasaran di Pasar Agropolitan, oleh pengguna seperti los pamer kios, lapangan parkir, tempat bongkar muat. Walaupun hal tersebut belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan, karena layanan pemasaran yang seharusnya ada, tetapi masih belum ada wujudnya seperti, cara pemasaran sistim kontrak, prosesing dan pengemasan dan informasi harga yang dapat membantu tanpa harus bergantung pada harga telah ada di pasaran. Sebagian besar harga ditentukan oleh pedagang. Itu juga tergantung banyak atau tidak petani menjual hasil pertanian.

Setelah pengembangan Pasar Agropolitan Aie Baluluak, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terlihat pada Tabel 12, bahwa saluran pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun masih sama. Petani dapat mengurangi biaya-biaya pemasaran seperti upah angkat, ongkos ojek. Saat ini biaya tersebut sudah dapat dikurangi setelah adanya Pasar Agropolitan, karena lokasi tempat melakukan transaksi jual beli lebih dekat dengan lahan petani, sehingga lebih memudahkan untuk menjualnya. Proses pengangkutan bisa dengan kendaraan sendiri jika dibandingkan sebelum adanya pasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Saluran pemasaran bawang merah (*Allium cepa*) dan cabe merah (*Capsicum annum*), yang dilalui sebelum dan setelah pengembangan kawasan agropolitan. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini yaitu:

a. Produsen

Produsen adalah pihak yang memproduksi bawang merah dan cabe merah untuk dijual ke pihak lain. Produsen merupakan pihak pertama dari alur pemasaran komoditi hortikultura bawang merah dan cabe merah. Produsen dapat memiliki berbagai skala usaha yang pada akhirnya memiliki kapasitas produksi

yang berbeda-beda. Produsen yang dijadikan sampel dalam penelitian ini sebanyak 7 produsen komoditi hortikultura bawang merah dan 7 produsen cabe merah, dengan lokasi dan kapasitas produksi yang berbeda-beda.

#### b. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan pihak yang melakukan pembelian bawang merah dan cabe merah hasil produksi produsen. Pedagang pengumpul kemudian melakukan penjualan kepada pedagang besar atau dapat juga dijual langsung kepada konsumen. Seorang pengumpul umumnya juga mengangkut komoditas pertanian lain untuk dijual kembali.

#### c. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah pihak yang melakukan pembelian dan penjualan bawang merah dan cabe merah dengan jumlah besar. Pada penelitian ini, pedagang besar merupakan pedagang yang memiliki kuantitas transaksi pembelian dan penjualan diatas 400 kg. Lokasi pedagang besar yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Pada umumnya para pedagang melaksanakan kegiatan perdagangan di dalam pasar tersebut.

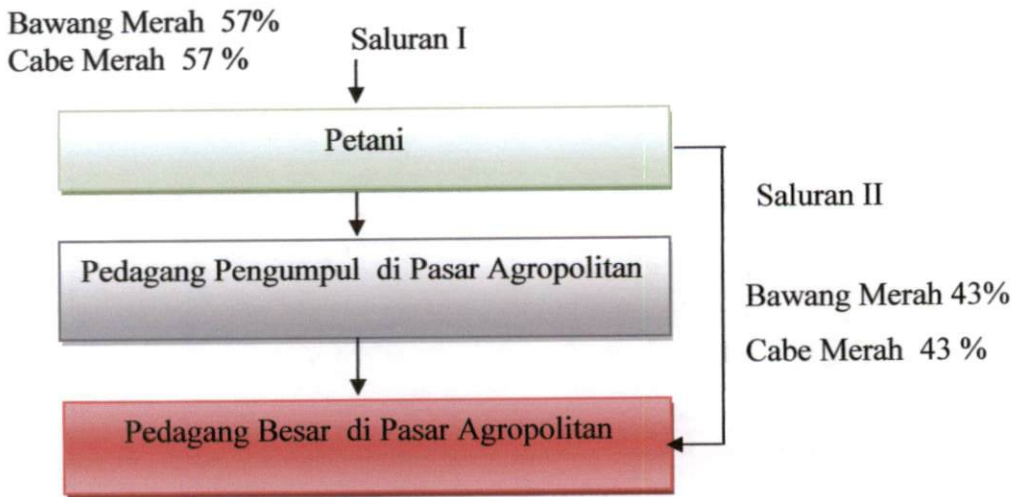
Pedagang besar dapat melakukan kegiatan penjualan ke berbagai lembaga pemasaran lain seperti ke pedagang pengecer, tukang sayur, atau bahkan konsumen akhir sekalipun. Dengan menggunakan tingkat harga yang berbeda-beda untuk lembaga pemasaran yang berbeda, para pedagang besar kadangkala merupakan penentu harga bawang merah dan cabe merah di suatu pasar.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah yang dilalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun, masih belum mengalami perubahan. Masih sama sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Adapun tingkatan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini ada dua yaitu:

- 1) Saluran pemasaran I : Produsen – Pedagang pengumpul – Pedagang besar
- 2) Saluran pemasaran II : Produsen–pedagang besar

Untuk lebih jelasnya pada Gambar 4 disajikan mata rantai pemasaran bawang merah dan cabe merah di daerah penelitian.





Gambar 4. Skema saluran pemasaran bawang merah dan cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak

Dari hasil penelitian, rantai pemasaran dapat dibagi dalam dua saluran pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun. Saluran pemasaran I sebesar 57%,. Petani menjual bawang merah dan cabe merah ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul menjual lagi ke pedagang besar di Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Transaksi di Pasar Agropolitan umumnya dilakukan kepada pedagang pengumpul yang menjadi pemasok untuk pedagang besar. Untuk saluran pemasaran II petani langsung menjual ke pedagang besar dengan persentase 43%.

Proses pemasaran bawang merah dan cabe merah, yang dilalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun, diawali dari penjualan oleh petani melalui penjualan kepada pedagang pengumpul. Jalur pemasaran yang ada di tempat penelitian, untuk saluran I diawali dari pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul yang ada di tempat penelitian ada sebanyak 8 orang pedagang terdiri dari 4 (empat) pedagang pengumpul bawang merah dan 4 (empat) pedagang pengumpul cabe merah.

Saluran pemasaran II, diawali dari pedagang besar. Dari penelitian yang dilakukan ada 6 orang pedagang besar terdiri dari 3 pedagang besar bawang merah dan 3 cabe merah. Adapun orang yang bertindak sebagai pedagang pengumpul dan pedagang besar adalah mempunyai cukup modal untuk melakukan kegiatan pemasaran ini. Hampir semua proses penjualan komoditi hortikultura ini

melalui pedagang pengumpul tetapi ada juga petani yang menjual langsung ke pedagang besar.

Analisis mengenai masing-masing saluran pemasaran, lembaga- lembaga pemasaran yang terkait dalam setiap saluran akan dijelaskan dalam pembahasan berikut ini.

#### 1. Saluran pemasaran I

Pada saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran yang terdiri dari (a) Produsen (b) pedagang pengumpul, (c) pedagang besar. Petani menyalurkan produknya melalui pedagang pengumpul dengan jumlah cabe merah rata-rata 100 kg per petani dalam 1 bulan. Sedangkan untuk bawang merah petani dalam 1 kali pasar menjual 100 kg/ petani. Jumlah petani yang menggunakan saluran pemasaran I ini adalah sebanyak delapan (8) responden ( empat responden bawang merah dan empat cabe merah ) dari empat belas (14) responden. Setelah dibeli oleh pedagang pengumpul, kemudian bawang merah dan cabe merah tersebut disalurkan lagi melalui pedagang besar yang berada di Kecamatan Lembah Gumanti. Kemudian disalurkan melalui pedagang pengecer untuk disampaikan pada konsumen akhir di luar daerah seperti Solok, Padang, Bukittinggi, Pasaman, Riau dan Jambi.

Harga pada saat penelitian berlangsung, yakni pada minggu pertama sampai ke empat September ( 5 September – 27 September 2011) dengan selisih harga per minggu berkisar dari Rp 2.000, sampai Rp 3.000, per kg. Maka harga pembelian rata-rata bawang merah oleh pedagang besar di Pasar Agropolian saat penelitian berlangsung adalah Rp 12.000, per kg,- dan cabe merah adalah Rp. 17.000, per kg.

#### 2. Saluran pemasaran II

Pada pola pemasaran II adalah saluran pemasaran yang terdiri dari (a) Produsen (b) pedagang besar. Pada pola pemasaran II ini petani menjual panennya ke pedagang besar dengan jumlah cabe merah yang dijual atau rata-rata sebanyak 30-40 kg per petani dalam 1 kali pasar. Dalam 1 bulan petani menjual rata 100 kg per petani. Setelah dari pedagang besar kemudian cabe merah tersebut kemudian disalurkan kepada konsumen akhir. Adapun jumlah petani yang menggunakan saluran pemasaran ini adalah 6 orang dari 14 sampel.



Pedagang besar merupakan lembaga pemasaran yang paling berpengaruh dalam pasar dalam penentuan harga beli dari produsen. Dengan jaringan pasokan yang luas serta kemampuan membeli dan menjual bawang merah dan cabe merah, dalam jumlah besar pada waktu singkat, maka menjual langsung kepada konsumen bukanlah sasaran utama dari pedagang besar.

Penelitian menunjukkan, bahwa pedagang besar melakukan perdagangan utama atau dalam jumlah besar, bukan kepada konsumen. Dari sampel penelitian terhadap enam pedagang besar yang terdiri dari tiga pedagang bawang merah dan tiga pedagang cabe merah di Pasar Agropolitan Aie Baluluak. Harga pada saat penelitian berlangsung, yakni pada minggu pertama sampai ke empat September (5 September – 27 September 2011), dengan selisih harga per minggu berkisar dari Rp 2.000,- sampai Rp 3.000,- per kg. Maka harga pembelian rata-rata bawang merah oleh pedagang besar di Pasar Agropolitan saat penelitian berlangsung adalah Rp 10.000,- per kg,- dan cabe merah adalah Rp. 15.000,- per kg,

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa dengan adanya perbedaan saluran dan panjang pendeknya saluran pemasaran, ini akan mempengaruhi tingkat harga dan posisi tawar petani, bagian keuntungan, biaya serta margin pemasaran, yang diterima setiap pelaku pemasaran bawang merah dan cabe merah. Berdasarkan pemasaran jenis saluran pemasaran yang dilalui terlihat bahwa petani melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan dua saluran pemasaran.

