

STUDI PEMASARAN HASIL USAHATANI TUMPANGSARI LAHAN KERING DI KABUPATEN DAERAH TINGKAT II WONOGIRI PROPINSI JAWA TENGAH

INTISARI

Dengan pengelolaan lahan kritis dapat diperoleh dua keuntungan pertama perbaikan kondisi lahan dan kedua peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja sebagian besar penduduk pedesaan yang masih agraris Di Kabupaten Daerah Tingkat II Wonogiri pengelolaan lahan kritis dilakukan dengan intensifikasi dan diversifikasi.

Penelitian ini mencoba mencari perbedaan cara pemasaran usahatani tumpangsari lahan kering di tiga sub wilayah yang secara geografis berbeda.

Penelitian ini menggunakan metode survey dan observasi lapangan. Penelitian dilakukan di tiga buah desa, sebagai sampel yang tercakup oleh Proyek Perlindungan dan Pelestarian Daerah Aliran Sungai Solo Hulu: Mojoreno, Pulutan Wetan dan Beji, Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah para petani tumpangsari lahan kering. Jumlah responden seluruhnya 50 orang, masing-masing 50 orang responden tiap desa. Mereka dipilih secara acak karena homogen baik sosial maupun ekonominya. Analisa data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut: 1) Rumahtangga petani berpendapat sistem ijon merugikan mereka dalam hal perolehan pendapatan, 2) Ada kecenderungan jenis produksi menentukan cara pemasaran dan 3) Ada perbedaan cara pemasaran hasil usahatani diantara ke tiga desa responden karena di wilayah yang aksesibilitasnya rendah cara pemasaran cenderung lewat tengkulak dan di wilayah yang aksesibilitasnya tinggi cara pemasaran lebih menggunakan cara langsung.

Sistem ijon dikurangi sekecil mungkin. Pemerintah mendirikan koperasi, untuk pelayanan pemasaran atau penyuluhan pasca panen dan peningkatan transportasi terutama di daerah yang aksesibilitasnya rendah.

A STUDY ON MARKETING OF MIXED DAY FARMING
PRODUCE IN WONOGIRI DISTRICT
CENTRAL JAVA (A GEOGRAPHIC REVIEW)

ABSTRACT

There are two advantages of management of critical land: land condition improvement and promotion of rural peoples income and working opportunities. In Wonogiri District management of critical land had initiated through either intensification or diversification.

This study try out investigating differences in dry field marketing procedure at different sub region.

Survey and field observation method were applied in this research activity. The study was initiated in three district villages, as sample village: Mojoreno, Pulutan Wetan and Beji village. All of them are under the project of upper Solo Land Protection and Sustenance. The population of the study is dry field farmers who carry out mix cropping agriculture (usahatani tumpangsari). They were chosen, as respondents, randomly because of their homogeneity in term of social and economical matter. There were 50 respondents in each sample village. The data collected were analyzed qualitatively and quantitatively.

It was found "ijon System" has damage effects to most of the dry field farmers. Kind of agricultural product determined marketing system and there is tendency that in region having high accessibility has direct marketing while the lower accessibility region "tengkulak". Hence there should be political will to decrease "ijon system" and building of cooperative to well manage marketing system and promotion of transportation especially in the lower accessibility region.

Keys words:

Sistem ijon = selling & buying system of agricultural product while the product is still in the field

Tengkulak = middle man