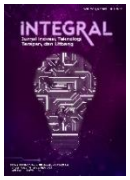
Integral: Jurnal Inovasi, Tekonologi Terapan, dan Litbang
Volume 2 No 2 (2023), Halaman: 131-151
e-ISSN: 2961-8274, p-ISSN: 2962-0201
Journal Homepage: https://jurnal.purworejokab.go.id/index.php/integral



Pemanfaatan *Information and Communication Technology* (ICT) pada Usahatani Salak Pondoh

Desy Apriliana Sari[1] ✉
Universitas Gadjah Mada, Indonesia(1)
✉ desyaprilianasari@gmail.com

Kata kunci:
Pemanfaatan ICT, Usahatani Salak Pondoh, Studi Kasus

Abstrak

Information and Communication Technology (ICT) merupakan media yang mampu menghubungkan jarak dalam bentuk virtual sehingga mudah dijangkau. Salah satu pemanfaatan ICT adalah pemanfaatan pada usahatani salak pondoh. Dalam hal ini, ICT dapat dimanfaatkan di dalam proses budidaya maupun pemasaran salak pondoh sehingga komunikasi maupun informasi produksi maupun distribusi salak pondoh dapat dijalankan dengan efisien. Terdapat tujuan yang mendasari penelitian ini, yaitu: kontribusi ICT di dalam usahatani salak pondoh, baik siklus produksi maupun pemasaran komoditas salak pondoh Desa Wonokerto. Studi kasus merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini yang didasari oleh sifat penelitian yang masih sangat baru dan pertanyaan penelitian yang hanya mampu dijawab dengan mengoptimalkan *why* dan *how*. Oleh karenanya, pengumpulan infomasi menggunakan teknik *indepth interview*. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *snowball* dan *purposive sampling* dengan infoman berupa petani dan pengepul salak pondoh di Desa Wonokerto. Hasil yang diperoleh di dalam penelitian ini adalah adanya pemanfaatan ICT yang cenderung dimanfaatkan oleh para pengepul dibandingkan para petani salak pondoh. Kegiatan pemasaran salak pondoh lebih membutuhkan ICT dibandingkan kegiatan budidaya salak pondoh. Oleh karena itu, pengepul memiliki tingkat pemakaian ICT lebih tinggi dibandingkan para petani salak.

Keywords:
ICT application, Salak Pondoh Farming, Case Study

Abstract

Information and Communication Technology or ICT is a media that able to connecting a gap into virtual shape so it can be easily reached. One of the ICT usage is for Salak Pondoh's farming. For this matter, ICT can be used in the cultivation, marketing, and information or communication for production can be done efficiently. There are purposes in this research: ICT contribution in Salak Pondoh's farming, Production cycle or commodity marketing in Wonokerto Village. Research Study is a method that used to answer this research questions. This method's picked based on research character that were new and the research's questions that only can be answered by optimalizing why and how questions. Therefore, collecting information done by indepht interview technique. Informant selected by using snowball and purposive sampling technique which required farmers and Salak Pondoh's collectors in Wonokerto Village. Result shows that ICT application tend to used by collectors more than farmers. Marketing activities need more application of ICT than cultivation process. Therefore, collectors have a higher rate of ICT usage than Salak's farmers.

DOI: 10.57122/integral.v2i2.34

1. LATAR BELAKANG

1.1. Pendahuluan

Dewasa ini, teknologi berkembang dengan sangat pesat. Hampir seluruh negara gencar dalam melakukan pengembangan teknologi. Teknologi pada era ini telah menjadi faktor pendorong dalam

mendukung perkembangan zaman, salah satunya dalam hal pembangunan. Pembangunan yang dilakukan di setiap negara hampir tidak luput dari jamahan teknologi. Teknologi telah menjadi kebutuhan penting untuk mendorong berbagai kegiatan.

Information and Communication Technology (ICT) atau Teknologi Informasi dan Komunikasi dinilai mampu memberikan kemudahan bagi manusia dalam berkomunikasi. ICT mampu meminimalisir waktu dan jarak sebagai faktor penghambat dalam berkomunikasi maupun perolehan informasi (Saragih, 2015). Pemanfaatan ICT telah melingkupi seluruh kegiatan yang ada dalam pembangunan, baik dalam bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, politik, bahkan hingga kegiatan pertanian sekalipun. ICT dinilai mampu memberikan dorongan yang kuat terhadap pembangunan. Hal ini dijelaskan oleh Kauffman dan Kumar (2008) dalam *Impact of Information and Communication Technologies on Country Development: Accounting for Area Interrelationships* bahwa ICT memberikan dampak yang positif bagi perekonomian, terutama dalam mendukung penjualan produk.

Sejak tahun 2004, Indonesia telah mengembangkan Program Rintisan dan Akselerasi Pemasyarakatan Inovasi Teknologi Pertanian (Prima Tani). Program ini dilaksanakan secara partisipatif oleh semua *stakeholder* pembangunan pertanian dalam bentuk agribisnis. Program yang bersifat integrasi ini diharapkan mampu menghasilkan keluaran yang bermuara pada ketahanan pangan, daya saing melalui nilai tambah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Terlihat dalam hal ini bahwa komunikasi merupakan faktor yang penting, terlebih apabila dibungkus dalam basis teknologi (Suryana dalam Rangkuti, 2009).

AMARTA (*Agribusiness Market and Support Activity*) merupakan proyek yang bergerak di bidang pertanian Indonesia. Proyek ini spesifik dalam aktivitas bisnis pertanian yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani. Proyek ini juga telah berbasiskan pada penggunaan ICT, seperti yang dilansir oleh USAID (2010). Indonesia sebagai negara agraris memiliki kegiatan pertanian yang cukup tinggi. Pertanian di Indonesia dapat meliputi pertanian bahan pangan, perkebunan, peternakan dan perikanan. Selain pertanian padi, Indonesia juga terkenal akan perkebunannya, salah satunya adalah salak podoh. Salak pondoh merupakan salah satu jenis buah salak yang terkenal akan rasa manisnya. Salak pondoh merupakan ikon dari Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pertanian merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian Kecamatan Turi. Kondisi alam yang dimiliki Kecamatan Turi mendukung perkembangan pertanian. Dengan adanya potensi alam ini, salak pondoh disebut sebagai ikon dari Kecamatan Turi dapat tumbuh subur. Oleh karena hal tersebut, Kecamatan Turi menjadi produsen terbesar salak pondoh di Kabupaten Sleman (BPS Sleman, 2015). Produksi salak di Kecamatan Turi terhitung sangat besar. Potensi salak pondoh yang besar menjadi alasan mata pencaharian masyarakat di sana sebagai petani salak. Sebagian besar, hampir seluruhnya masyarakat di Kecamatan Turi, khususnya Desa Wonokerto bermatapencaharian sebagai petani salak. Desa Wonokerto merupakan satu dari empat desa yang ada di Kecamatan Turi dengan potensi salak pondoh terbesar (BPS Sleman, 2015). Berbagai hal tersebut melatarbelakangi studi kontribusi ICT di dalam usahatani salak pondoh, baik siklus produksi maupun pemasaran komoditas salak pondoh Desa Wonokerto.

1.2. Tinjauan Pustaka

ICT menurut *The World Bank's Comprehensive Development Framework* dalam Kauffman dan Kumar (2008) adalah segala sesuatu, baik perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), *networks*, dan media yang bertujuan untuk mengoleksi, menyimpan, mengolah, mentransmisikan,

dan mempresentasikan informasi (termasuk suara, data, teks, dan gambar). Indonesia sebagai negara sedang berkembang juga mulai melakukan pembangunan berbasis teknologi. Pengembangan teknologi, khususnya ICT di Indonesia salah satunya telah memasuki di bidang pertanian. Dijelaskan pula oleh Rangkuti (2009) bahwa teknologi komunikasi tidak hanya membuat sesuatu menjadi lebih efisien, akan tetapi juga mampu membangun wawasan dan pengetahuan global petani tentang perkembangan pertanian, baik dalam ranah lokal, nasional, maupun hingga ranah internasional.

Sektor pertanian di Indonesia memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi di antaranya adalah kontribusi produksi, kontribusi pasar, kontribusi faktor produksi dan kontribusi perdagangan internasional (Widodo dalam Anjani, 2014). Pernyataan ini juga didukung oleh pernyataan dari Mukhyi (2007), bahwa sektor pertanian di samping berperan sebagai sumber penghasil devisa yang besar, juga menjadi sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Pertanian memiliki kontribusi yang cukup besar dalam proses pembangunan ekonomi, yaitu (1) kontribusi produksi, (2) kontribusi pasar, (3) kontribusi faktor produksi, (4) kontribusi devisa (Ghatak & Ingersent dalam Yuwono, dkk, 2011).