#### **4.5.2. Margin Tataniaga Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan di Bangun**

Perhitungan mengenai tingkat penerimaan petani dan biaya pemasaran komoditi hortikultura (Bawang merah (*Allium cepa*) dan cabe merah (*Capsicum annum*), sebelum dan setelah pengembangan Pasar Agropolitan, diperoleh berdasarkan harga rata-rata yang berlaku (sebelum) pada bulan Januari – Juli 2009. Setelah Pasar Agropolitan Aie Baluluak di bangun, dimana data yang diambil adalah harga rata-rata saat penelitian, yaitu pada bulan Agustus- September 2011. Harga beli bawang merah dan cabe merah oleh konsumen akhir, yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang harus dikeluarkan mulai dari proses pembelian sampai diterima konsumen akhir.

Analisa dilakukan berdasarkan harga rata-rata bawang merah dan cabe merah pada bulan Juni-Juli 2009. Setelah Pasar Agropolitan Aie Baluluak di bangun, dimana data yang diambil adalah harga rata-rata saat penelitian yaitu pada bulan Agustus- September 2011. Mulai dari tingkat petani sampai ketingkat pedagang besar. Semua biaya dan keuntungan dalam analisa margin tataniaga ini dinyatakan dalam satuan Rp per Kg.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, didapatkan dua pola saluran pemasaran, dimana belum ada perubahan saluran pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun, masih tetap sama saluran pemasaran yang dilalui, yang membedakan pedagang pengumpul dan pedagang besar dalam membeli dari petani yaitu 1) Petani menjual ke pedagang pengumpul karena jumlah cabe merah yang dijual 10-20 kg, ada yang menjual 5 kg itupun juga tergantung mutu, kualitas cabe merah yang dijual. Jika bentuk cabe merah kurang, maka harga yang diterima akan berkurang pula. Apabila kualitasnya bagus bahkan petani dapat juga tawar menawar. Petani tidak akan menjual jika harganya tidak cocok. 2) Pedagang besar lebih cenderung membeli per karung dengan berat rata-rata 50-100 kg. Ada yang langsung membeli ke petani, Ada juga melalui pedagang pengumpul. Untuk lebih jelasnya margin tataniaga bawang merah sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun dapat dilihat pada Tabel 13.



Tabel 13. Analisa Perbedaan Margin Tataniaga Sebelum Dan Pasar Agropolitan di Bangun , Komoditi Hortikultura (Bawang Merah ), Saluran Pemasaran I Dan II

No	Keterangan	Sebelum						Setelah					
		saluran Pemasaran I			saluran Pemasaran II			saluran Pemasaran I			saluran Pemasaran II		
		Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)
1	Petani	15.000		88,22	17.000		100	10.000		83,23	12.000		100
	Biaya Pemasaran :												
	Panen		600	3,50		600	3,50		800	6,71		800	6,73
	Upah Ojek		20	0,11		20	0,11		-	-		-	-
	Beli karung		15	0,08		15	0,08		30	0,25		30	0,25
	Transportasi		-			-			50	0,33		50	0,35
	Irok		500	2,90		500	2,90		600	3,52		600	3,52
	Upah membersihkan		500	2,90		500	2,90		700	5,55		700	5,84
	Beli karet		1	0,33		1,00	0,33		1,00	0,33		1,00	0,33
	Jumlah		1.636	9,62		1.636	9,62		2.181	18,17		2.181	18,17
	Pendapatan Petani		13.364	78,61		14.364	84,49		7.819	65,15		7.819	65,15
2	Pedagang pengumpul	15.000		88,24	-	-	-	10.000		83,00	-	-	-
	Biaya Pemasaran :												
	Biaya transportasi		100	0,58		-	-		100	0,83		-	-
	upah timbang		5,02	0,02		-	-		10	0,08		-	-
	retribusi		10,02	0,05		-	-		10	0,08		-	-
	Jumlah		115	0,67		-	-		120	1,12		-	-
	Keuntungan		1.885	11,00		-	-		1.880	15,72		-	-
	Penjualan	17.000						12.000					
	Margin Pemasaran		2.000	11,76		-	-		2.000	16,66		-	-
3	Pedagang Besar	17.000		100	17.000		100		12.000	100		12.000	100
	Total Biaya pemasaran		1.751	10,34		1.636	9,62		2.301	19,44		2.181	18,17
	Total Keuntungan		1.885	11,03		-	-		1.880	11,55		-	-
	Total Margin pemasaran		3.636	21,38		1.000	5,93		4.181	35,21		1.000	8,32

Dari Tabel 13, terlihat perbedaan Margin Tataniaga sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun. Tingkatan saluran pemasaran I dimulai dari petani – pedagang pengumpul – pedagang besar. Dapat dilihat bahwa bagian yang diterima petani sebelum Pasar Agropolitan di bangun, dimana data yang diambil untuk bawang merah (*Allium cepa*) yaitu harga rata – rata pada bulan Januari - Juli 2009. Bagian yang diterima petani bawang merah sebesar Rp.15.000,./ kg dari harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul.

Setelah Pasar Agropolitan di bangun, harga yang di terima di tingkat petani sebesar Rp. 10.000,./kg. Proses penetapan harga ditentukan oleh pedagang yang ada di Pasar Agropolitan, harga pedagang yang berdagang di luar daerah. Petani hanya menerima harga yang sudah ada dipasaran, tetapi terkadang juga ada tawar menawar tergantung kualitas bawang merah yang di jual.

Besar persentase harga yang di terima petani sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun, juga mengalami penurunan karena harga bawang merah yang selalu berubah-ubah. Jika harga lebih tinggi maka persentase yang diterima petani akan lebih besar lagi. dan juga terjadi peningkatan biaya pemasaran seperti biaya untuk membersihkan bawang merah sebelumnya Rp. 500,./kg menjadi Rp. 700,./kg setelah Pasar Agropolitan di bangun. Berikut ini dapat di lihat pada Tabel 14, biaya, margin pemasaran bawang merah dan keuntungan yang di terima oleh lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun.

Tabel 14. Biaya, margin pemasaran bawang merah dan keuntungan yang di terima oleh lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun.

No	Keterangan	Sebelum (Rp)		Setelah (Rp)	
		Saluran I	Saluran II	Saluran I	Saluran II
1	Petani	15.000,.	17.000,.	10.000,.	12.000,.
2	Penjualan Pedagang pengumpul	17.000,.	-	12.000,.	-
3	Pembelian Pedagang Besar	17.000,.	17.000,.	12.000,.	12.000,.
4	Total biaya pemasaran	1.751,.	1.636,.	2.301	2.181,.
5	Total keuntungan	1.885,.	-	1.880,.	-
6	Margin Pemasaran	2.000,.	-	2.000,.	-



Dari Tabel 14, dapat dilihat biaya, margin pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolian di bangun maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Margin pemasaran bawang merah saluran I dan II ssebelum Pasar Agropolitan dibangun.

Harga jual Bawang Merah ditingkat petani adalah sebesar Rp. 15.000, atau 88% harga jual pedagang pengumpul Rp. 17.000, dan harga beli pedagang besar Rp. 17.000,. Sedangkan total biaya pemasaran sampai ke pedagang besar yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah Rp. 115, atau 0,67% dari harga yang dibayarkan pedagang besar. Biaya pemasaran terendah terdapat ditingkat pedagang pengumpul yakni Rp. 115, atau 0,67%. Total keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebesar Rp. 1.885, / kg atau 11%.

Pada saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang terdiri dari (a) Produsen (b) pedagang besar. Bagian yang diterima petani adalah sebesar Rp. 16.000, /kg dari harga yang dibayarkan oleh pedagang besar. Berdasarkan Tabel 16, perbedaan saluran II dengan saluran I adalah petani langsung menjual kepada pedagang besar dengan penerimaannya yaitu Rp. 17.000, / kg atau 100%. Pembelian pedagang besar sama dengan saluran pemasaran I, dapat dilihat dari total biaya pemasaran sebanyak Rp. 1.636, /kg, karena hanya melihat margin pemasaran sampai penjualan di Pasar Agropolitan maka biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar tidak ada. Pada saluran pemasaran II biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani yaitu biaya panen sebesar Rp. 600, /kg atau 3,5%,.

Dari kedua saluran pemasaran di atas, ternyata bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran II adalah yang terbesar yakni Rp. 17.000, / kg atau 100%. Dibandingkan dengan saluran pemasaran I yakni Rp. 15.000, atau 88,2%. Ini berarti dengan pendeknya rantai pemasaran dan harga jual yang lebih besar dapat meningkatkan bagian harga yang diterima petani.

Adanya perbedaan pola saluran pemasaran ini, akan menyebabkan perbedaan margin pemasaran pada masing-masing pola saluran pemasaran tersebut. Menurut Mubyarto (1995), perbedaan margin ini mempengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti, jauh dekatnya daerah konsumen, ada tidaknya

pungutan sepanjang jalan antara tempat produsen dan konsumen dan ada tidaknya resiko yang timbul akibat dari komoditi pertanian tersebut.

b. Margin pemasaran bawang merah saluran I dan II setelah Pasar Agropolitan di bangun

Tingkatan saluran pemasaran I dimulai dari petani – pedagang pengumpul-pedagang besar. Dapat dilihat bahwa bagian yang diterima petani setelah pembangunan Pasar Agropolitan dimana data yang diambil untuk bawang merah yaitu harga rata – rata pada bulan 5 September – 27 September 2011). Bagian yang diterima petani bawang merah sebesar Rp.10.000,./ kg dari harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul.

Pada saluran pemasaran I dari Tabel 15, diatas dapat dilihat harga jual Bawang Merah di tingkat petani adalah sebesar Rp. 10.000, atau 83%, harga jual pedagang pengumpul Rp. 12.000, . Sedangkan total biaya pemasaran sampai pedagang besar adalah Rp. 2.301, . atau 19% dari harga yang dibayarkan pedagang besar. Biaya pemasaran terendah terdapat ditingkat pedagang pengumpul yakni Rp. 120 atau 1%. Total keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebesar Rp. 1.880/ kg atau 11%.

Pada saluran pemasaran I, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani adalah biaya pembelian karung sebesar Rp. 30,./kg dari 100 kg berat bawang merah, pembelian karung Rp. 3000,./ helai, pada pedagang pengumpul biaya yang dikeluarkan seperti upah timbang sebesar Rp. 10,./kg, dan retribusi Rp.10,- .Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul sebesar Rp. 1880/kg. dan margin pemasaran sebesar Rp. 2.000/kg,.

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan komoditi bawang merah dari Pasar Agropolitan sampai ke pedagang besar. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran tersebut adalah meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, retribusi dan penyusutan. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli yang telah ditambahkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tersebut.

Pada saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang terdiri dari Produsen - pedagang besar. Bagian yang diterima petani adalah sebesar Rp.



