

ABSTRAK

Tulisan ini merupakan sebuah studi patron-klien yang diangkat dari sebuah kasus komersialisasi produksi pertanian, yaitu komoditas carica. Komersialisasi dalam pertanian ini menyebabkan terjadinya hubungan patron-klien dengan beberapa pihak yaitu petani, tengkulak dan juragan. Relasi itu terbentuk karena adanya ketimpangan–ketimpangan sosial dalam suatu masyarakat. Melalui hubungan tersebut petani dihadapkan dengan sebuah sistem pemasaran di mana modal dan akses menjadi sesuatu yang harus dipegang. Oleh karena itu ada strategi–strategi yang ingin dicapai melalui jaringan pemasaran carica. Penelitian ini dilakukan di desa Sembungan yang terletak di dataran tinggi Dieng, kabupaten Wonosobo. penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan melalui dua cara yaitu observasi dan wawancara mendalam.

Tulisan ini ingin mengungkapkan apa yang melatar-belakangi berkembangnya komoditas ini, melihat belakangan ini budidaya tanaman carica makin dikembangkan dan dipertaruhkan. Karena melalui pemasaran komoditas para petani masih dihadapkan pada akses pasar yang terbatas. Untuk mendekati akses tersebut salah satunya dengan menjalin hubungan patron-klien bersama pedagang perantara (Tengkulak). Sebab, walaupun usaha carica menjadi bisnis yang strategis dan *marketable*, petani masih memerlukan sebuah hubungan dengan pedagang perantara untuk keberlanjutan pemasaran mereka.

Keterbatasan akses pemasaran mengindikasikan bahwa adanya perluasan kekuatan pasar yang masih harus dibangun. Dengan begitu, upaya para petani untuk dapat mencapai kesejahteraan dalam ekonominya adalah masuk ke ruang pasar carica. Hubungan yang terbentuk di dalam pemasaran komoditas carica menjelaskan bahwa setiap produksi komoditas memiliki jaringan produksi yang berbeda dan membutuhkan jaringan untuk pemasaran komoditas. Asumsi tersebut menjadi dasar penelitian disini untuk lebih lanjut mendeskripsikan tata kelola hubungan patron-klien perdagangan carica.

Kata kunci : *Patron-Klien*, Carica, Petani, Tengkulak, Juragan

ABSTRACT

This paper is a study of the patron-client based on a case commercialization of agricultural production, i.e. commodity carica. Commercialization in agriculture caused a patron-client relationships with several parties such as farmers, middlemen and skipper. Relationships were formed because of the social inequalities in a society. Through the association of farmers are faced with a new marketing system in which capital and access to something that must be held. Therefore there are strategies to be achieved through network marketing carica. This research was conducted in the village Sembungan located in the Dieng plateau, Wonosobo regency. This research uses qualitative methods in two ways, namely observation and in-depth interviews.

This paper wants to reveal what the background to the development of this komodias, view recent cultivation of Carica increasingly developed and stake. Because through the marketing of commodities farmers are still faced with limited access to markets. To approach such access one of the patron-client relations along the middleman (Middlemen). Therefore, although the effort carica become a strategic business and marketable, farmers still need a relationship with a broker-dealer for the sustainability of their marketing.

Limited access to marketing indicates that the extension of market forces that are still to be built. Thus, the efforts of farmers to be able to achieve economic well-being in the market is to go into space carica. The relationships formed in the commodity marketing carica explained that the production of commodities have different production networks and the need for commodity marketing network. The assumption is the basis for further research here describe governance patron-client relationship carica trade.

Key : Patron - Client , Carica , Farmer , Middlemen , Squirearchy