Pengembangan pertanian dengan mendasarkan teknologi di dalamnya dapat memberikan dampak yang positif. Kunci dari pemanfaatan ICT dalam konteks pertanian adalah sebagai media yang menjembatani adanya kesenjangan informasi. Informasi merupakan suatu hal yang vital bagi masyarakat perdesaan dalam mengambil keputusan terhadap berbagai isu, seperti isu pertanian. Isu pertanian yang mampu diselesaikan dengan ICT di antaranya adalah hal-hal yang berkaitan dengan rantai nilai pertanian, peningkatan ketahanan dengan mengelola risiko penyakit tanaman (hama) dan hewan, jembatan bagi orang-orang yang membantu petani untuk memaksimalkan pendapatan mereka, baik dengan meningkatkan produksi melalui jasa konsultasi teknis atau melalui informasi harga pasar, serta akses jasa keuangan dan peningkatan jaringan pasar (FAO, 2008). Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari World Bank, e-Agriculture Community dan FAO (2012) yakni peningkatan pengetahuan dalam penggunaan atau pemanfaatan ICT dapat meningkatan produktivitas pertanian dan meningkatkan pendapatan petani buruh.

2. METODE

Penelitian ini berlokasi di Desa Wonokerto , Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Desa ini terdiri atas tiga belas padukuhan, yaitu Padukuhan Tunggularum, Padukuhan Gondoarum, Padukuhan Sempu, Padukuhan Banjarsari, Padukuhan Imorejo, Padukuhan Manggungsari, Padukuhan Jambusari, Padukuhan Dukuhsari, Padukuhan Kembang, Padukuhan Pojok, Padukuhan Becici, Padukuhan Dadapan, dan Padukuhan Sangurejo. Dari ketigabelas padukuhan tersebut, Desa Wonokerto memiliki 29 RW dan 63 RT.

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, dengan menempatkan wilayah Desa Wonokerto sebagai kasus di dalam penelitian ini. Pemilihan metode studi kasus didasari oleh sifat penelitian yang mengkaji suatu fenomena kontenporer dan pertanyaan penilitian yang hanya mampu dijawab dengan mengoptimalkan why dan how. Hal ini juga telah di jelaskan oleh Yin dalam Rachmawati (2011) bahwa penelitian dengan menerapkan metode studi kasus memiliki ciri khas yang di antaranya adalah bersifat kontenporer dan menekankan pada menjawab pertanyaan penelitian how dan why. Oleh karenanya, dalam penelitian ini terwujud beberapa pertanyaan penelitian: 1) Bagaimana kegiatan usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto?; 2) Bagaimana pemanfaatan ICT di dalam kegiatan usahatani salak pondoh Desa Wonokerto?; 3) Bagaimana pemanfaatan ICT di tangan petani dalam kegiatan

usahatani salak pondoh?; 4) Bagaimana pemanfaatan ICT di tangan pengepul dalam kegiatan pemasaran salak pondoh?; 5) Mengapa ICT bermanfaat di dalam kegiatan usahatani salak Desa Wonokerto?

Kasus tunggal yang dipilih di dalam metode studi kasus dalam penelitian ini melibatkan Wilayah Desa Wonokerto menjadi kasus tersebut. Keunikan penelitian yang menjadikan studi kasus merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah keanekaragaman karakteristik setiap informan di dalam memanfaatkan ICT pada kegiatan usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto. Keanekaragaman karakteristik informan tidak mampu membatasi peneliti untuk mengungkap fenomena pemanfaatan ICT dalam usahatani yang terjadi di setiap informan.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer, yang diperoleh melalui indepth interview. Informan yang dipilih merupakan informan yang menggunakan ICT secara aktif, yakni petani yang aktif melakukan usahatani salak pondoh dan memiliki lahan pertanian salak pribadi, serta pengepul salak pondoh Desa Wonokerto yang aktif dalam melakukan pemasaran salak.

Kajian penelitian ini meliputi pemanfaatan ICT terhadap kegiatan usahatani salak pondoh yang terdiri atas kegiatan budidaya, panen, dan pemasaran salak pondoh, kegiatan budidaya dan panen salak pondoh dikuasai oleh petani salak pondoh, sedangkan kegiatan pemasaran salak pondoh dikuasai oleh pengepul salak pondoh. Guna menelaah mengenai pemanfaatan ICT di dalam kedua kegiatan tersebut, maka dilakukan pembatasaan terhadap pemilihan informan dengan menerapkan pemanfaatan ICT secara aktif oleh informan sebagai syarat utama.

Teknik penentuan informan dilakukan dengan dua teknik berbeda. Untuk informan petani salak pondoh diambil dengan teknik purposive sampling. Sedangkan, informan pengepul salak pondoh dilakukan dengan cara snowball. Pengggunaan teknik purposive sampling, dilakukan karena adanya batasan petani yang dimaksud, yaitu petani dengan ciri memiliki lahan perkebunan salak pondoh sendiri dan memanfaatkan ICT secara aktif. Penentuan petani salak pondoh dalam penenlitian ini di ambil setiap kelompok tani yang ada di setiap padukuhan di Desa Wonokerto. Teknik snowball diterapkan dalam menentukan informan pengepul. Pengepul dipilih menjadi informan dalam penelitian ini dikarenakan mereka lebih menguasai kegiatan pemasaran salak pondoh sehingga diharapkan mampu menjawab tujuan penelitian mengenai pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto. Sayarat yang diterapkan untuk memilih pengepul adalah mereka yang memanfaatkan ICT di dalam kegiatan pemasarannya. Teknik snowball dilakukan, karena minimnya informasi mengenai keberadaan pengepul di Desa Wonokerto.

Hasil yang diperoleh berupa rekaman suara wawancara, foto dokumentasi, dan catatan poin-poin penting selama wawancara. Data yang diperoleh tersebut kemudian diperlukan proses pengolahan sehingga mampu menyajikan informasi yang mudah dipahami. Hasil rekaman suara wawancara terhadap informan kemudian diolah menjadi transkrip yang dituliskan dengan mendetail, sesuai dengan kalimat-kalimat yang diutarakan baik pewawancara maupun informan. Bahasa yang dituliskan di dalam transkrip tersebut juga menyesuaikan bahasa yang digunakan dari setiap informan. Hal ini dilakukan guna mendapatkan informasi secara menyeluruh. Karena, bahasa yang digunakan (bahasa jawa) terkadang memiliki arti tersendiri yang tidak dapat dibahasakan ke dalam bahasa indonesia.

Hasil dari pemahaman transkrip kemudian diolah kembali dengan mengambil poin-poin penting dari setiap informan, termasuk informasi-informasi unik yang ada. Untuk beberapa informasi dipaparkan ke dalam tabulasi diagram maupun skema. Poin-poin penting dan unik dari hasil penyortiran transkrip setiap informan dikelompokkan untuk dijadikan sebagai unit-unit

informasi tersendiri. Unit-unit informasi tersebvut kemudian dituangkan ke dalam unit kasus. Unit kasus tersebut merupakan daftar informasi-informasi penting dan unik yang berkaitan dengan penelitian yang diperoleh dari semua informan yang ada.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Salak pondoh (*Salacca zalacca* Gaerther Voss.) merupakan produk lokal dari Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kecamatan Turi. Buah dengan ciri khas rasa yang manis sedikit masir ini menjadi ikon dari Kabupaten Sleman. Buah salak pondoh tersebar hampir di seluruh daerah di Kabupaten Sleman. Akan tetapi, Kecamatan Turi memiliki angka produktivitas salak pondoh tertinggi dibandingkan dengan enam belas kecamatan lain di Kabupaten Sleman.

Desa Wonokerto merupakan salah satu desa di Kecamatan Turi dengan nilai produktivitas salak pondoh tertinggi. Karakteristik lingkungan dan kesesuaian lokasi, membuat tanaman salak ini tumbuh berkembang di daerah tersebut. Tidak hanya salak dengan jenis salak pondoh yang budidayakan di desa ini, akan tetapi masih banyak varietas salak lainnya yang mampu berkembang. Hanya saja, varietas-varietas lainnya tidak mampu berkembang sebanyak salak pondoh dikarenakan beberapa faktor.

Keunggulan salak pondoh di Desa Wonokerto menarik perhatian masyarakat untuk berkecimpung di dunia pertanian salak pondoh yang dimulai pada tahun 1990-an. Pada masa itu, salak pondoh memiliki harga yang sangat fantatis dan mampu mendorong perekonomian para petaninya. Peluang ini dimanfaatkan masyarakat yang akhirnya beralih untuk menekuni pertanian salak pondoh hingga saat ini.

a. Deskripsi Unit Kasus

Kasus utama yang di ambil dalam penelitian ini adalah Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman dengan konsep utama adalah pemanfaatan ICT dalam menekan efek *perishability* pada buah salak pondoh. Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap dua jenis informan, yaitu sembilan petani dan empat pengepul maka ditemukannya beberapa unit informasi di dalamnya. Unit kasus mengandung informasi unik yang diperoleh ketika peneliti melakukan *indepth interview* terhadap informan-informannya.

1) Unit Kasus 1

Hal unik pertama ini dijadikan unit kasus 1 yaitu budidaya salak pondoh di Desa Wonokerto masih menggunakan cara konvensional. Dari sembilan informan tersebut mengakui bahwa petani-petani salak Desa Wonokerto masih mempertahankan cara konvensional. Belum ada inovasi modern dalam budidaya salak pondoh.