12.000,./kg dari harga yang dibayarkan oleh pedagang besar. Margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga pemasaran atau perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Pada Tabel 16 dapat dilihat komponen-komponen dari pemasaran antara lain biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran.

Dari kedua saluran pemasaran diatas ternyata bagian harga yang diterima petani pada saluran II adalah yang terbesar yakni Rp. 12.000/kg,. atau 94% dibandingkan dengan saluran pemasaran I yakni Rp. 10.000,./kg. Ini berarti dengan pendeknya rantai pemasaran dan harga jual yang lebih besar dapat meningkatkan bagian harga yang diterima petani. Dengan adanya perbedaan saluran pemasaran ini, akan menyebabkan perbedaan margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang terlibat, perbedaan ini dipengaruhi seperti jauh dekatnya daerah konsumen dan ada tidaknya resiko yang timbul dalam melakukan pemasaran hasil pertanian agar sampai pada konsumen akhir.

Berdasarkan dari Tabel 16, di atas dapat dilihat bahwa keuntungan yang diambil oleh pedagang sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan, masih sama yaitu pada tingkat pedagang pengumpul mengambil keuntungan sebesar Rp.2.000,/kg. Jika layanan pemasaran sudah dapat berfungsi, sudah ada kerjasama antara petani, pelaku pasar dan pengelola, sistim tanam dan panen dapat di atur, maka terjadi permintaan dan penawaran bawang merah sehingga harga yang diterima petani akan lebih baik dan rantai pemasaran dapat dipotong. Besarnya persentase harga yang diterima petani akan lebih tinggi apabila harga terjadi kenaikan. Margin tataniaga sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun pada cabe merah untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Analisa Perbedaan Margin Tataniaga Sebelum Dan Setelah Pasar Agropolitan di Bangun, Komoditi Hortikultura (Cabe Merah), Saluran Pemasaran I Dan II

No	Keterangan	Sebelum						Setelah					
		saluran Pemasaran I			saluran Pemasaran II			saluran Pemasaran I			saluran Pemasaran II		
		Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	(%)
1	Petani	20.000		90,02	22.000		100	15.000		88	17.000		100
	Biaya Pemasaran :												
	Panen		600	2,71	600	2,71		800	4,71		800	4,71	
	Upah Ojek		20	0,09	20	0,09		-	-		-	-	
	Transportasi		-	-	-	-		50	0,24		50	0,24	
	Beli karung		15	0,06	15	0,06		30	0,17		30	0,17	
	Jumlah		635	2,88	635	2,88		880	5,1		880	5,11	
	Pendapatan Petani		19.365		20365			14.120	83		15.120	88,35	
2	Pedagang pengumpul	20.000		90,02	-	-	-	15.000		88,35	-	-	-
	Biaya Pemasaran :												
	Biaya transportasi		100	0,45	-	-		100	0,58		-	-	
	upah timbang		5	0,02	-	-		10	0,05		-	-	
	retribusi		10	0,04	-	-		10	0,05		-	-	
	Jumlah		115	0,52	-	-		120	0,05		-	-	
	Keuntungan		1.885	8,53	-	-		1.880	11,07		-	-	
	Penjualan	22.000					17.000						
	Margin Pemasaran		2.000				2.000						
3	Pedagang Besar	22.000			22.000			17.000		100	17.000		100
	Total Biaya pemasaran		750	3,43	635	2,88		1.000	5,18		8.80	5,18	
	Total Keuntungan		1.885	8,54	-	-		1.880	11,09		-	-	
	Total Margin pemasaran		2.635	12,09	1.635	7,43		2.760	16,23		1.000	5,18	



Dari Tabel 15, terlihat Margin Tataniaga sebelum Pasar Agropolitan di bangun. Tingkatan saluran pemasaran I dimulai dari petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengencer – konsumen akhir, dapat dilihat bahwa bagian yang diterima petani sebelum Pasar Agropolitan di bangun.

Dimana data yang diambil untuk Cabe Merah yaitu harga rata – rata pada bulan Januari - Juli 2009. Bagian yang diterima petani Cabe Merah sebesar Rp. 20.000,./ kg atau 90% dari harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul. Proses penetapan harga ditentukan oleh pedagang yang berdasarkan dari harga pedagang yang berdagang di luar daerah dan petani tidak dapat tawar menawar harga tersebut dan hanya menerima harga yang sudah ada di pasaran.

Bagian yang diterima petani setelah Pasar Agropolitan di bangun dimana data yang diambil untuk Cabe Merah yaitu harga rata – rata pada bulan 5 September – 27 September 2011. Bagian yang diterima petani cabe merah sebesar Rp.15.000,./ kg atau 88% dari harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul dan harga yang di bayarkan pedagang besar sebesar Rp. 17.000,./kg . dari Tabel 17 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan sebelumnya Rp. 20.000,./ kg atau 90% dan setelah Pasar Agropolitan di bangun, harga rata-rata yang diambil pada saat penelitian dimana terjadi penurunan harga. Harga jual ditingkat petani sebesar Rp.15.000,./ kg atau 88%. Dengan terjadinya penurunan harga dan besarnya persentase yang diterima petani dari sebelumnya 90% menjadi 88%. setelah Pasar Agropolitan dibangun maka efesisiensi pemasaran mengalami penurunan yang disebabkan karena harga cabe merah yang terus berubah-ubah, jika harga tinggi maka persentase yang diterima petani akan bertambah.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilaksanakan, hal tersebut juga disebabkan karena dalam pengelolaan di Pasar Agropolitan Aie Baluluak belum sepenuhnya terlaksanakan. Manajemen pengelolaan pasar kedepannya masih belum ada, kerjasama antara petani, pelaku pasar, pengelola juga belum ada. Sering terjadi panen raya. Pasar Agropolitan saat ini hanya sebatas infrastruktur pemasaran saja, karena layanan pemasaran yang seharusnya ada seperti sistim kontrak antara petani dan pengelola belum ada, informasi harga, posisi tawar petani masih lemah dan lain-lain belum terwujud. Jika hal tersebut dapat terlaksana maka bagian harga yang di terima petani akan lebih tinggi.

Berikut ini dapat dilihat pada Tabel 17, biaya, margin pemasaran bawang merah dan keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun.

Tabel 16. Biaya, margin pemasaran cabe merah dan keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan dibangun.

No	Keterangan	Sebelum (Rp)		Setelah (Rp)	
		Saluran I	Saluran II	Saluran I	Saluran II
1	Petani	20.000,.	22.000,.	15.000,.	17.000,.
2	Penjualan Pedagang pengumpul	22.000,.	-	17.000,.	-
3	Pembelian Pedagang Besar	22.000,.	22.000,.	17.000,.	17.000,.
4	Total biaya pemasaran	7.50,.	6.35,.	1.000,.	8.80,.
5	Total keuntungan	1.885,.	-	1.880,.	-
6	Margin Pemasaran	2.000,.	-	2.000,.	-

Dari Tabel 16, dapat dilihat biaya, margin pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolian di bangun maka dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Margin pemasaran cabe merah saluran I dan II sebelum Pasar Agropolitan dibangun

Dari Tabel 16, di atas pada saluran I dapat dilihat harga jual Cabe Merah di tingkat petani adalah sebesar Rp 20.000, atau 90 %, harga jual pedagang pengumpul Rp. 22.000 dan harga beli pedagang besar Rp. 22.000, . Sedangkan total biaya pemasaran sampai pedagang besar adalah Rp. 7.50, atau 3,4% dari harga yang dibayarkan oleh pedagang besar. Biaya pemasaran terendah terdapat ditingkat pedagang pengumpul yakni Rp. 115, atau 0,52%. Total keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebesar Rp. 1.885/ kg atau 8,5%.

Pada saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang terdiri dari (a) Produsen (b) pedagang besar. Bagian yang diterima petani adalah sebesar Rp. 22.000,./kg dari harga yang dibayarkan oleh pedagang besar. Pada saluran pemasaran II biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani yaitu biaya panen sebesar Rp. 6.00,./kg atau 2,7%, upah ojek sebesar Rp. Rp. 20,./kg.



b. Margin pemasaran cabe merah saluran I dan II setelah Pasar Agropolitan di bangun

Margin pemasaran cabe merah Saluran pemasaran I dan Saluran Pemasaran II setelah Pasar Agropolitan di bangun. Tingkatan saluran pemasaran I dimulai dari petani – pedagang pengumpul – pedagang besar. Dapat di lihat bahwa bagian yang diterima petani setelah Pasar Agropolitan di bangun, dimana data yang diambil untuk Cabe Merah yaitu harga rata – rata pada bulan 5 September – 27 September 2011. Bagian yang diterima petani cabe merah sebesar Rp.15.000,./ kg dari harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang besar. Proses penetapan harga ditentukan oleh pedagang di Pasar Agropolitan, dan berdasarkan informasi harga dari pedagang yang berdagang diluar daerah. Petani ada tawar menawar mengenai harga yang sudah ada tetapi akhirnya petani menjual juga pada pedagang dengan harga yang telah ada.

Pada saluran pemasaran I, dari Tabel 16, diatas dapat dilihat harga jual cabe merah di tingkat petani adalah sebesar Rp. 15.000,., atau 88%, harga jual pedagang pengumpul Rp. 17.000,., atau 80% , yang membedakan pedagang pengumpul dan pedagang besar dalam membeli dari petani yaitu 1) petani menjual ke pedagang pengumpul karena jumlah cabe merah yang dijual 10-20 kg, ada yang menjual 5 kg itupun juga tergantung mutu, kualitas cabe merah yang dijual, jika bentuk cabe merah kurang maka harga yang diterima akan berkurang pula apabila kualitasnya bagus bahkan petani dapat juga tawar menawar. Petani tidak akan menjual jika harganya tidak cocok. 2) Pedagang besar lebih cenderung membeli per karung dengan berat rata-rata 50-100 kg. Ada langsung membeli ke petani ada juga melalui pedagang pengumpul. Biaya pemasaran terendah terdapat ditingkat pedagang pengumpul yakni Rp. 120 atau 0,05%. Total keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebesar Rp. 1.880/kg atau 11%.

Pada saluran pemasaran I, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani adalah biaya panen Rp. 800,., Atau 4,7% biaya pembelian karung sebesar Rp. 30,./kg . pembelian karung Rp. 3000,./ helai, transportasi Rp.500,., atau 0,2% sedangkan pada pedagang pengumpul biaya yang dikeluarkan seperti upah timbang sebesar Rp. 10,./kg, dan retribusi Rp. 10,-.Keuntungan yang diterima

pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.880/kg. dan margin pemasaran sebesar Rp. 2.000/kg.

