

**KAJIAN POLA PEMASARAN
PRODUK TUMPANGSARI
(Sebuah Studi Pemasaran Produk Ketela Masyarakat di
Proyek "Pengelolaan Hutan Jati Optimal untuk
Perum Perhutani dan Masyarakat"
di RPH Ngadirejo, BKPH Ngadirejo, KPH Madiun)**

oleh :
M. ZainalArifm¹
Hem fswantioTO⁵

Intisari

Pemasaran produk tumpangsari seringkali diserahkan sepenuhnya kepada petani hutan peserta proyek kehutanan sosial, akibatnya karena ketidakmampuan modal dan organisasi petani menyebabkan nilai komersial produk tumpangsari rendah. Rendahnya nilai komersial produk tumpangsari, khususnya ketela (*Manihot esculenta* Grant) akhirnya menjadi penyebab hilangnya nilai pendapatan yang seharusnya menjadi milik petani. Lebih lagi dengan adanya posisi tengkulak yang cenderung melemahkan kemampuan pemasaran petani hutan.

Penelitian dilakukan dengan metode wawancara, survai terstruktur, dan observasi partisipasi. Penentuan lokasi studi dilakukan dengan cara "Purposive Sampling". Lokasi studi yang dipilih adalah RPH Ngadirejo, yang memiliki nilai penjualan ketela yang terbanyak.

Produk ketela masyarakat digunakan sebagai *food security* sebanyak 25% dari hasil produk, selebihnya dijual untuk memperoleh *income* rumah tangga. Pola pemasaran ketela petani masih menempatkan tengkulak sebagai faktor penentu kualitas dan harga ketela. Usahayang dapat dilakukan untuk memindahkan margin pemasaran yang diperoleh tengkulak sebesar Rp. 55/Kg ke tangan petani adalah dengan melakukan : 1. Pembinaan organisasi dan administrasi KTH, 2. Pembinaan sistem pengawasan dari pihak pelaksana proyek, 3. Pengadaan pola bantuan simpan-pinjam dan bantuan transportasi hasil.

Kata kunci : Pemasaran, Pendapatan Petani, Tumpangsari.

¹Mahasiswa Strata-1 Fakultas Kehutanan UGM

²Dosen Fakultas Kehutanan UGM dan Dosen Pembimbing Skripsi