Budidaya salak pondoh Desa Wonokerto terdiri atas pengolahan lahan, pembibitan, pemupukan, perawatan (pembasmian hama), penyerbukan, pemanenan dan penyortiran. Dari semua tahapan budidaya tersebut, para petani mengaku masih menggunakan cara lama. Tidak ada mesin-mesin khusus yang berteknologi canggih dalam membantu para petani budidaya salak pondoh. Bahkan, pemupukan dan pembasmian hama masih menggunakan pupuk organik.

2) Unit Kasus 2

Unit kasus 2 pada penelitian ini adalah seluruh petani memiliki tujuan pemasaran utama ke pengepul sehingga memiliki pengepul langganan. Pengepul mejadi tujuan utama para petani salak pondoh untuk memasarkan produknya dikarenakan adanya kepastian salak dapat terjual dalam jumlah besar. Dalam bidang pemasaran ini, pengepul mampu membeli salak dalam jumlah yang

sangat besar dan tidak jarang dapat membeli keseluruhan total produksi salak pada petani yang telah memiliki label langganan. Langganana membentuk sistem pemasaran

3) Unit Kasus 3

Langganan menjadi sistem pemasaran antara petani dengan pengepul. Petani dan pengepul salak pondoh di Desa Wonokerto menerapkan sistem langganan untuk memberi prioritas. Petani yang sudah di cap langganan biasanya petani yang telah menetap untuk menjual salak pada pengepul tertentu. Petani yang berpindah-pindah pengepul untuk memasarkan salaknya, biasanya akan memiliki kepercayaan yang kurang dari pengepul. Akibatnya, petani tersebut kehilangan label pelanggan.



Gambar 1. Ilustrasi Sistem Langganan antara Petani dengan Pengepul
Sumber: Data Pribadi, 2018

Label langganan akan memberikan prioritas bagi para petani sehingga petani dapat tetap memasarkan salaknya meskipun sedang panen raya ataupun harga salak sedang jatuh. Dengan hal ini pula, petani dapat menghindari salak busuk yang dapat merugikan bagi para petani. Terlebih, ketika musim panen raya tiba. Pada waktu tersebut, akan terjadinya lonjakan jumlah produksi salak pondoh yang sangat tinggi dibandingkan musim panen lainnya. Adanya produksi salak yang tinggi tentunya akan mengakibatkan jatuhnya harga salak. Kejadian ini akan mempengaruhi pengepul sehingga para pengepul membatasi pemasokan salak. Pengepul pada akhirnya akan memprioritaskan petani-petani langganan.

4) Unit Kasus 4

Unit kasus 4 ini memaparkan bahwa terdapat beberapa petani dan pengepul yang memilih jalur pemasaran ekspor. Para petani dan pengepul dengan pemasaran ekspor tersebut biasanya tergabung dalam Mitra Turindo. Mitra Turindo merupakan wadah atau media yang menjembatani para petani maupun pengepul yang ingin memasarkan salaknya hingga luar negeri. Untuk mengikuti pemasaran ekspor tersebut, petani maupun pengepul harus menjadi anggota Mitra Turindo dengan beberapa syarat. Syarat utama adalah lahan salak atau salak yang dimilikinya telah tersertifikasi oleh pemerintah, bahwa salak tersebut adalah salak organik dengan kualitas prima.

Petani maupun pengepul yang mengikuti kegiatan ekspor tersebut biasanya menilai bahawa pemasaran ekspor memberikan nilai jual salak yang tinggi sehingga memberikan keuntungan yang tinggi pula. harga yang dipatok untuk salak ekspor memang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan salak pemasaran lokal maupun interegional. Akan tetapi, perlu adanya perlakuan ekstra dan spesial bagi salak-salak yang akan diekspor tersebut.

5) Unit Kasus 5

Panen raya salak pondoh menjadi suatu hal yang memberikan pengaruh yang cukup banyak bagi para pelaku usahatani salak pondoh, baik petani maupun pengepul. Pasalnya, panen raya juga memberikan dampak positif sekaligus negatif bagi kedua pelaku usahatani salak tersebut. Panen raya merupakan musim puncak produksi salak tertinggi setiap tahunnya. Panen raya salak pondoh di Desa Wonokerto terjadi di antara Bulan Juni-Agustus dan Bulan Desember-Februari.

Dampak positif panen raya adalah meningkatnya jumlah produksi salak sehingga mampu memenuhi permintaan akan buah salak di pasaran. Akan tetapi dengan jumlah salak yang sangat

tinggi inilah justru membanting harga salak di pasaran. Terpenuhinya bahkan hingga melebihi dari permintaan membuat harga salak menjadi turun. Karena, jika harga tetap seperti biasanya, akan terjadi stok salak sisa.

Apabila terjadi sisa salak, maka pengepul akan mendapatkan kergian akibat salak terbuang sia-sia. Imbasnya, petani pun nantinya tidak dapat memasarkan salaknya secara keseluruhan. Kerugian pun juga akan dirasakan oleh para petani. Oleh karena itu, musim panen raya dengan melonjaknya jumlah produksi salak pondoh ini memiliki hasil keuntungan yang sama dengan penjualan salak di masa-masa lainnya.

6) Unit Kasus 6

Unit kasus 6 merupakan pemanfaatan ICT oleh kedua pelaku usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto, yaitu petani dan pengepul salak pondoh. Kondisi pemanfaatan ICT dari kedua pelaku ini tergolong unik. Pasalnya, terdapat perbedaan yang sangat jauh di antara kedua pelaku tersebut di dalam pemanfaatan ICT pada kegiatan usahatani salak pondoh.

Petani salak pondoh merupakan pelaku salak pondoh yang lebih *intens* dalam hal budidaya salak pondoh di bandingkan dengan pemasaran salak pondoh. Kegiatan budidaya salak pondoh tersebut tidak memerlukan banyak interaksi yang memerlukan pemanfaatan ICT. Pemanfaatan dalam bidang budidaya hanya berkisar pada komunikasi dengan buruh, pembelian pupuk, dan komunikasi dengan pengepul atau pembeli salak. Pemanfaatan ICT lebih cenderung untuk kegiatan sehari-hari di luar budidaya salak pondoh, seperti komunikasi dengan keluarga maupun kerabat.

Berbanding terbalik dengan pernyataan para informan pengepul mengenai pemanfaatan ICT di dalam usahatani salak. Pengepul merupakan pelaku usahatani salak yang lebih condong dalam hal pemasaran salak pondoh.

Pemasaran yang dilakukan para pengepul cenderung bertipe pemasaran interegional dan internasional. Jarak yang tercipta dalam pemasaran ini mendorong para pengepul untuk memanfaatkan ICT. Interaksi yang tercipta dalam pemasaran tersebut membutuhkan komunikasi yang baik, meskipun terhalang oleh jarak. Karena, komunikasi menjadi faktor utama untuk menciptakan kepercayaan antar pengepul dengan konsumen sehingga dapat menghindarkan dari penipuan. Oleh karena itu, para pengepul tidak dapat terlepas dari pemanfaatan ICT di bidang pemasaran salak pondoh ini.

b. Kondisi Pertanian Salak Pomdoh Desa Wonokerto

Salak pondoh menjadi sebuah ciri khas Kabupaten Sleman, khusunya di Desa Wonokerto, Kecamatan Turi. Kecamatan Turi merupakan salah satu kecamatan terbesar penghasil salak pondoh di Kabupaten Sleman, dan Desa Wonokerto merupakan satu dari keempat desa yang ada di kecamatan ini sebagai penghasil salak tertinggi. Pernyataan tersebut dapat menggambarkan bahwa desa ini memiliki penggunaanlahan bidang pertanian berupa pertanian salak pondoh yang sangat luas. Hampir sebagian besar fungsi lahan di daerah ini merupakan kebun salak pondoh sehingga usahatani yang bergerak di Desa Wonokerto adalah usahatani salak pondoh.

Saat itu, harga salak pondoh masih stabil dan cenderung meningkat. Harga salak pondoh terbilang sangat tinggi, hingga menyaingi harga beras pada saat itu. Selain itu, permintaan salak pondoh juga cukup banyak. Dengan kondisi pemasaran salak yang menjanjikan tersebut membuat warga berbondong-bondong mengembangkan salak pondoh sehingga sebagian besar warga memiliki lahan perkebunan salak pondoh. Permintaan yang cukup tinggi tersebut semakin menarik perhatian warga. Akan tetapi, pemasaran yang pada saat itu masih menggebu-gebu belum diiringi dengan pengelolaan pemerintah. Bibit salak pondoh juga menjadi satu produk yang dipasarkan hingga mencapai daerah-daerah lain, seperti beberapa daerah di Sumatera. Pemasaran bibit salak

menjadi satu kesalahan yang kini disadari masyarakat. Hal ini membuka peluang persaingan sehingga daerah-daerah yang mengembangkan salak pondoh menjadi pesaing.

Kini pertanian salak pondoh masih menjadi lapangan pekerjaan terbesar di Desa Wonokerto. Hampir sebagian besar, bahkan hampir seluruhnya masyarakat Desa Wonokerto merupakan petani salak pondoh. Meskipun beberapa di antaranya pertanian salak pondoh menjadi pekerjaan sampingan. Masyarakat Desa Wonokerto masih mengandalkan pertanian salak pondoh tersebut. Meskipun harga salak pondoh yang kini dirasakan sudah tidak stabil dan cenderung menurun menjadi satu kendala bagi para pelaku usahatani salak pondoh, khususnya para petani.