Pada saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang terdiri dari produsen-pedagang besar. Bagian yang diterima petani adalah sebesar Rp.16.000,./kg atau 94% dari harga yang dibayarkan oleh pedagang besar.

Dari Tabel 17, untuk saluran pemasaran II dapat dilihat harga jual cabe merah di tingkat petani adalah sebesar Rp. 16.000/kg., atau 94%, Sedangkan total biaya pemasaran sampai pedagang besar adalah Rp.8.80/kg atau 5,1% dari harga yang dibayarkan pembeli akhir. Total keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sebesar Rp. 1.880/ kg atau 11%.

Dari kedua saluran pemasaran di atas, ternyata bagian harga yang diterima petani pada saluran II adalah yang terbesar yakni Rp. 17.000/kg., atau 88% dibandingkan dengan saluran pemasaran I yakni Rp. 15.000,./kg atau 88% . Ini berarti dengan pendeknya rantai pemasaran dan harga jual yang lebih besar dapat meningkatkan bagian harga yang diterima petani. Adanya analisis margin kedua saluran bertujuan untuk mengetahui keuntungan tiap lembaga niaga yang terlibat dalam proses pemasaran cabe merah.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilaksanakan, di Pasar Agropolitan Aie Baluluak dengan mewawancarai responden dan membuat analisa margin tataniaga. Dapat disimpulkan bahwa, masih belum ada perubahan saluran pemasaran sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun. Rantai pemasarannya masih sama, petani masih melakukan transaksi jual beli dengan pedagang pengumpul di Pasar Agropolitan dan ada juga langsung menjual pada pedagang besar, yang berubah hanyalah biaya pemasaran dapat dikurangi, jarak Pasar Agropolitan lebih dekat dengan lahan petani. Mudah akses transportasinya.

Berdasarkan dari Tabel 16, dapat dilihat bahwa keuntungan yang diambil oleh pedagang sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan, masih sama yaitu pada tingkat pedagang pengumpul mengambil keuntungan sebesar Rp.2.000,/kg. biaya pemasaran antara pedagang pengumpul bawang merah dan cabe merah yang dikeluarkan sama.

Pemasaran komoditi agribisnis pada umumnya masih banyak ditentukan oleh peran pihak pelaku pemasaran di tingkat hilir, seperti pedagang pengumpul



dan pedagang besar (bandar), sehingga peran petani (produsen) dalam proses pemasaran hasil belum terlihat jelas, kecuali pada para petani dengan status ganda dan petani dengan skala usaha yang besar. Dengan keadaan seperti ini kapasitas petani dalam proses penentuan harga masih relatif kecil

Salah satu upaya yang telah dilakukan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Meningkatkan nilai tambah petani dan produk agribisnis adalah dengan mengembangkan infrastruktur pemasaran antara lain dengan mengembangkan Pasar Agropolitan. Pengelolaan Pasar Agropolitan tidak hanya sebagai tempat pelelangan produk agribisnis tetapi juga sebagai tempat pelayanan berbagai kepentingan pelaku agribisnis (petani, pengolah dan pedagang). Tetapi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa pelaksanaan pengelolaan Pasar Agropolitan, belum ada manajemen yang jelas mengenai layanan pemasaran yang seharusnya ada tetapi belum ada. Untuk saat ini Pasar Agropolitan masih sebagai infrastruktur pemasaran.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Dampak Pembangunan Pasar Agropolitan Terhadap Tataniaga Hortikultura Di Aie Baluluak Kenagarian Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengelolaan Pasar Agropolitan Aie Baluluak dilakukan oleh Badan Pengelola Pasar Agropolitan yang di tetapkan oleh Keputusan Bupati Solok No. 500-496.2008. Pengelolaan Pasar Agropolitan belum sepenuhnya dilaksanakan karena manajemen dalam pengelolaan Pasar Agropolitan belum ada. Masih banyak Pengelola Pasar Agropolitan yang tidak aktif. Komposisi keuangan pasar seluruhnya dikelola untuk pengembangan Pasar Agropolitan. Layanan pemasaran belum berfungsi seperti informasi harga, sistim kontrak antara petani dan pengelola, sortasi, jasa keuangan, gudang pendingin dan penyimpanan. Waktu satu tahun Pasar Agropolitan berjalan ada di buat papan informasi harga tetapi sekarang tidak ada lagi informasi harga tersebut.
2. Saluran Pemasaran hortikultura (bawang merah dan cabe merah) masih belum menunjukkan perubahan saluran pemasaran masih sama sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun. Terdapat dua tingkatan Saluran pemasaran yang dilalui yaitu 1) Saluran I di mulai dari petani-pedagang pengumpul-pedagang besar. 2) Saluran II, petani-pedagang besar. Namun ada perubahan dalam melakukan pemasaran yaitu ; Petani lebih mudah akses transportasinya untuk menjual ke Pasar Agropolitan, pemasaran lebih terarah karena petani sudah tahu kemana mau menjual karena di Pasar agropolitan tempat penjualan sudah disesuaikan dengan komoditi yang dijual dan proses transaksi jual beli lebih mudah yang dilengkapi dengan sarana prasarana pendukung seperti, kios, los pamer, tempat parkir, penyimpanan, bongkar muat dan terjadinya pusat informasi bagi petani dalam memasarkan hasil pertanian. Margin pemasaran masih sama sebelum dan setelah adanya Pasar Agropolitan dikarenakan layanan pemasaran belum ada dan koordinasi antara pengelola dan pengguna Pasar Agropolian tidak ada. Margin pemasaran sebesar Rp. 2.000,./kg yang di ambil oleh pedagang pengumpul.



## 5.2. Saran

Ada beberapa saran yang ditawarkan dalam penelitian ini. Adapun saran-saran tersebut yaitu :

1. Diharapkan kerjasama dari petani, pedagang untuk turut memajukan kegiatan pemasaran di Pasar Agropolitan Aie Baluluak antara lain adalah dengan mengadakan pertemuan antara petani, pedagang dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Aie Baluluak dan sebaiknya ada koordinasi dalam menjalankan fungsinya masing-masing.
2. Diharapkan pengelolaan Pasar Agropolitan lebih efektif, maka akan memperlancar pemasaran produk hortikultura sehingga permasalahan pemasaran dapat di atasi dan petani termotivasi untuk mengembangkan skala usahanya. Selain itu petani juga perlu dibekali dengan pengetahuan manajemen produksi yang baik. Dengan demikian petani diharapkan dapat membaca peluang serta kebutuhan pasar, baik jenis, mutu maupun sesuai dengan permintaan pasar. Sehingga harga yang diterima lebih memihak pada petani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agkat, Fitri Sari. 2004. *Analisa Kinerja Kelembagaan P3A Dalam Kerangka Implementasi Pembaharuan Kebijakan Pengelolaan Irigasi di Daerah Irigasi Golo Gadang Kiri Kabupaten Tanah Datar.*(Skripsi) Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang
- Badan Agribisnis Departemen Pertanian, 2000. *Petunjuk Teknis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis.* Badan Agribisnis Departemen Pertanian, Jakarta.<http://hasanawimasturi.blogspot.com/2010/02/artikel-ilmiah-sta.html> 22 Juli 2011
- Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Solok.2003.*Laporan Kinerja Pengembangan Kawasan Agropolitan kabupaten Solok*
- BPSDM Pertanian, 2003, *Pedoman Operasional Pengembangan Kawasan Agropolitan,* Departemen Pertanian RI.
- Departemen Pertanian. 2002 .*Pedoman Umum Pengembangan Kawasan Agropolitan dan pedoman Program rintis pengembangan kawasan agropolitan.* Badan pengembangan sumberdaya manusia. Jakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Sumatera Barat, 2008. *Profil Kawasan Agropolitan Kabupaten Solok.* Padang.
- Djakapermana, R D. 2007. Pengembangan Kawasan Agropolitan Dalam Rangka Pengembangan Wilayah Yang Berbasis Rencana Tata Ruang.
- Efendi Rivai, Deddy. *Pengembangan Kawasan Agropolitan sebagai pendekatan wilayah dan pemberdayaan masyarakat pertanian.* 2004. <http://www.geogle.com>.
- Faisal, Sanapiah. 2005. *Format-format Penelitian Sosial.* Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Fitri, Rizki. 2006. *Analisa Perbandingan Tingkat Petani Sayuran Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Bantuan Penguatan Modal Agribisnis Dalam Program Pengembangan Kawasan Agropolitan di Kecamatan IV Angkat Kabupaten Agam.* Skripsi Fakultas pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Galdeano, Rodriguez and Lorente, 2004, *Rural Multifunctionality in Europe : The Concept and Policies* (90<sup>th</sup> EAAE Seminar "Multifuncional Agriculture, Policies and Market : Understanding The Critical Linkage"-October 27-29,2004 – Rennes).



- Hadiwijaya, Mia Novita Sari, 2004. *Studi Pelaksanaan Kegiatan Pengembangan Pertanian Organik di Pusat Pelatihan dan Pedesaan Swadaya (P4S) Kayu Gadang Limau Manis Selatan Kecamatan Paih Kota Padang.*(Skripsi) Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Helmsing, 2001, Partnership, Meso-Institution and Learning New Local and Regional Economic Development Initiatives in Latin America, Institute of Social Studies, The Hague, The Netherlands, download dari <http://www1.worldbank.org/wbiep/decentralization/library15/Helmsing.pdf>
- Hutagalung, M Togab, 2004, *Agropolitan Merupakan Alternatif Pembangunan Perdesaan Berkelanjutan*, Makalah pribadi Pengantar ke Falsafah Sains (PPS702) Sekolah Pasca Sarjana / S3 Institut Pertanian Bogor Mei 2004 P062034054/PSL togp@plasa.com. 14 April 2011
- Iwan Setiajje Anugrah. 2004. Pengembangan Sub Terminal Agribisnis (STA) dan Pasar Lelang Komoditas Pertanian dan Permasalahannya, Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi. Bogor.
- Kementrian Pertanian, 2011. *Rapat Koordinasi Nasional Akselerasi Pembangunan Pertanian.* <http://www.deptan.go.id/itjen/index.php/component/content/article/41-berita-utama/214-rakornas-2011> 18 desember 2011.
- Kementrian Pertanian, 2009. *Jaringan Pemasaran Hortikultura Melalui STA* <http://penyuluhthl.wordpress.com/artikel/pemasaran-hasil-pertanian.27> Desember 2011.
- Kamus Bahasa Indonesia. <http://kamus.bahasa.indonesia.org/kewajiban#ixzz1YiFGb8W6>. <http://kamus.bahasa.indonesia.org/peranan#ixzz1YiFSZQVH>. 18 Agustus 2011.
- Kuartini Deti Putri. 2004. *Pembangunan Daerah Dengan Pendekatan Wilayah.* <http://www.google.com>. 22 juli 2011
- Limbong, H dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian.* Depaetemen Ilmu Sosial Ekonomi Fakultas Pertanian. IPB
- Mercado, G. Ruben, 2002, Regional Development in The Philippines : A Review of Experience, State of The Art and Agenda for Research and Action, Philippine Institute for Development Studies (PIDS), download dari <http://www3.pids.gov.ph/ris/pdf/pidsdps0203.PDF>
- Mosher, AT. 1987. *Mengerakkan dan Membangun Pertanian.* CV Yasaguna. Jakarta.