Pertanian salak pondoh di Desa Wonokerto memberikan dorongan yang kuat bagi perekonomian masyarakat di awal tahun 90-an. Akan tetapi, pada akhir tahun ini masyarakat mengeluhkan berbagai kendala dalam pertanian salak dan pemasarannya. Lokasi Desa Wonokerto yang tidak jauh dari Gunungapi Merapi menyebabkan desa tersebut menjadi salah satu lokasi yang terkena dampak erupsi Gunungapi Merapi yang cukup parah. Alhasil, banyak kebun salak yang rusak, irigasi yang tidak berfungsi, serta lahan-lahan pertanian yang tidak mampu difungsikan secara langsung pascaerupsi Gunungapi Merapi. Erupsi yang terjadi di tahun 2010 sangat menjatuhkan para petani, sekaligus para pengepul. Kegiatan usahatani salak dan pemasarannya terhenti karena tidak adanya panen salak. Pemulihan budidaya salak pondoh memerlukan waktu yang cukup lama. Hingga sekarang, petani merasa salak belum sepenuhnya dapat menghasilkan kuantitas dan kualitas salak pondoh sebaik tahun-tahun sebelum terjadinya erupsi Gunungapi Merapi.

c. Usahatani Salak Pondoh

Usahatani merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara petani mengelola input atau faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal, teknologi, pupuk, benih, dan pestisida) dengan efektif, efisien, dan kontinu untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan usahataninya meningkat (Rahim dan Diah, 2007). Usahatani yang digeluti sebagian besar masyarakat Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman adalah usahatani salak pondoh.

Pada awalnya, usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto terbentuk atas gotong royong masyarakat. Masyarakat mendirikan usahatani salak pondoh hanya bermodalkan bibit dan tenaga gotong royong warga. Belum terlihat pemakaian jasa buruh dalam hal ini.

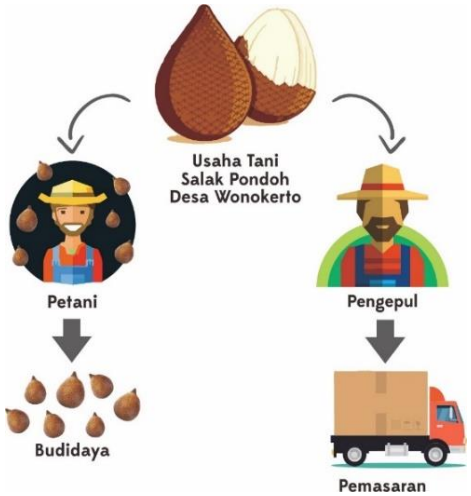
Berdasarkan cara mengusahakannya, usahatani yang ada di Desa Wonokerto menurut uraian Rahim dan Diah (2007) adalah usahatani perseorangan. Usahatani salak pondoh yang ditekuni petani salak pondoh Desa Wonokerto dikerjakan secara individual, termasuk dalam pemenuhan faktor-faktor produksi. Dari kesepuluh informan petani salak pondoh, semua usahatani merupakan usahatani perseorangan. Tidak ada campur tangan dari pihak lain dalam menjalankan usahatani (budidaya) oleh para petani.

Sedangkan menurut sifat dan coraknya, usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto merupakan usahatani komersil, yakni usahatani yang secara keseluruhan hasil produksinya dijual. Para petani salak pondoh di Desa Wonokerto ini menjual sebagian besar hasil panen salaknya secara lansung kepada pengepul, sementara sebagian kecil hasil panen terkadang dijual ke konsumen (pengecer).

Semua petani salak pondoh yang ada di Desa Wonokerto memiliki sifat yang komersil, hanya saja yang membedakan mereka adalah tujuan pemasarannya. Memang, sebagian besar merujuk pada pengepul yang ada di sekitar mereka. Akan tetapi, beberapa di antaranya bekerjasama dengan mitra lain, seperti Mitra Turindo dan Omah Salak. Sedangkan, pemasaran kepada konsumen secara langsung hanya dilakukan oleh beberapa petani saja. Menurut informan PT06 yang melakukan

penjualan langsung kepada konsumen memerlukan waktu dan manajemen lebih. PT06 lebih merekomendasikan penjualan salaknya ke pengepul atau ke Omah Salak meninjau harga dan kemampuan pengepul serta Omah Salak dalam menampung (membeli) salak dalam jumlah yang cukup besar.

Pelaku yang terlibat dalam usahatani salak pondoh adalah petani salak pondoh, pengepul, pengelola paguyuban/asosiasi ekspor, dan pedagang salak pondoh. Petani salak pondoh berperan dalam proses produksi salak pondoh atau yang sering disebut dengan budidaya salak pondoh. Petani berperan besar dalam memberikan kualitas maupun kuantitas salak pondoh. Masyarakat Desa Wonokerto sebagian besar bekerja dalam bidang pertanian, terutama adalah pertanian salak pondoh. Bahkan, hampir sebagian besar masyarakat desa ini berkecimpung di dalam pertanian salak pondoh. Sedangkan, pengepul di dalam pertanian salak pondoh berperan besar di dalam pemasaran salak pondoh.



Gambar 2. Visualisasi Usahatani Salak Pondoh dan Pelakunya di Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Desa Wonokerto memiliki 32 kelompok tani dan KWT yang sebagian besar merupakan pertanian salak. Rata-rata anggota dari kelompok tani dan KWT tersebut merupakan petani salak pondoh. Setiap kelompok tani, masing-masing beranggotakan lebih kurang 30 hingga 50 anggota kelompok tani. Tidak semua masyarakat ikut serta dalam kelompok tani tersebut. Kelompok tani ini hanya sebagai formalitas ketika terdapat sosialisasi maupun penyaluran bantuan pertanian.

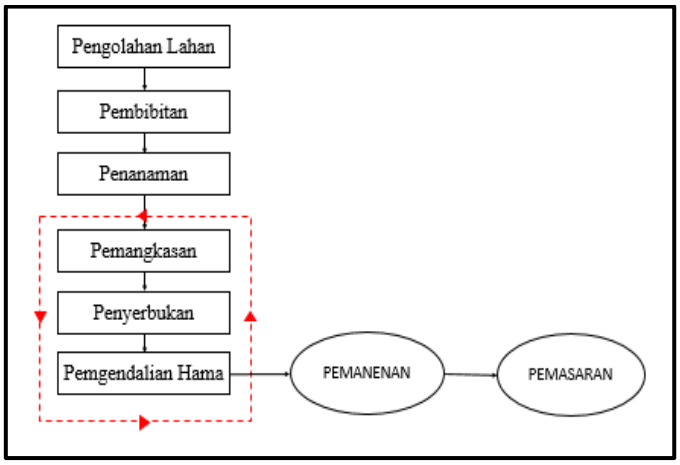
d. Produksi Salak Pondoh

Produksi salak pondoh di Desa Wonokerto terbilang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan hampir sebagian besar penggunaanlahan Desa Wonokerto difungsikan sebagai kebun salak pondoh. Serta, sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani salak pondoh. Dapat dikatakan pula bahwa hampir setiap keluarga di Desa Wonokerto memiliki lahan perkebunan salak yang aktif dibudiayakan.

1) Budidaya Salak Pondoh

Kegiatan budidaya salak, khsuusnya salak pondoh di Desa Wonokerto di awali dengan kegiatan pengolahan ladang, pembibitan, penanaman, pemupukan, pemangkasan, penyerbukan, dan pengendalian hama. Bagi masyarakat Desa Wonokerto pada saat ini, kegiatan budidaya hanya akan berlangsung mulai pada tahap pemupukan hingga pengendalian hama. Hal ini terjadia karena, pengolahan lahan, pembibitan dan penanaman cukup dilakukan sekali saja pada saat awal budidaya dimulai. Kecuali, jika terjadi kerusakan pada tanaman dan harus diganti dengan tanaman yang baru.

Kegiatan usahatani dibagi menjadi dua kegiatan utama, yakni budidaya dan pemasaran. Budidaya salak pondoh dilakukan dari tahap pengolahan lahan hingga tahap pemanenan salak itu sendiri. Sedangkan kegitan pemasaran, dilakukan setelah pemanenan salak telah selesai dilakukan.



Gambar 3. Proses Proses Budidaya dan Pemasaran Salak Pondoh
Sumber: Data Pribadi, 2018

Budidaya yang dilakukan sebagian petani salak pondoh Desa Wonokerto adalah individual. Berarti, petani melakukan budidaya salak pondoh secara pribadi tidak melibatkan mitra lain. Hanya beberapa di antaranya menggunakan jasa buruh tani pada beberapa kegiatan di dalam budidaya. Penggunaan jasa buruh tani juga hanya digunakan oleh petani-petani skala besar. Bagi petani skala kecil, hal tersebut membebankan pada pembayaran upah petani karena perolehan yang tidak seberapa.

Sebagian besar petani di Desa Wonokerto, telah menerapkan pertanian organik, sama seperti yang telah dituturkan oleh beberapa informan di atas (PT01, PT02, PT03, dan PT09). Hal ini juga telah disertifikasi dari dinas pertanian sebagai bukti bahwa pertanian salak pondoh yang dikelola menggunakan pupuk organik dan penanganan hama dengan cara manual tanpa penggunaan pestisida. Penggunaan organik maupun nonorganik akan mempengaruhi hasil produktivitas salak pondoh. Petani merasa bahwa pertanian organik lebih memberikan efek yang positif terhadap kualitas salak pondoh. Dengan menggunakan pupuk organik, salak pondoh memiliki kualitas yang lebih baik dengan cita rasa yang lebih enak, bentuk dan ukuran buah yang bagus, dan ketahanan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan menggunakan pupuk kimia.

Sementara itu, dalam hal penanganan hama, sebagian besar petani lebih memilih cara manual tanpa pestisida dikarenakan lebih menghemat biaya pengeluaran. Petani cukup membuang hama atau tanaman yang telah terinfeksi hama/penyakit, serta lebih menggunakan olahan tradisional seperti pemberian bubuk abu gosok sebagai pengusir hama.

2) Pemasaran Salak Pondoh

Budidaya salak pondoh hingga ke musim panen memerlukan waktu lima hingga tujuh bulan tergantung destinasi pemasaran. Waktu panen diketahui petani secara manual, yaitu dengan mengandalkan kebiasaan atau menandai waktu panen salak di setiap panennya. Hal ini menjadi acuan petani untuk estimasi masa panen setelahnya.

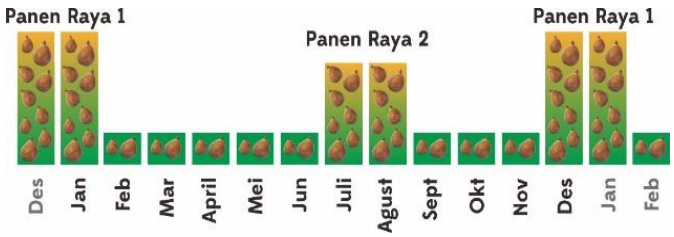
Tingkat kematangan menjadi acuan waktu panen dikarenakan tingkat kematangan menjadi standar di dalam pemasaran. Jika pemasaran yang dituju memiliki jarak destinasi yang cukup jauh, atau bahkan sangat jauh, maka petani akan memetik dalam usia yang cukup muda. Berbeda hal nya jika petani memiliki destinasi yang tidak terlalu jauh, maka waktu petik salak memiliki tingkat kematangan yang cukup tua.

Sebenarnya, pengaruh faktor jarak destinasi lebih dirasakan oleh para pengepul salak. Mengingat, hampir sebagian besar petani salak Desa Wonokerto hanya memiliki destinasi pemasaran ke pengepul. Masih sangat jarang petani langsung mencapai tangan konsumen. Sedangkan, pengepul dapat mencapai tangan konsumen diberbagai daerah bahkan hingga ke luar negeri. Hanya beberapa kelompok tani yang mengikuti program pemasaran ke luar negeri tanpa melalui perantara pengepul. Oleh karena itu, petani akan menyesuaikan dengan permintaan pengepul untuk masa petiknya.

Hal yang mencolok dari masa petik ini adalah tidak selalu setiap musim panen, petani dapat memetik salaknya. Ada saatnya petani tidak memetik salaknya dikarenakan stok salak yang penuh di pengepul. Biasanya petani-petani yang terkendala hal tersebut adalah petani kecil atau petani yang tidak memiliki langganan pengepul.

ketika panen raya para pengepul kelebihan stok salak dan menyebabkan harga salak turun. Hal inilah yang membuat para pengepul membatasi penerimaan salak dari petani, kecuali bagi petani yang sudah langganan. Selain itu, masa panen raya juga menjadi kendala tersendiri bagi pengepul untuk memasarkan salaknya dikarenakan tidak imbangnya kuota salak yang ada dengan permintaan di pasaran. Sementara itu, salak memiliki daya tahan yang tidak cukup panjang sehingga memberikan peluang kerugian cukup besar pula. Bagi petani kecil, turunnya harga salak tidak dapat mengimbangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk pemanenan sehingga hanya didiamkan saja dan tidak dipetik. Begitupula untuk para petani yang tidak langganan, mereka tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan tempat (pengepul) untuk menjualkan salaknya sehingga salak tidak akan di petik.

Panen raya merupakan masa panen dengan kuantitas produksi salak pondoh yang sangat tinggi dibandingkan dengan musim panen lainnya. Panen raya di Desa Wonokerto rata-rata terjadi pada Bulan Desember hingga Bulan Januari, dapat dilihat pada gambar 4.9. dalam gambar tersebut, terlihat rata-rata musim panen raya yang terjadi di Desa Wonokerto berdasar jawaban dari informan petani.



Gambar 4. Kalender Musim Panen Salak Pondoh Desa Wonokerto berdasar Informan Petani
Sumber: Data Pribadi, 2018

Tabel 1. Kalender Panen Salak Pondoh Desa Wonokerto berdasar Informan Petani

Informan	Musim Panen tiap tahun
PT01	Juni-Juli dan Desember
PT02	Juni-Juli dan November-Januari
PT03	Desember-Januari dan Juli-Agustus
PT04	Desember-Januari
PT05	Desember puncak panen raya
PT06	November-Desember dan Juni
PT07	Desember-Januari (Raya), Mei-Juni (sedang), Agustus-September (sulit)
PT08	Juni-Juli dan Desember
PT09	4 (Desember-Januari: Panen raya; Juni-Juli: Panen raya 2; bulan-bulab biasa)

Sumber: Data Pribadi, 2018

Tabel berikut menunjukkan rata-rata produksi salak pondoh di Desa Wonokerto. Nilai rata-rata produksi tersebut merupakan rata-rata dari akumulasi produksi panen salak yang ada. Nilai ini menunjukkan produksi dari setiap musin panen, kecuali panen raya. Nilai produksi panen raya di Desa Wonokerto diakui oleh semua informan memiliki nilai sebersar dua kali lipat dari panen biasa.

Tabel 2. Produksi Salak Pondoh Tiap Panen Desa Wonokerto

Informan	Rata-Rata Jumlah Produksi salak pondoh tiap panen (kg)
PT01	200
PT02	500
PT03	1000
PT04	10000
PT05	100
PT06	200
PT07	1000
PT08	25
PT09	2000

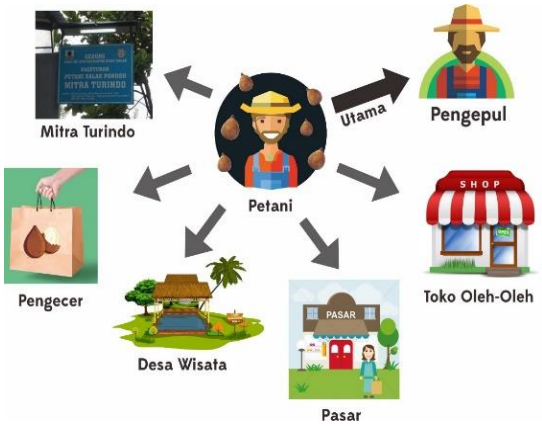
Sumber: Data Pribadi, 2018

e. Pemasaran Salak Pondoh

Pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto secara garis besar dibagi menjadi tiga, yaitu pemasaran lokal, interegional, dan internasional. Untuk pemasaran internasional, di Desa Wonokerto dapat dinaungi oleh Mitra Turindo atau dilakukan secara individual. Sedangkan pemasaran dalam negeri dikelola oleh masing-masing pelaku. Pelaku-pelaku yang terlibat di dalam kegaitan pemasaran salak pondoh Desa Wonokerto di antaranya adalah pengepul/tengkulak, petani, dan pengecer salak pondoh. Akan tetapi, dalam hal ini, kegiatan pemasaran salak pondoh lebih di dominasi oleh para pengepul atau tengkulak salak.

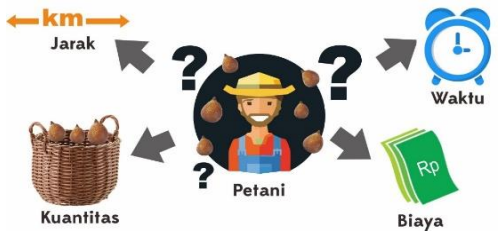
1) Pemasaran Salak Pondoh oleh Petani

Pemasaran salak pondoh yang dilakukan oleh petani termasuk dalam skala pemasaran yang sangat kecil bagi sebagian besar petani. Hampir semua petani salak di Desa Wonokerto masih mengandalkan pemasaran oleh pengepul. Jadi, salak yang mereka panen disetorkan secara keseluruhan ke pengepul. Masih sangat jarang petani mampu melakukan pemasaran secara mandiri atau menjangkau pemasaran salak hingga ke tangan konsumen secara langsung.