- Mubyarto.1992. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: LP3S. Priyadi, Unggul et al. 2004 Analisis Distribusi Ayam Broiler di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Ekonomi Pembangunan Vol. 9 No. 2, Desember 2004 <http://aqinimee.blogspot.com/2010/09/saluran-tataniaga-pada-ternak-ayam.htm> 7 April 2011.
- Nazir, M. 2009. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta
- Nasution, L.I.1998. *Pendekatan Agropolitan Dalam Rangka Penerapan Pembangunan Wilayah Pedesaan*. PWD-FPS.IPB. Bogor.(Jurnal, I Wayan Rusastra. Kinerja dan Perspektif Pengembangan Model Agropolitan Dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Wilayah Berbasis Agribisnis. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi. Bogor.
- Paloma Cindy, 2010, *Penguatan Strategi Pengembangan kawasan Agropolitan Berbasis Komoditi Hortikultur di Kabupaten Tanah Datar*. (Skripsi) Fakultas Pertanian Universitas Andalas.
- Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan (Pasar Sayur Grosir Sungai Nanam) Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Keputusan Bupati Solok Nomor 30 tahun 2007.
- Penyusunan Master Plan Kawasan Agropolitan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, 2003. Pemerintah Propinsi Sumatra Barat Dinas Tata Ruang dan Permukiman. *Proyek Pengembangan Saranan dan Prasarana Desa Agropolitan*. Sumatra Barat.
- Profil Nagari Sungai Nanam. 2010. Nagari Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.Kabupaten Solok.
- Rustiadi, Ernan dan Sugimin Pranoto. 2007. *Agropolitan Membangun Ekonomi Pedesaan*. Crestpent Press. Bogor
- Rusastra, I W., P. Simatupang dan B. Racman. 2002. Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Agribisnis. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor. (Jurnal, I Wayan Rusastra. Kinerja dan Perspektif Pengembangan Model Agropolitan Dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Wilayah Berbasis Agribisnis. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi. Bogor.
- Syarial, Silvia Riza. 2010. *Analisa Pelaksanaan Program Pengembangan Teh Organik di Kenagarian Aie Batumbuek Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok*. (Skripsi) Fakultas Pertanian Universitas Andalas. Padang.



- Sukmadinata, T., 2001. *Sistem Pengelolaan Terminal Agribisnis dan Sub Terminal Agribisnis Secara Terpadu Untuk Memberikan Nilai Tambah Pelaku dan Produk Agribisnis*. Makalah pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi. Hotel Cisarua Indah, Bogor, 14 – 16 Agustus 2001.
- Suranto. 2010. *Manajemen dan Tingkat Kepuasan Pedagang Pengguna Pada Sub Terminal Agribisnis (STA) Sewukan di Kabupaten Magelang* (Tesis) Program Magister Agribisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Tan, Firwan, 2007, *Pembangunan Sistem Usaha Ekonomi Inovatif di Daerah, Masalah dan Kebijakan*, FE-Unand Mei 2007.
- Tanjung, D. 2001. *Metode Analisis Studi Kelayakan Pembangunan TA/STA. Makalah Pada Apresiasi Manajemen Kelayakan Terminal Agribisnis, Sub Terminal Agribisnis, Pergudangan dan Distribusi*, Cisarua. <http://hasanawimasturi.blogspot.com/2010/02/artikel-ilmiah-sta.html>.
- Wahyuni, Sri. 2009. *Analisa Kegiatan Pertanian Tanaman Hortikultura DI Kawasan Agropolitan kecamatan X koto Kabupaten Tanah Datar*. Skripsi Fakultas pertanian Universitas Andalas. Padang.
- Yudhoyono, S Bambang, 2006, *Pembangunan Pertanian Indonesi dari Revolusi Hijau ke Pertanian berkelanjutan*, Orasi Ilmiah di universitas andalas padang Tanggal 21 septembar 2006. <http://www.Indonesia.go.id>. 14 april 2008.

# LAMPIRAN





**Lampiran 2. Luas Tanam, panen, Produksi sayuran menurut jenis tanaman**

No	Jenis tanaman	keterangan	2007	2008	2009/2010
1	Bawang Merah	Luas Tanam (Ha)	110.00 Ha	999,00 Ha	2134 Ha
		Luas Panen (Ha)	112.00 Ha	969,00 Ha	2069 Ha
		Produksi (Ton)	751,00 Ton	9302,00 Ton	19792,8 Ton
3	Cabe	Luas Tanam (Ha)	54,00 Ha	179,00 Ha	925 Ha
		Luas Panen (Ha)	65,00 Ha	210,00 Ha	879 Ha
		Produksi (Ton)	262,50 Ton	1302,00 Ton	6896,9 Ton

(Data Badan Pusat Statistik Kecamatan Lembah Gumanti dalam angka, 2007, 2008, 2009/2010)

**Lampiran 3. Daftar Nama Pengurus Pasar Agropolitan**

No	Nama	Jabatan
1	H. Erpalis Panduko Sati	Ketua
2	Jefri Syukur	Wakil Ketua
3	Mas'ud, S.ag	Sekretaris
4	Kasma Elina Bendahara	Bendahara
5	Sukarni Mangkuto Sati	Seksi Keamanan
6	Indra Isman	Seksi Pemasaran
7	Amirudin	Seksi kebersihan/ sortasi
8	Syamsir malin Panghulu	Seksi Pendapatan / retribusi
9	Syamsuir Tarajo	Seksi Bongkar Muat
10	Yul Asri	Seksi Humas
11	M. Dinar	Seksi Parkir

*Keputusan Bupati Solok Nomor: 500-496-2008 Tanggal 16-09-2008.*



**Lampiran 4****A. Data sampel petani bawang merah**

Identitas Sampel Petani Bawang Merah					
No	Nama	Umur	Mata pencarian	Jumlah tanggungan	Pendidikan
1	Har	32	Petani	3	SD
2	Edi lastri	42	Petani	4	SMA
3	Tuah	50	Petani	3	SLTP
4	Sap	39	Petani	3	SLTP
5	Ahmad	46	Petani	4	MAN
6	Pen	45	Petani	3	SLTP
7	Masrizal	37	Petani	4	SLTP

**B. Data sampel petani cabe merah**

Identitas Sampel Petani Bawang Merah					
No	Nama	Umur	Mata pencarian	Jumlah tanggungan	Pendidikan
1	Adi	35	Petani	4	SLTA
2	Jun	45	Petani	4	SLTP
3	Gusrianto	43	Petani	4	SLTP
4	Rahmat	35	Petani	2	SD
5	Samsu	52	Petani	6	SD
6	Hengky	24	Petani	-	SMA
7	Erizal putra	23	Petani	-	SMA

**C. Data sampel pedagang bawang merah**

Identitas Sampel Pedagang Bawang Merah						
No	Nama	Umur	Mata pencarian	Jumlah tanggungan	Pendidikan	Keterangan
1	Ezi Saputra	31	Wiraswasta	1	SD	Pedagang Besar
2	Yusuf	35	Pedagang	3	SLTP	Pedagang pengumpul
3	Sukarli Erdi	50	Pedagang	5	SLTP	Pedagang Pengumpul
4	Anwar	39	Pedagang	4	SLTP	Pedagang pengumpul
5	Mak pakieh	36	Wiraswasta	3	SD	Pedagang pengumpul
6	Depi	35	Wiraswasta	2	SMA	Pedagang Besar
7	Tasrizal	34	Wiraswasta	2	SMA	Pedagang Besar

**D. Data sampel pedagang cabe merah**

No	Identitas Sampel Pedagang Cabe Merah					
	Nama	Umur	Pendidikan	Mata Pencarian	Jumlah Tangungan	Keterangan
1	Vitra Suhamdi	39	SLTA	Pedagang	3	Pedagang Pengumpul
2	Syarial	53	SD	Pedagang	8	Pedagang Pengumpul
3	Esri en	53	SLTP	Pedagang	5	Pedagang Besar
4	Irwandi	32	MAN	Pedagang	2	Pedagang Pengumpul
5	Yal	24	SLTP	Pedagang	-	Pedagang Besar
6	Hendrizar	33	SLTP	Pedagang	2	Pedagang Besar
7	Wendra	22	SD	Pedagang	-	Pedagang pengumpul

**Lampiran 5. Kegiatan yang sudah dan belum dilakukan oleh Badan Pengelola Pasar Agropolitan**

No	Pedoman Pengelolaan Pasar Agropolitan	Sudah dilaksanakan	Belum dilaksanakan	Keterangan
1	Menyusun Program kerja Tahunan Badan Pengelola.	-	✓	Belum ada musyawarah
2	Bersama-sama dengan Badan Komisi menyusun strategi pengembangan Pasar Agropolitan.	-	✓	Belum ada musyawarah
3	Bersama-sama dengan Badan Komisi menyusun dan membuat Rencana Anggaran Penerimaan dan Pengeluaran Keuangan Pasar (RAPPKP) setiap tahun anggaran.	✓	-	Membuat Badan pengelola Pasar Agropolitan masih dalam proses
4	Melakukan pengelolaan Pasar Agropolitan dengan tertib meliputi administrasi, inventarisasi dan keuangan pasar.	✓	-	Pengelolaannya oleh ketua
6	Memugut retribusi pasar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.	✓	-	Belum ada ketetapan berapa harus membayar yang ditetapkan oleh Pemda tetapi untuk sementara masih dalam bentuk sosial saja.
8	Membuat dan menyampaikan pertanggung jawaban Pengelola Pasar Agropolitan setiap akhir tahun anggaran kepada Badan komisi.	-	✓	Belum ada musyawarah
9	Pembinaan dan pengawasan pengelolaan Pasar Agropolitan	✓	-	Masih dalam bentuk agar menjual sesuai dengan komoditi yang dijual dan menjaga ketentraman di Pasar Agropolitan
11	Keuangan Pasar Agropolitan a. 55% dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk operasional pasar b. 10% dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk dana rehabilitasi/ pembangunan pasar c. 30% dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk sumber APBD kabupaten Solok yang dikelola oleh BPKD Kabupaten Solok. d. 5% dari hasil pendapatan bersih diberikan untuk kontruksi terhadap Nagari Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti.	-	✓	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komposisi pemanfaatan keuangan Pasar Agropolitan masih 100% dimanfaatkan untuk pasar</li> <li>• pemanfatanya untuk pembelian pasir, batu, memperbaiki atab membayar gaji seksi retribusi dan kebersihan setiap minggunya dan tunjangan pada hari lebaran.</li> </ul>
12	Sewa kedai, los, pelataran parkir dipungut secara haria mingguan/ bulanan	✓	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Belum ada ketentuan dan kesepakatan dengan pengguna di Pasar Agropolitan.</li> <li>• Untuk pemakaian pelataran parkir sudah diminta tetapi kedai dan kios belum terkadang ada diminta tapi pengguna tidak mau memberikan karena belum adanya ketetapan yang mengikat.</li> </ul>
13	Pemberian sanksi terhadap penyewa dan pemakai	-	✓	belum ada ketentuan dan kesepakatan dengan Badan Pengelola Pasar Agropolitan. S