Gambar 5. Visualisasi Destinasi Pemasaran Salak Pondoh oleh Petani Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Melihat gambar 5, petani mengutamakan pengepul sebagai destinasi pemasarannya. Sedangkan destinasi lainnya dilakukan oleh beberapa petani dengan alas an tertentu. Destinasi lainnya, berupa Mitra Turindo, pengecer, desa wisata, pasar, dan toko oleh-oleh menjadi tujuan pilihan di saat kondisi-kondisi tertentu.



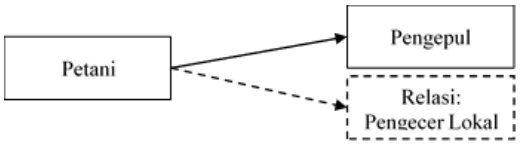
Gambar 6. Visualisasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Salak Pondoh oleh Petani Desa Wonokerto
Sumber: data Pribadi, 2018

Banyak pertimbangan yang dipikirkan para petani ketika harus memasarkan salaknya ke konsumen. Mengacu pada gambar 4.11, poin utama dari pertimbangan petani di dalam memasarkan salaknya adalah keefisienan, yang terdiri atas jarak, kuantitas, biaya, dan waktu. Salak yang diproduksi oleh petani memiliki jumlah yang sangat banyak. Sedangkan, konsumen tidak mampu membeli keseluruhan jumlah produksi salak yang dimiliki petani. Oleh karenanya, petani memilih memasarkan salaknya langsung ke pengepul yang ada di sekitar rumahnya. Karena, pengepul mampu membeli keseluruhan salak yang diproduksi oleh para petani. Dengan ini, petani mampu menghemat tenaga, waktu, dan biaya.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan petani dibagi menjadi tiga jenis, yaitu langsung ke konsumen, pengepul, dan pemasaran ke luar negeri. Namun, pada umumnya semua petani masih mengandalkan pemasaran ke pengepul sehingga untuk para petani yang melakukan pemasaran ke konsumen secara langsung maupun melalui Mitra Turindo untuk dipasarkan ke luar negeri tetap membagi jumlah produksinya untuk disetorkan kepada pengepul. Terdapat tiga macam pemasaran yang terjadi, yaitu pemasaran lokal, interegional, dan pemasaran internasional.

a) Lokal

Pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto tingkat lokal merupakan pemasaran salak pondoh yang mampu dilakukan oleh petani dengan mengirimkan/memasarkan salaknya dalam lingkup lokal. Pemasaran tingkat lokal di Desa Wonokerto meliputi pemasaran dari petani ke pengepul saja, atau sebagai *optional* dapat dipasarkan di pasar sekitar. Dalam hal ini, petani tidak melakukan pemasaran hingga destinasi pemasaran di luar Desa Wonokerto. Dari 9 informan petani, terdapat tiga informan yang hanya menjalankan pemasaran lokal, yaitu informan PT05, PT06, dan PT09.

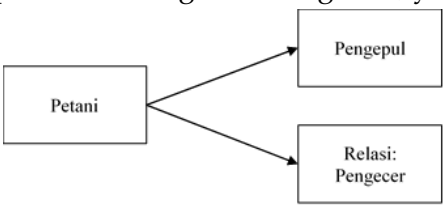


Gambar 7. Ilustrasi Pemasaran Lokal
Sumber: Data Pribadi, 2018

b) Interegional

Pemasaran salak pondoh satu tingkat di atas pemasaran lokal adalah pemasaran interegional. Pemasaran interegional memili destinasi pemasaran hingga ke daerah lain dalam cakupan satu Indonesia. Petani-petani ini biasanya memiliki relasi yang cukup banyak sehingga mampu memasarkan salaknya hingga ke daerah lain. Petani-petani ini tetap memiliki pengepul langganan. Hanya saja, terdapat relasi di luar lingkungannya yang menjadi konsumen salaknya. Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa kemampuan petani dalam memperoleh relasi konsumen dapat mempengaruhi kemampuan pemasaran salaknya. Semakin banyak relasi konsumen salak yang di

miliki, maka jangkauan pemasaran salak akan lebih tinggiDari sembilan informan petani, terdapat empat informan yang memiliki pemasaran tingkat interegional, yaitu PT02, PT04, PT07 dan PT08.

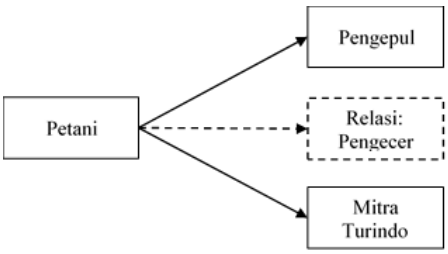


Gambar 8. Ilustrasi Pemasaran Tingkat Interregional
Sumber: Data Pribadi, 2018

c) Internasional

Kemampuan pemasaran paling tinggi adalah pemasaran internasional. Pemasaran ini memiliki jangkauan hingga ke negara-negara lain. Pemasaran salak internasional di Desa Wonokerto dimediasi oleh pihak, yaitu Mitra Turindo atau pengepul yang melaksanakan ekspor tanpa melalui Mitra Turindo. Mitra Turindo dibangun oleh warga Kecamatan Turi untuk memediasi, baik para petani maupun pengepul yang ingin melakukan pemasaran internasional.

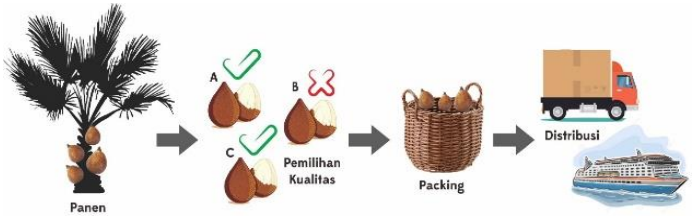
Para petani yang melakukan pemasaran internasional atau ekspor ini merupakan petani-petani yang lolos standar ekspor, yaitu petani-petani yang lahan dan salaknya telah distandarisasi oleh pemerintah. Petani-petani ini membudidayakan salak organik. Karena hanya salak jenis ini yang diperbolehkan untuk dipasarkan secara internasional. Selain itu, petani yang mengikuti kegiatan ini diharuskan memenuhi syarat fisik salak yang menyatakan bahwa salak tersebut masih muda, tidak ada cacat fisik dan tidak terdapat serangga. Dari sembilan informan petani salak, terdapat empat petani yang mengikuti program dari Mitra Turindo, yaitu PT01, PT02, PT03, dan PT07.



Gambar 9. Ilutrasi Penasaran Internasional/ Ekspor
Sumber: Data Pribadi, 2018

2) Pemasaran Salak Pondoh oleh Pengepul

Pengepul merupakan salah satu pelaku pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto. Pengepul memiliki peran yang cukup besar di dalam kegiatan pemasaran salak pondoh. Karena, pengepul inilah yang memiliki jangkauan lebih luas di dalam pemasaran salak pondoh apabila dibandingkan dengan petani. Terdapat dua macam pengepul di Desa Wonokerto, yakni pengepul kecil dan pengepul besar. Hal yang membedakan dari kedua pengepul ini adalah kuantitas salak yang mampu diterima dari petani dan jangkauan pemasaran salak.



Gambar 10. Visualisasi Proses Proses Pemasaran Salak Pondoh Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Mengacu pada gambar 10, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan pengepul sebelum mendistribusikan salaknya. Proses pertama di awali dengan tahap penyetoran panen salak pondoh dari petani. Pada sat itu, pengepul akan menerima keseluruhan salak yang disetorkan oleh petani. Hanya di saat-saat tertentu, pengepul tidak akan menerima keseluruhan salak dari petani, di antaranya adalah petani bukan pelanggan tetap dan penuhnya stok salak di tangan pengepul. Tahap selanjutnya adalah pemilihan kualitas, pengemasan (*packing*), dan yang terakhir adalah pendistribusian salak. Untuk pemilihan kualitas salak, dapat dilihat pada gambar 11.



Gambar 11. Visualisasi Pemilihan Kualitas Salak Pondoh oleh Pengepul Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Di dalam pemasaran salak pondoh, pengepul dapat mengendalikan harga pasaran salak pondoh. Hal ini terjadi karena pengepul dapat mengakses secara langsung dengan para konsumen sehingga kesepakatan harga akan terjadi pada kegiatan ini. Pemasaran yang dilakukan pengepul tergolong individu, belum ada kerjasama antar pengepul. Akan tetapi, terdapat beberapa pengepul yang bekerjasama dengan Mitra Turindo. Pengepul-pengepul ini merupakan pengepul yang mampu memasarkan salaknya hingga luar negeri.



Gambar 12. Visualisasi Destinasi Pemasaran Salak Pondoh oleh Pengepul Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

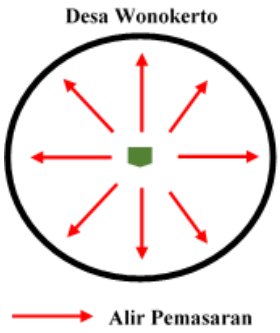
Pemasaran salak secara internasional atau ekspor salak ini memiliki alur pemasaran yang cukup panjang. Ada dua macam alur ekpor salak yang terdapat di Desa Wonokerto, yakni melalui Mitra Turindo dan dilakukan secara individual oleh pengepul. Untuk ekpor melalui Mitra Turindo, salak yang disetor ke Mitra Turindo, baik dari petani maupun dari pengepul akan disortir oleh Mitra Turindo. Sedangkan pengeksporan salak yang dilakukan secara individu oleh pengepul, salak disortir oleh pengepul itu sendiri. Namun, yang digarisbawahi dari kedua macam sistem ekspor salak tersebut adalah para petani maupun pengepul harus telah memenuhi persyaratan salak maupun kebun yang telah disertifikasi.

Penipuan menjadi salah satu kendala terbesar yang ditakuti para pengepul dalam pemasaran salak pondoh. Permasalahan ini terjadi karena jarak destinasi pemasaran salak yang cukup jauh dan tidak memungkinkannya pengepul bertemu langsung dengan para konsumen tersebut. Para pengepul yang memiliki pemasaran salak pondoh dengan destinasi yang jauh seperti di luar pulau, rata-rata pernah mengalami penipuan. Mereka mengaku tidak pernah bertemu dengan para konsumen. Hal ini lah yang memunculkan peluang untuk terjadainya penipuan yang dialami para pengepul. Selain penipuan, persaingan salak dari daerah lain juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pengepul. Pesaing yang dirasa cukup bersaing adalah Kabupaten Banjarnegara. Kabupaten Banjarnegara juga memiliki salak pondoh, hanya saja cita rasa yang dimiliki jauh berbeda dengan salak pondoh dari Kabupaten Sleman. Cita rasa yang dimiliki salak pondoh dari Kabupaten Banjarnegara adalah masam dengan ukuran buah yang lebih kecil. Namun, harga yang dipatok lebih murah dibanding salak pondoh Kabupaten Sleman.

Melihat hasil *indepth interview* dari informan pengepul, dapat dilihat rantai pemasaran salak pondoh yang dipasarkannya. Dari keempat informan tersebut didapatkan dua macam rantai pemasaran salak pondoh, yaitu interegional dan campuran. Pembagian rantai pemasaran ini berdasarkan pembagian yang dikemukakan di dalam penelitian Sari (2008), yaitu lokal, interlokal, dan internasional. Akan tetapi, dalam pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto tersebut diubah ke dalam pembagian, lokal, interegional, internasional, dan campuran.

a) Pemasaran Lokal

Pemasaran lokal salak pondoh meliputi pemasaran ke destinasi dalam lingkup Desa Wonokerto, seperti di Pasar Balerante dan sebagainya. Untuk jenis pemasaran ini, masih sangat jarang dilakukan oleh pengepul. Sebagian besar pengepul salak pondoh Desa Wonokerto memilih memasarkan salaknya dengan jangkauan yang lebih jauh lagi. Dari keempat informan, tidak ada yang secara murni melakukan pemasaran lokal, dengan maksud pengepul hanya memasarkan salaknya dalam jangkauan lokal.

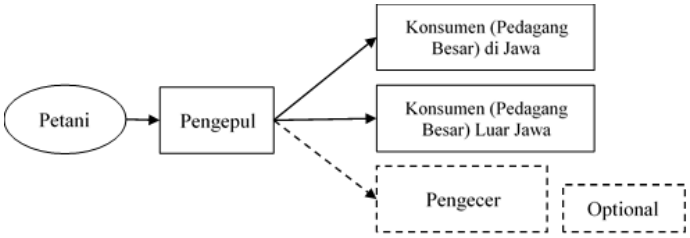


Gambar 13. Ilustrasi Pemasaran Lokal oleh Pengepul Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

b) Pemasaran Interregional

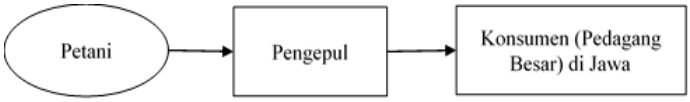
Pemasaran interegional salak pondoh merupakan pemasaran yang mampu menjangkau daerah-daerah di luar Desa Wonokerto, akan tetapi masih dalam lingkup satu Indonesia. Pemasaran ini paling banyak dilakukan oleh para pengepul salak Desa Wonokerto karena didorong oleh permintaan salak yang tinggi pada destinasi tersebut. Dari keempat informan, semua melakukan pemasaran interegional dengan destinasi yang berbeda-beda. Akan tetapi, hanya ada 3 informan yang secara murni melakukan pemasaran ini, yaitu PG01, PG03, dan PG04. Berikut merupakan diagaram rantai pemasaran dari keempat informan.

- Rantai pemasaran PG01 dan PG04 (pemasaran interegional)



Gambar 14. Diagram Rantai Pemasaran Informan PG01 dan PG04
Sumber: Data Pribadi, 2018

- Rantai pemasaran PG03 (pemasaran interegional)



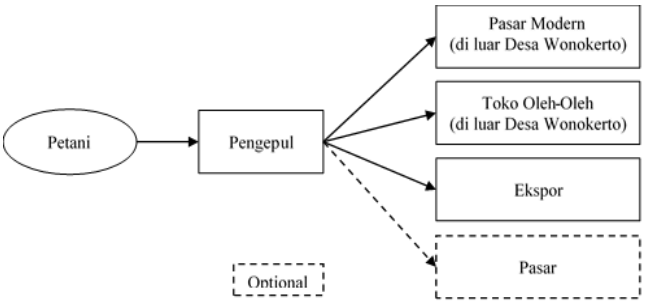
Gambar 15. Diagram Rantai Pemasaran Informan PG03
Sumber: Data Pribadi, 2018

c) Pemasaran Internasional

Pemasaran internasional salak pondoh menjangkau destinasi hingga negara lain. Pemasaran salak pondoh Desa Wonokerto, memang pada dasarnya telah mencapai pemasaran internasional di beberapa negara seperti China dan Kamboja. Sudah ada beberapa pengepul yang ikut andil di dalam pemasaran tersebut. Akan tetapi, hanya terdapat satu informan yang melakukan pemasaran internasional, yaitu PG02. Akan tetapi, PG02 tidak sepenuhnya melakukan pemasaran internasional salak pondoh saja, melainkan masih ada pemasaran-pemasaran dengan jangkauan lainnya. Jadi, dari keempat informan, tidak ada yang melakukan secara murni pemasaran internasional.

d) Pemasaran Campuran

Pemasaran campuran merupakan macam pengembangan dari ketiga macam jenis pemasaran yang diutarakan di dalam penelitian Sari (2008). Pemasaran campuran ini dapat meliputi dari semua macam pemasaran yang ada (pemasaran lokal, interegional, dan internasional). Dari keempat informan, hanya ada satu informan yang melakukan pemasaran campuran, yakni PG02. Informan ini melakukan pemasaran interegional sekaligus pemasaran internasional. Berikut merupakan rantai pemasaran yang dilakukan oleh PG02.



Gambar 16. Diagram Pemasaran Campuran oleh Pengepul Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

f. Pemanfaatan ICT di Desa Wonokerto

Secara garis besar, pemanfaatan ICT di Desa Wonokerto berupa pemanfaatan media komunikasi, seperti telepon, SMS, whatsapp, dan sebagainya untuk keperluan sehari-hari. Telepon dan SMS menjadi media yang banyak digunakan khalayak umum. Menurut mereka, penggunaan ICT tersebut mempermudah untuk menghubungkan satu orang dengan orang lain, terutama untuk menjaga komunikasi keluarga. Pemanfaatan ICT ini juga telah merambah diberbagai bidang, salah satunya di dalam bidang pertanian salak pondoh. Menurut kedua pelaku pertanian salak pondoh, petani maupun pengepul, ICT memberikan manfaat positif.

1) Pemanfaatan ICT oleh Petani Salak Pondoh Desa Wonokerto

Pemanfaatan ICT di kalangan petani salak pondoh Desa Wonokerto telah banyak dirasakan. Akan tetapi, pemanfaatan ICT seperti dalam hal penggunaan SMS, telepon, dan internet di dalam kegaiatan budidaya salak pondoh masih sangat kecil. Pemanfaatan ICT bagi para petani masih seputar kegaiatan sehari-hari, hanya sebatas komunikasi dengan keluarga maupun rekan dengan intensitas penggunaan yang bervariasi.

Melihat kondisi di lapangan, tingkat pemanfaatan ICT oleh petani dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah perekonomian dan usia. Semakin tinggi tingkat perekonomian, maka akan semakin tinggi pula peluang orang tersebut memiliki teknologi komunikasi seperti telepon genggam. Sedangkan faktor usia menentukan tingkat melek teknologi pada seseorang.

Hardware penunjang ICT yang digunakan para petani salak pondoh di Desa Wonokerto sebagaian besar adalah telepon genggam, baik smartphone maupun non smartphone. Petani salak di Desa Wonokerto didominasi oleh masyarakat usia 40-60 tahun. Hal ini memberikan variasi pemanfaatan ICT oleh masyarakat tani salak pondoh di Desa Wonokerto,.khususnya informan terkait penelitian ini. Berdasarkan hasil indepth interview dari kesembilan informan petani salak pondoh, semua petani memiliki telepon genggam dan telah memanfaatkan ICT di dalam kegiatan sehari-hari. Akan tetapi, pemanfaatan software penunjang ICT dari kesembilan informan tersebut didapatkan hasil yang bervariasi. Banyak faktor pengaruh terhadap pemanfaatan software penunjang ICT oleh masing-masing petani salak pondoh di Desa Wonokerto.