**Lampiran 6. Margin pemasaran komoditi hortikutura Bawang Merah (*Allium cepa*) dan Cabe Merah (*Capsicum annum*) yang dilalui sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di Bangun**

A. Margin pemasaran sebelum Pasar Agropolitan dibangun

1. Bawang Merah

$$M = Hk - Hp$$

Saluran I :

$$MI = \text{Rp. } 17.000,,- \text{ Rp. } 15.000,,- = \text{Rp. } 2.000,,-$$

2. Cabe Merah (*Capsicum annum*)

$$M = Hk - Hp$$

Saluran I :

$$MI = \text{Rp. } 22.000,,- \text{ Rp. } 20.000,,- = \text{Rp. } 2.000,,-$$

B. Margin pemasaran Setelah pengembangan Pasar Agropolitan

1. Bawang Merah (*Allium cepa*)

$$M = Hk - Hp$$

Saluran I :

$$MI = \text{Rp. } 12.000,,- \text{ Rp. } 10.000,,- = \text{Rp. } 2.000,,-$$

3. Cabe Merah (*Capsicum annum*)

$$M = Hk - Hp$$

Saluran I :

$$MI = \text{Rp. } 17.000,,- \text{ Rp. } 15.000,,- = \text{Rp. } 2.000,,-$$

**Lampiran 7. Bagian harga yang diterima petani sebelum dan setelah Pasar Agropolitan di bangun**

$$Lp = \frac{Hp}{Hk} \times 100\%$$

**A. Margin pemasaran sebelum Pasar Agropolitan di bangun**

1. Bawang Merah (Allium cepa)

Saluran I

$$Lp = \frac{15.000}{17.000} \times 100\% = 88,2\%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{17.000}{17.000} \times 100\% = 100\%$$

2. Cabe Merah (Capsicum annuum)

Saluran I

$$Lp = \frac{20.000}{22.000} \times 100\% = 90\%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{22.000}{22.000} \times 100\% = 100\%$$

**B. Margin pemasaran setelah Pasar Agropolitan di bangun**

1. Bawang Merah (Allium cepa)

Saluran I

$$Lp = \frac{10.000}{12.000} \times 100\% = 83\%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{12.000}{12.000} \times 100\% = 100\%$$

2. Cabe Merah (Capsicum annuum)

Saluran I

$$Lp = \frac{15.000}{17.000} \times 100\% = 88\%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{17.000}{17.000} \times 100\% = 100\%$$

**Lampiran 8. Keuntungan lembaga pemasaran sebelum dan setelah Pasar agropolitan di bangun**

**A. Keuntungan lembaga pemasaran sebelum Pasar Agropolitan di bangun**

1. Bawang Merah

Saluran I

$$\frac{1.885}{17.000} \times 100\% = 11\%$$

2. Cabe Merah

Saluran I

$$Lp = \frac{1.885}{17.000} \times 100\% = 11\%$$

**B. Keuntungan lembaga pemasaran setelah Pasar Agropolitan di bangun**

1. Bawang Merah

Saluran I

$$\frac{1.880}{12.000} \times 100\% = 11\%$$

2. Cabe Merah

Saluran I

$$\frac{1.880}{12.000} \times 100\% = 11\%$$



## Lampiran 9. Persentase Biaya Pemasaran Sebelum dan Setelah Pasar Agropolitan di bangun

### A. Persentase biaya pemasaran sebelum Pasar Agropolitan di bangun

#### 1. Bawang Merah (*Allium cepa*)

Saluran I

$$\frac{1.751}{17.000} \times 100\% = 10,3 \%$$

Saluran II

$$\frac{1.636}{17.000} \times 100\% = 9,62 \%$$

#### 2. Cabe Merah (*Capsicum annuum*)

Saluran I

$$Lp = \frac{750}{22.000} \times 100\% = 3,4\%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{635}{22.000} \times 100\% = 2,88\%$$

### B. Persentase biaya pemasaran setelah Pasar Agropolitan di bangun

#### 1. Bawang Merah (*Allium cepa*)

Saluran I

$$Lp = \frac{2.301}{12.000} \times 100\% = 19\%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{2.181}{12.000} \times 100\% = 18,17\%$$

#### 2. Cabe Merah (*Capsicum annuum*)

Saluran I

$$Lp = \frac{1.000}{17.000} \times 100\% = 85, \%$$

Saluran II

$$Lp = \frac{880}{17.000} \times 100\% = 5,1\%$$

Lampiran 10. Foto kondisi Pasar Agropolitan Aie Baluluak



Pasar Agropolitan sebelum diresmikan Agustus 2009



Kios bagian depan



Kondisi Pasar Agropolitan tahun 2011



Area parkir Kendaraan roda dua



Lapangan parkir Truck dan roda dua



Los Pamer Cabe Merah



Los pamer cabe merah



Los pamer bawang merah dan seladri



Lapangan Parkir



Los Pamer



Pasar Agropolitan yang Tidak layak Pakai



Bangunan Pasar Agropolitan Yang terpakai



Lampiran 11. Biaya-biaya pemasaran bawang merah sebelum pengembangan Pasar Agropolitan

Tingkatan	Biaya pemasaran (Rp/kg)													Total
	Panen	Upah ojek	Beli karung	Transportasi	Irok bawang	Karet	Upah potong	Bongkar muat	Retribusi	Upah supir	Sewa kios	Upah timbang	Penyusutan alat	
Petani	600	20	15	-	500	1	500	-	-	-	-	-	-	1635
Pedagang Pegumpul	-	-	-	100	-	-	-	-	10	-	-	5	-	115

Keterangan :

1. Petani

a. Biaya panen Rp. 30.000, X 2 orang =  $\frac{60.000}{100kg} = 600/kg$

b. Upah ojek Rp. 2.000, /karung/ 100kg = 20

c. Beli karung Rp.  $\frac{1.500}{100kg} = 15, ./kg$

d. Irok bawang =  $\frac{\text{biaya}}{\text{Kapasitas (Kg)}}$

$$\frac{\text{Rp. } 500.000, .}{1.000(\text{Kg})} = 500$$

e. Biaya Karet Rp.  $\frac{1.0000}{1000 \text{ kg}} = 1$

f. Upah potong Rp. 500/kg

2. Pedagang pengumpul

$$\text{Transportasi} = \frac{\text{Harga BBM}}{\text{kapasitas muatan}}$$

a. Transportasi =  $\frac{5.000 \times 2 (\text{liter})}{100kg} = 10$

b. Retribusi  $\frac{1.000}{100kg} = 10$

c. Upah timbang  $\frac{5.00}{100kg} = 5$

### Biaya-biaya pemasaran bawang merah setelah Pasar Agropolitan di bangun

Tingkatan	Biaya pemasaran (Rp/kg)												Total	
	Panen	Upah ojek	Beli karung	Transp ortasi	Irok bawang	Karet	Upah potong	Bongkar muat	Retribusi	Upah supir	Sewa kios	Upah timbang		Penyus-utan alat
Petani	800	-	30	50	600	1	700							2181
Pedagang Pegumpul	-	-	-	100				-	10	-		10		120

Keterangan :

1. Petani

a. Biaya panen Rp. 40.000, X 2 orang =  $\frac{80.000}{100kg} = 800/kg$

b. Beli karung Rp.  $\frac{3000}{100kg} = 30, ./kg$

c. Irok bawang =  $\frac{\text{biaya}}{\text{Kapasitas (Kg)}}$

$$\frac{\text{Rp. } 600.000, .}{1.000(\text{Kg})} = 600$$

d. Biaya Karet Rp.  $\frac{1.0000}{1000 \text{ kg}} = 1$

e. Upah potong Rp. 700/kg

2. Pedagang pengumpul

$$\text{Transportasi} = \frac{\text{Harga BBM}}{\text{kapasitas muatan}}$$

a. Transportasi =  $\frac{5.000 \times 2 (\text{liter}) = 10}{100kg}$

b. Retribusi  $\frac{1.000 = 10}{100kg}$

c. Upah timbang  $\frac{1000 = 10}{100kg}$

Lampiran 12. Biaya-biaya pemasaran cabe merah sebelum Pasar Agropolitan di bangun

Tingkatan	Biaya pemasaran (Rp/Kg)										Total
	Panen	Upah ojek	Beli karung	Transportasi	Bongkar muat	Retribusi	Upah supir	Sewa kios	Upah timbang	Penyusutan alat	
Petani	600	20	15	-	-	-	-	-	-	-	635
Pedagang Pengumpul	-	-	-	100	-	10	-	-	5	-	115

Keterangan :

1. Petani

a. Biaya panen Rp. 30.000, X 2 orang =  $\frac{60.000}{100kg} = 600/kg$

b. Upah ojek Rp. 2.000,./karung/ 100kg = 20

c. Beli karung Rp.  $\frac{1.500}{100kg} = 15,./kg$

2. Pedagang pengumpul

$$\text{Transportasi} = \frac{\text{Harga BBM}}{\text{kapasitas muatan}}$$

a. Transportasi =  $\frac{5.000 \times 2 \text{ (liter)} = 10}{100kg}$

b. Retribusi  $\frac{1.000 = 10}{100kg}$

c. Upah timbang  $\frac{5.00 = 5}{100kg}$



**Biaya-biaya pemasaran cabe merah setelah Pasar Agropolitan di bangun**

Tingkatan	Biaya pemasaran (Rp/Kg)										Total
	Panen	Upah ojek	Beli karung	Transportasi	Bongkar muat	Retribusi	Upah supir	Sewa kios	Upah timbang	Penyusutan alat	
Petani	800	-	30	50	-	-	-	-	-	-	880
Pedagang Pengumpul	-	-	-	100	-	10	-	-	10	-	120

Keterangan :

1. Petani

- Biaya panen Rp. 40.000, X 2 orang =  $\frac{80.000}{100kg} = 800/kg$
- Bbm Rp. 5.000, / 100kg = 50
- Beli karung Rp.  $\frac{3.000}{100kg} = 30, ./kg$

2. Pedagang pengumpul

$$\text{Transportasi} = \frac{\text{Harga BBM}}{\text{kapasitas muatan}}$$

- Transportasi =  $\frac{5.000 \times 2 \text{ (liter)} = 10}{100kg}$
- Retribusi  $\frac{1.000 = 10}{100kg}$
- Upah timbang  $\frac{1000 = 10}{100kg}$



# BUPATI SOLOK

## PERATURAN BUPATI SOLOK NOMOR : 30 TAHUN 2007.

TENTANG  
PEDOMAN PENGELOLAAN PASAR AGROPOLITAN ( PASAR SAYUR GROSIR SEI.NANAM )  
KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK.