Tabel 3. Jumlah Pengguna *Software* ICT oleh Informan Petani Desa Wonokerto

Media ICT (Software)	Jumlah Pengguna	Keterangan Pengguna
Telepon	8	PT01,PT02, PT03, PT04,PT06, PT07, PT08, PT09
SMS	9	PT01, PT02, PT03, PT04, PT05, PT06, PT07, PT08, PT09
Whatsapp	3	PT06, PT07, PT09
Line	1	PT09
BBM	1	PT07
Instagram	1	PT09
Facebook	1	PT07
Google	2	PT01, PT07

Sumber: Data Pribadi, 2017

Mengingat faktor pengaruh penggunaan ICT oleh para petani, memunculkan intensitas penggunaan yang bervariasi pula. Sebagian besar petani lebih cenderung memanfaatkan ICT untuk komunikasi sehari-hari, seperti dengan keluarga maupun kerabat. Masih jarang ditemukan petani yang memanfaatkan ICT untuk menunjang kegiatan pertanian mereka. Mengingat, budidaya salak pondoh yang dikelola petani Desa Wonokerto masih sangat tradisional sehingga masih sangat jarang terlihat penggunaan ICT oleh para petani untuk menunjang kegiatan tersebut.



Gambar 17. Pemanfaatan ICT oleh Petani Salak Pondoh Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Melihat gambar 17, penggunaan ICT di dalam kegiatan usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto oleh para petani masih tergolong sangat jarang. Kebanayakan pemakaian teknologi informasi dan komunikasi ini diterapkan pada bagian pemasaran salak pondoh. Dalam hal ini terciptalah interaksi antara petani dengan pembeli, baik itu pengepul, pengecer, maupun pihak pengekspor. Akan tetapi, tidak semua petani memanfaatkan ICT di dalam hal ini. Hal-hal yang mempengaruhinya di antaranya adalah jarak. Jarak rumah petani dengan rumah pengepul yang dekat, tidak membutuhkan adanya media komunikasi secara virtual. Oleh karenanya, lebih efisien petani untuk langsung menemui para pengepul tersebut.

2) Pemanfaatan ICT oleh Pengepul Salak Pondoh Desa Wonokerto

Pengepul berperan besar dalam hal pemasaran salak pondoh. Interaksi pemasaran yang tercipta dari pengepul jauh lebih besar dibandingkan tingkat pemasaran dengan petani. Pengepul besar memiliki jangkauan pemasaran yang sangat besar, terlebih pengepul tersebut mengikuti ekspor salak. Dengan jangkauan yang besar, maka interaksi dengan relasi konsumen juga tinggi. Oleh karenanya, pengepul lebih cenderung memiliki pemanfaatan ICT lebih tinggi pula.

Keempat informan pengepul semuanya memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi dalam kegiatan pemasaran salak pondoh mereka. *Hardware* yang digunakan paling banyak adalah *handphone* atau telepon genggam. Sedangkan *software* atau aplikasi yang sering digunakan adalah telepon dan SMS. Dan di antaranya juga terdapat pemakaian *whatsapp*, e-mail, BBM, *facebook*,dan *instagram*.

Tabel 4. Informasi Perangkat ICT yang Digunakan oleh Informan Pengepul

Kode Informan	*Hardware* ICT yang digunakan	*Software* ICT yang digunakan
PG01	*handphone*	Telepon, SMS, whatsapp, BBM, Facebook, Instagram
PG02	*handphone*, laptop	Telepon, SMS, whatsapp, email
PG03	*handphone*	Telepon, SMS
PG04	*handphone*, ATM	Telepon, SMS, whatsapp

Sumber: Data Pribadi, 2017

Manfaat ICT di dalam kegiatan pemasaran sangat dirasakan oleh para pengepul. Intensitas pemakaian ICT bagi pengepul lebih tinggi apabila dibandingkan dengan para petani karena tingginya interaksi dengan para konsumen jarak jauh. Pemanfaatan ICT di dalam pertanian salak pondoh oleh pengepul dapat dilihat pada gambar 18.



Gambar 18. Pemanfaatan ICT oleh Pengepul Salak Pondoh Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Pengepul sangat mengandalakan adanya ICT tersebut. Di dalam kegiatan pemasaran, meningkatkan kepercayaan pelanggan membutuhkan komunikasi yang baik pula. Untuk menciptakan komunikasi yang baik ini, pengepul memerlukan media yang dapat memperpendek

jangkauan jarak secara virtual. Mengingat, lokasi para pelanggan terletak di daerah yang cukup jauh dan tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung dan terus-menerus.

Tabel 5. Kegiatan Pengepul yang Memanfaatkan ICT

Kode Informan	Kegiatan yang Memanfaatkan ICT
PG01	Menghubungi pengepul untuk pasok salak
	Menghubungi konsumen/pelanggan
	Sering Telepon dengan pembeli (konfirmasi stok salak)
PG02	Email untuk informasi order toko, mengenai kenaikan/ penurunan harga, atau perubahan lain
	Monitoring produk
	Promosi Produk
	Menjaga komunikasi dengan pelanggan untuk menjaga kepercayaan
PG03	Konfirmasi produk yang dikirim
	Komunikasi dengan petani dan pemasok lainnya
PG04	Menghubungi pedagang/ pengepul lain
	Konfirmasi ketersedian salak di pedagang/ pengepul lain yang akan dibeli
	Menerima hasil pembayaran dari pelanggan (ATM)

Sumber: Data Pribadi, 2017

4. KESIMPULAN

Usahatani salak pondoh terdiri atas dua siklus, yakni siklus produksi dan siklus pemasaran. Siklus produksi salak pondoh merupakan kegiatan yang dikuasai oleh para petani salak pondoh. Dalam kegiatan tersebut, petani salak pondoh Desa Wonokerto masih sangat jarang dalam memanfaatkan *Information and Communication Technologi* (ICT). Pemanfaatan ICT di dalam siklus tersebut hanya berkisar dalam memudahkan komunikasi ketika memanggil buruh, pembelian pupuk, dan sebagian kecil untuk mengetahui informasi mengenai salak pondoh. Terlepas dari siklus produksi, ICT lebih sering digunakan di dalam siklus pemasaran salak pondoh, baik oleh para petani maupun pengepul salak pondoh Desa Wonokerto. Di dalam kegiatan pemasaran, ICT bermanfaat sebagai media penghubung komunikasi antara petani dengan pengepul atau pengecer, dan pengepul dengan para pelanggan. Pemanfaatan ICT lebih dirasakan oleh pengepul. Hal ini didasari oleh kegiatan pengepul yang membutuhkan media untuk mendekatkan jarak secara virtual sehingga mampu menghubungkan komunikasi bersama konsumen dengan mudah dan efisien. ICT yang sering digunakan di dalam usahatani salak pondoh adalah *handphone* dengan aplikasi berupa telepon, SMS, dan *whatsapp*.

5. DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2015). *Statistik Daerah Kecamatan Turi.* Kabupaten Sleman: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman.

Food and Agriculture Organization. (2012*). ICT and Agriculture in The Context of green Growth*. The World Bank's ICT in Agriculture e-Sourcebook 2011.

Food and Agriculture Organization. (2015). *Implementation of the World Summit on Information Society (WSIS)*. E-Agriculture Strategy 10 Years Review.

Kauffman and Kumar. (2008). Impact of Information and Communication Technologies on Country Development: Accounting for Area Interrelationships. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 13, No. 1 (Fall, 2008), pp. 11-58.

Mukhyi, Mohammad Abdul. (2007). *Analisis Peranan Subsektor Pertanian dan Sektor Unggulan terhadap Pembangunan Kawasan Ekonomi Propinsi Jawa Barat: Pendekatan Analisis IRIO*. Universitas Gunadarma. Depok.

Rachmawati, Rini dan Rijanta. (2012). *Population Mobility and Urban Spatial Structure: Does the Use of Information and Communication Technology Matter?*. Fakultas Geografi. Universitas Gadjah Mada.

Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti. (2007). *Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Depok: Penebar Swadaya.

Rangkuti, Parlaungan Adil. (2009). Strategi Komunikasi Membangun Kemandirian Pangan. *Jurnal Litbang Pertanian*, 28(2), 2009. Institut Pertanian Bogor.

Saragih, Pembrimen R.h. (2015). *Penyediaan Ruang Publik Taman Kota Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Mendukung Jakarta Smart City di Taman Menteng, Jakarta Pusat*. Skripsi Universitas Gadjah Mada.

Sari, Oktafianti Kumara. (2008). *Studi Budidaya dan Penanganan Pasca Panen Salak Pondoh (Salacca zalacca Gaertner Voss.) di Wilayah Kabupaten Sleman*. Skripsi Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.

USAID. (2010). *Using ICT to Increase The Success of Usaid/Indonesia's Agriculture Sector Programs 2010*. United States Goverment.

Yuwono, Triwibowo, dkk. (2011). *Pembangunan Pertanian: Membangun Kedaulatan Pangan*. UGM Press.