### BUPATI SOLOK,

Menimbang

- a. bahwa pasar sebagai pusat perdagangan merupakan salah satu sumber pusat kegiatan perekonomian masyarakat yang sangat penting dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat ;
- b. bahwa untuk kelancaran pengelolaan dan peningkatan pelayanan pasar sehingga menjadi pasar yang berdaya guna telah ditetapkan Pedoman Umum Pengelolaan Pasar dalam Kabupaten Solok dengan Keputusan Bupati Solok Nomor 7 Tahun 2000;
- c. bahwa sehubungan dengan telah diteruskannya Pengelolaan Pasar Agropolitan Pembangunan Sarana dan Prasarana dari Propinsi kepada Pemerintah Nagari maka untuk kelancaran pengelolaan pasar dimaksud maka perlu ditetapkan dengan Keputusan Bupati.

Mengingat

1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kabupaten dalam Lingkungan Propinsi Sumatera Tengah;
2. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
3. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2004 tentang Perbendaharaan Negara ;
4. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan;
5. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2005 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang telah ditetapkan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2005 ;
6. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dengan Pemerintahan Daerah ;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2004 tentang Pemindahan Ibukota Kabupaten Solok dari Wilayah Kota Solok ke Kayu Aro Sukarami ( Arosuka ) di Wilayah Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok ;
8. Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Daerah ;
9. Peraturan Daerah Propinsi Sumatera Barat Nomor 2 Tahun 2007 tentang Ketentuan Pemerintah Nagari ;
10. Peraturan Daerah Kabupaten Solok Nomor 8 Tahun 2003 tentang Retribusi Pasar ;
11. Peraturan Daerah Kabupaten Solok Nomor 7 Tahun 2006 tentang Pemerintah Nagari ;

12. Peraturan Daerah Kabupaten Solok Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pokok-pokok Pengelolaan Keuangan Daerah ;
13. Keputusan Bupati Solok Nomor 7 Tahun 2002 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Urusan yang Diserahkan Pemerintah Kabupaten kepada Pemerintah Nagari ;
14. Keputusan Bupati Solok Nomor 9 Tahun 2002 tentang Pelimpahan sebagian Kewenangan kepada Kecamatan dan Pemerintah Nagari ;
15. Keputusan Bupati Solok Nomor 33 Tahun 2002 tentang Keseimbangan Keuangan antara Pemerintah Kabupaten Solok dan Nagari ;
16. Peraturan Bupati Solok Nomor 39 Tahun 2002 tentang Teknis dan Prosedur Penyusunan Produk Hukum Daerah.
17. Peraturan Bupati Solok Nomor 12 Tahun 2006 tentang Penyerahan sebagian Urusan Pemerintah Kabupaten kepada Pemerintah Nagari ;

MEMUTUSKAN :

PERATURAN BUPATI TENTANG PEDOMAN PENGELOLAAN PASAR AGROPOLITAN ( PASAR SAYUR GROSIR SUNGAI NANAM ) KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK.

Menetapkan

BAB I  
KETENTUAN UMUM  
Pasal 1

Dalam Keputusan ini yang dimaksud dengan :

1. Daerah adalah Kabupaten Solok.
2. Bupati adalah Bupati Solok.
3. Camat adalah Camat se Kabupaten Solok.
4. Wali Nagari adalah Wali Nagari se Kabupaten Solok.
5. Kecamatan adalah wilayah kerja camat sebagai Perangkat Daerah Kabupaten Solok .
6. Nagari adalah kesatuan masyarakat hukum adat dalam daerah yang terdiri dari beberapa suku yang tergabung dalam Kerapatan Adat Nagari yang mempunyai Wilayah yang tertentu batas-batasnya mempunyai harta kekayaan sendiri serta berhak mengatur.
7. Pasar Agropolitan adalah tempat yang diberi batas tertentu dan terdiri atas halaman/peralatan, bangunan yang berbentuk los atau kios dan bentuk yang khusus disediakan untuk pedagang .Grosir Sayur-sayuran milik Pemda Kabupaten Solok..
8. Los adalah bangunan tetap didalam lingkungan pasar agropolitan berbentuk bangunan memanjang tanpa dilengkapi dinding.
9. Kios adalah bangunan dipasar yang beratap dan dipisahkan satu dengan yang lainnya dengan dinding pemisah mulai dari lantai sampai dengan langit-langit yang dipergunakan untuk usaha berjualan.
10. Badan Komisi adalah Badan Pengelola Pasar Agropolitan Pasar Grosir Sayur di Kabupaten Solok.
11. Badan Pengawas adalah Badan Pengawas Pasar agropolitan Kabupaten Solok..

BAB II  
PENGELOLAAN PASAR AGROPOLITAN

Pasal 2

- (1). Pengelolaan Pasar Agropolitan adalah hak, wewenang dan tanggung jawab Pemerintah Kabupaten Solok.
- (2). Untuk kelancaran pengelolaan Pasar Agropolitan dibentuk Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan.



- (3). Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan sebagaimana dimaksud ayat (2) diangket dan diberhentikan oleh Bupati .

### Pasal 3

- (1). Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

A. Badan Komisi ;

1. menyusun program tahunan Badan Komisi ;
2. mengawasi pelaksanaan tugas Badan Pengelola Pasar Agropolitan ;
3. bersama-sama dengan Badan Pengelola Pasar Agropolitan menyusun rencana strategis pengembangan Pasar Agropolitan ;
4. bersama-sama dengan Badan Pengelola menyusun Rencana Anggaran Penerimaan dan Pengeluaran Keuangan Pasar Agropolitan ( RAPPKP ) ;
5. meminta pertanggungjawaban Badan Pengelola pada akhir tahun dan melakukan sidang tahunan bersama Camat Lembah Gumanti dan Pengelola Pasar Agropolitan ;
6. menyampaikan laporan kegiatan sekali 3 ( tiga ) bulan dan laporan tahunan kepada Bupati ;
7. melaksanakan tugas-tugas lainnya yang menjadi tugas dan tanggung jawab Badan Komisi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

B. Badan Pengelola Pasar Agropolitan

1. menyusun program tahunan Badan Komisi ;
2. bersama-sama dengan Badan Pengelola menyusun Rencana Anggaran Penerimaan dan Pengeluaran Keuangan Pasar Agropolitan ( RAPPKP ) setiap tahun anggaran ;
3. bersama-sama Badan Komisi menyusun strategis pengembangan pasar Agropolitan ;
4. melakukan pengelolaan pasar Agropolitan dengan tertib yang meliputi administrasi inventarisasi dan keuangan pasar ;
5. menjaga keamanan, ketertiban dan kebersihan ( K3 ) Pasar Agropolitan ;
6. memungut retribusi pasar dan melakukan penyetoran sesuai dengan ketentuan yang berlaku ;
7. melaksanakan pembangunan dan pengembangan pasar serta melaksanakan tugas-tugas dan wewenang Badan Pengelola Pasar Agropolitan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku ;
8. melaporkan pelaksanaan pengelolaan pasar Agropolitan setiap bulan kepada Badan Komisi .
9. menyampaikan pertanggungjawaban Badan pengelola setiap akhir tahun kepada Badan Komisi .

- (2). Susunan organisasi Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan adalah sebagai berikut :

A. Badan Komisi Umum.

1. Satu orang ketua merangkap anggota yang dijabat oleh Asisten Ekbang Kesra
2. 1 orang sekretaris dari Kabag Perekonomian.
3. Anggota Komisi dari Pertanian, Koperindag, Bappeda, BPKD PU dan Dinas Perhubungan.

B. Badan Komisi Harian

1. Camat
2. Sekcam
3. Kasi Ekbang
4. UPTD

5. UPTD Pertanian
6. UPTD Perhubungan
7. UPTD PU
8. Walinagari

- C Badan Pengelola Pasar Agropolitan
1. Ketua
  2. Wakil ketua
  3. Sekretaris
  4. Bendaharawan
  5. Seksi Keamanan
  6. Seksi Kebersihan

- (3). Susunan Badan Komisi Pasar Agropolitan ( pasar sayur grosir ) sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf B berwenang untuk menyusun dan mengusulkan susunan Badan Pengelola Pasar Agropolitan sehingga ditetapkan dengan Keputusan Bupati, dilaksanakan melalui musyawarah Badan Komisi.

### BAB III

#### PEMBINAAN DAN PENGAWASAN PENGELOLAAN PASAR

##### Pasal 5

- (1). Untuk kelancaran dan ketertiban pengelolaan, pembangunan dan pengembangan pasar perlu dilakukan pembinaan dan pengawasan.
- (2). Pelaksanaan fungsi, pembinaan dan pengawasan sebagaimana dimaksud ayat (1) dilaksanakan oleh Badan Komisi Pasar.

### BAB IV

#### PEMBANGUNAN DAN PENGEMBANGAN

##### Pasal 6

- (1). Dalam hal pembangunan dilakukan oleh pihak swasta atau orang pribadi maka yang bersangkutan harus mendapat persetujuan dari Bupati
- (2). Pelaksanaan pembangunan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus sesuai dengan master plan Pasar Agropolitan Sayur yang telah ditetapkan.

### BAB V

#### KEUANGAN PASAR

##### Pasal 7

- (1). Setiap Tahun Anggaran Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan wajib membuat anggaran penerimaan dan pengeluaran keuangan pasar
- (2). Anggaran Penerimaan dan Pengeluaran Keuangan Pasar Agropolitan ( APPKP ) sebagaimana dimaksud ayat (1) berlaku setelah mendapat pengesahan dari Bupati .
- (3). Apabila anggaran penerimaan dan pengeluaran keuangan pasar Agropolitan belum mendapat pengesahan, maka sebagai dasar penerimaan dan pengeluaran keuangan pasar Agropolitan berpedoman pada APPKP tahun sebelumnya.

##### Pasal 8

- (1). Sewa kedai atau kios, los dan pelataran diatur sesuai dengan ketentuan Peraturan perundangan-undangan yang berlaku.
- (2). Sewa kedai atau kios dipungut secara harian, mingguan dan bulanan dengan memberikan bukti ( kwitansi / kartu sewa ) sebagai tanda yang diterbitkan oleh Pemerintah Daerah.
- (3). Pembagian pendapatan pasar antara pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Nagari berpedoman kepada pelaksanaan perimbangan keuangan antara pemerintah Kabupaten dan Nagari sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku



#### Pasar 9

- (1) Komposisi pemanfaatan keuangan pasar adalah sebagai berikut :
- (2) 55 % dari hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk operasional pasar.
- (3) 10 % hasil pendapatan pasar dimanfaatkan untuk dana rehabilitasi/pembangunan pasar.
- (4) 30 % dimanfaatkan untuk sumber pendapatan APBD Kabupaten Solok yang dikelola oleh BPKD Kabupaten Solok..
- (5) 5 % dari hasil pendapatan bersih diberikan untuk konstruksi terhadap Nagari Sel.Nanam Kecamatan Lembah Gumanti.

### BAB VI KEWAJIBAN PENYEWA / PEMAKAI

#### Pasal 10

- (1). Calon penyewa yang ingin menempati kedai atau kios dan los dan pelataran dalam wilayah pasar wajib mendapat izin dari pengelola Pasar.
- (2). Izin sebagaimana dimaksud ayat (1) dikeluarkan berdasarkan atas pertimbangan Badan Pengelola Pasar diketahui oleh Badan Komisi.

#### Pasal 11

- (1). Selain kewajiban sebagaimana dimaksud dalam pasal 11, pengurus, penyewa kedai, kios, los dan pelataran lapangan juga berkewajiban untuk :
  - a. membayar sewa kedai atau kios, los dan pelataran / lapangan yang telah ditetapkan tepat pada waktunya ;
  - b. membayar retribusi pasar sesuai dengan ketentuan Peraturan Daerah;
  - c. menjaga kebersihan, ketertiban dan keamanan ( K3 ) pasar khususnya dilingkungan masing-masing
  - d. memiliki tabung racun api yang telah diisi dengan racun api bagi kedai atau kios
  - e. Penandatanganan hak pemakai kios dan los harus sepengetahuan dari Pengelola Pasar.

### BAB VII SANKSI

#### Pasal 12

- (1). Sipemakai atau penyewa kedai, kios, los dan pelataran / lapangan yang tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 dan 11 dikenakan sanksi berupa penutupan atau penyegelan sementara tempat berjualan.
- (2). Penutupan atau penyegelan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan setelah diberikan teguran tertulis sebanyak 3 ( tiga ) kali dalam jangka waktu paling lama 3 ( tiga ) bulan.



DAB VIII  
KETENTUAN PENUTUP  
Pasal 13

- (1) Hal-hal yang belum diatur dalam keputusan ini sepanjang mengenai pelaksanaannya akan diatur lebih lanjut oleh Bupati.
- (2) Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan, Agar setiap orang mengetahui, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Solok

Ditetapkan di Solok  
pada tanggal 4 - 9 - 2007

BUPATI SOLOK

H. GUSMAL

Diundangkan di Arosuka  
pada tanggal 4 - 9 - 2007  
SEKRETARIS DAERAH  
KABUPATEN SOLOK,

H. SUARMAN

BERITA DAERAH KABUPATEN SOLOK TAHUN 2007 NOMOR.....23..



# BUPATI SOLOK

## KEPUTUSAN BUPATI SOLOK

NOMOR : 500 - 496 - 2008

### TENTANG

### PENETAPAN BADAN KOMISI DAN BADAN PENGELOLA PASAR AGROPOLITAN SUNGAI NANAM KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK

BUPATI SOLOK,

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran pengaturan dan pengelolaan pasar Agropolitan Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti dirasa perlu menetapkan Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar yang ditetapkan dengan Keputusan Bupati;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a, perlu menetapkan Keputusan Bupati tentang Penetapan Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1956 tentang Pembentukan Daerah Otonom Kabupaten dalam Lingkungan Propinsi Sumatera Tengah;
2. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2004 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan;
3. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah;
4. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2004 tentang Pemindahan Ibukota Kabupaten Solok dari Wilayah Kota Solok ke Kayu Aro-Sukarami (Arosuka) di wilayah Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Propinsi dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota;
7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 2006 tentang Jenis dan Bentuk Produk Hukum Daerah;
8. Peraturan Daerah Kabupaten Solok Nomor 7 Tahun 2006 tentang Pemerintahan Nagari;



**KAMI BERTEKAT MENJADI KABUPATEN TERBAIK DARI YANG BAIK**

- Masyarakat Bangga pada usaha dan Daerahnya, Berusaha, Berakhlak, Berbudi Luhur dan Berdisiplin
- Perantau Bangga pada Kampung Halamannya
- Aparatur Bangga dalam Pengabdianya

- 7
9. Peraturan Daerah Kabupaten Solok Nomor 4 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Daerah Kabupaten Solok Tahun 2006-2025;
  10. Peraturan Daerah Kabupaten Solok Nomor 3 Tahun 2008 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Daerah Kabupaten Solok Tahun 2006 sampai Tahun 2010.

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan :

**KESATU** : Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok Tahun 2008 dengan susunan personil sebagaimana tercantum pada Lampiran Keputusan ini.

**KEDIJA** : Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar Agropolitan Sungai Nanam sebagaimana dimaksud Diktum Kesatu, mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut :

**A. Badan Komisi :**

1. menyusun Program Kerja Tahunan Badan Komisi;
2. mengawasi pelaksanaan tugas Badan Pengelola Pasar;
3. bersama-sama dengan Badan Pengelola menyusun Rencana Strategi Pengembangan Pasar;
4. bersama-sama dengan badan pengelola menyusun dan membuat Rencana Anggaran Penerimaan dan Pengeluaran Keuangan Pasar (RAPPKP);
5. meminta pertanggungjawaban Badan Pengelola Pasar pada akhir tahun anggaran dan melakukan sidang tahunan bersama KAN dan pengelola pasar;
6. menyampaikan laporan kegiatan 6 ( enam ) bulanan dan laporan tahunan kepada Bupati melalui Camat Lembah Gumanti;
7. melaksanakan tugas-tugas lainnya yang menjadi tugas dan tanggung Badan Komisi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

**B. Badan Pengelola.**

1. menyusun Program Kerja Tahunan Badan Pengelola;
2. bersama-sama dengan Badan Komisi menyusun Strategi Pengembangan Pasar;
3. bersama-sama dengan Badan Komisi menyusun dan membuat Rencana Anggaran Penerimaan dan Pengeluaran Keuangan Pasar (RAPPKP) setiap Tahun Anggaran;
4. melakukan Pengelolaan Pasar dengan tertib yang meliputi administrasi, inventarisasi dan keuangan pasar;
5. menjaga keamanan, ketertiban dan kebersihan (K3) pasar;
6. memungut retribusi pasar sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
7. melaksanakan Pembangunan dan Pengembangan Pasar sesuai dengan ketentuan yang berlaku;



8. melaporkan pelaksanaan pengelolaan pasar setiap bulan kepada Badan Komisi dan Camat serta Bupati;
9. membuat dan menyampaikan pertanggungjawaban Badan Pengelola Pasar setiap akhir Tahun Anggaran kepada Badan Komisi.

- KETIGA : Badan Komisi dan Badan Pengelola pasar dalam pelaksanaan tugas dan tanggungjawabnya agar mempedomani ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- KEEMPAT : Kepada Badan Komisi dan Badan Pengelola Pasar diberikan Honorarium setiap bulannya yang besarnya ditetapkan dan dibebankan pada Anggaran penerimaan dan pengeluaran Keuangan Pasar .
- KELIMA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Arosuka  
pada tanggal 16-9-2000



*Tembusan : disampaikan kepada Yth.*

1. Bapak Gubernur Sumatera Barat di Padang.
2. Sdr. Ketua DPRD Kabupaten Solok di Arosuka.
3. Sdr. Kepala Bawasda Kabupaten Solok di Arosuka.
4. Sdr. Camat Lembah Gumanti di Alahan Panjang.
5. Masing-masing yang bersangkutan di tempat.

LAMPIRAN  
 KEPUTUSAN BUPATI SOLOK  
 NOMOR : 500-496-2008  
 TANGGAL : 16-9-2008

BADAN KOMISI DAN BADAN PENGELOLA PASAR AGROPOLITAN  
 SUNGAI NANAM KECAMATAN LEMBAH GUMANTI  
 KABUPATEN SOLOK

NO	NAMA	JABATAN
<b><u>BADAN KOMISI UMUM</u></b>		
1.	Asisten Ekbang Kesra	Ketua
2.	Kepala Bagian Perekonomian	Sekretaris
3.	Kepala Dinas Pertanian dan Perikanan	Anggota
4.	Kepala Dinas Koperindag	Anggota
5.	Kepala Bappeda	Anggota
6.	Kepala BPKD	Anggota
7.	Kepala Dinas Pekerjaan Umum	Anggota
8.	Kepala Dinas Perhubungan	Anggota
<b><u>BADAN KOMISI HARIAN</u></b>		
1.	Camat Lembah Gumanti	Ketua
2.	Sekretaris Kecamatan Lembah Gumanti	Sekretaris
3.	Kasi Ekbang Kar.tor Camat Lembah Gumanti	Anggota
4.	Kepala UPT Dinas Pertanian Kec. Lembah Gumanti	Anggota
5.	Kepala UPT Dinas Perhubungan Kec. Lembah Gumanti	Anggota
6.	Kepala UPT Dinas PU Kec. Lembah Gumanti	Anggota
7.	Wali Nagari Sungai Nanam	Anggota
<b><u>BADAN PENGELOLA</u></b>		
1.	H. Herfalas	Ketua
2.	Jefri Syukur	Wakil Ketua
3.	Mas'ud, S.Ag	Sekretaris
4.	Kasma Elina / Desurati	Bendaharawan
5.	Sukarni Mangkuto Sati / A.P.P.	Seksi Keamanan
6.	Indra Isman	Seksi Kebersihan
7.	Amirudin	Seksi Kebersihan
8.	Syamsir Malin Pangulu / Amirudin. P. Mansur	Seksi Pendapatan

