



**STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI DALAM
MENGHADAPI FLUKTUASI HARGA SAYUR DI
KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S-1)
Jurusan Ekonomi Syariah*

Oleh:

Mela Azhari
NIM 1830402062

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
2022 M/1443 H**

ABSTRAK

Mela Azhari. NIM 1830402062 (2022). Judul Skripsi “**Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok**”. Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Tujuan pembahasan ini untuk mengetahui strategi peningkatan pendapatan petani dan faktor terjadinya fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*Fiel Research*), untuk mendapatkan data-data dari permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan secara deskriptif kualitatif, kemudian diuraikan serta melakukan klarifikasi terhadap aspek masalah tertentu dan memaparkan melalui kalimat yang efektif.

Dari penelitian yang penulis lakukan di lapangan dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok yaitu Kualitas sayuran, masuknya sayuran dari luar daerah, petani menjual bawang merah pada saat belum kering sepenuhnya, banyaknya sayuran menumpuk di pasar, kecenderungan menanam komoditas yang mahal pada saat itu dan Strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan petani dalam menghadapi fluktuasi harga sayur yaitu menanam bibit sendiri, mengikuti kegiatan Petugas Penyuluhan Lapangan (PPL) untuk mengatasi penyakit tanaman, pekerjaan sampingan yaitu dengan menjadi penambang batu, menjadi penjual keliling, tidak memakai plastik mulsa, dan menjual keluar daerah/kota.

Kata kunci: *Petani Sayur, Strategi peningkatan pendapatan, fluktuasi harga sayur*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Swt. yang berkat rahmat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyusun SKRIPSI ini. Shalawat dan salam kepada nabi Muhammad Saw. Yang merupakan Nabi dan Rasul yang diutus dengan sebaik-baik agama, sebagai rahmat untuk seluruh manusia.

Penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Selanjutnya dalam skripsi ini banyak bantuan dan motivasi serta bimbingan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil yang penulis terima dalam konteks ini penulis mengucapkan terimakasih kepada;

1. Bapak Prof.Dr. Marjoni Imamora, M.Sc selaku Rektor IAIN Batusangkar
2. Bapak Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Gampito, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak Idris, SE.Sy., MM selaku Pembimbing Skripsi
5. Orang tua yang telah memberikan dukungan, ridho dan doa sehingga penulis dapat mencapai pada titik ini.
6. Sahabat- sahabat saya yang saya cintai Hafifah, Nita, Jannata, Novi, Fitri, Nadia, Pia, dan Miftah yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada saya
7. Dosen dan Staf Akademi yang telah membantu penulis
8. Bapak dan Ibu petani sayur yang telah meluangkan waktunya untuk di wawancarai
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.

Hanya kepada Allahlah penulis berserah diri, semoga bantuan, motivasi dan bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak menjadi amal

ibadah yang ikhlas hendaknya, dan dibalas oleh Allah Swt. dengan balasan yang berlipat ganda. Semoga SKRIPSI ini dapat memberi manfaat kepada kita semua. Amin.

Batusangkar, 20 Juli 2022
Penulis,

Mela Azhari
NIM18304020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mela Azhari

NIM : 1830402062

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul: **“STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN PETANI DALAM MENGHADAPI FLUKTUASI HARGA SAYUR DI KECAMATAN LEMBAH GUMANTI KABUPATEN SOLOK”** adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 20 Juli 2022
Yang membuat pernyataan

Mela Azhari
NIM 1830402062

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Sub Fokus Penelitian	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	7
F. Defenisi Operasional.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Landasan Teori	10
1. Strategi	10
2. Pendapatan	38
3. Fluktuasi Harga.....	42
B. Penelitian yang Relevan.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	48
B. Latar dan Waktu Penelitian	48
C. Instrumen Penelitian	49
D. Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data	49
F. Teknik Analisis Data.....	50
G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data	51
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambara Umum Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok	53
B. Temuan Penelitian	56
C. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produksi Tanaman Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Tahun 2020-2021 ..	5
Tabel 2.1 Risiko Stategi Generik	17
Tabel 2.2 Matriks Analisis SWOT.....	36
Tabel 4. 1 Letak Geografis Menurut Kecamatan di Kabupaten Solok, 2020	53
Tabel 4. 2 Luas Daerah Menurut Nagari di Kecamatan Lembah Gumanti	54
Tabel 4. 3 Jumlah Penduduk Menurut Nagari di Kecamatan Lembah Gumanti, 2020	55
Tabel 4. 4 Jumlah Petani Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok	56
Tabel 4. 5 Jumlah Informan Penelitian	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Wilayah Kecamatan Lembah Gumanti	54
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, penyediaan lapangan kerja dan penyediaan pangan. Sektor pertanian merupakan hal yang paling utama dalam pemerataan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Perusahaan-perusahaan didalam sektor pertanian bergerak dibidang pengelolaan hasil perkebunan, pertanian, perikanan dan lainnya. (Welley & Victoria, 2015:973)

Indonesia merupakan negara berbasis pertanian merupakan penghasil tanaman pangan yang terbesar diseluruh kawasan Indonesia. Predikat sebagai lumbung padi nasional memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen tanaman pangan yang cukup potensial. Perkembangan sektor pertanian di Indonesia mengalami kemajuan yang sangat pesat baik pertanian rakyat maupun yang dikelola oleh perusahaan. Ini disebabkan oleh Sumber Daya Alam (SDA) yang memadai dan jumlah penduduk (tenaga kerja) yang bekerja dalam sektor pertanian sangat banyak. Pemerintah mengusahakan agar tujuan pembangunan pertanian dapat tercapai secara aktif di sektor pertanian agar petani dapat meningkatkan pendapatannya melalui peningkatan produksi. (Sayifullah & Emalian, 2018:66-67)

Ketersediaan bahan makanan pokok menjadi kunci untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera. Ketersediaan pangan dalam negeri hanya bisa dilakukan dengan mengolah lahan yang subur. Kemauan dari masing-masing masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dari lahan mereka, seperti yang telah dijelaskan dalam QS. Yasin: 33-35

وَايَةٌ لَهُمُ الْأَرْضُ الْمَيْتَةُ أَحْيَيْنَاهَا وَأَخْرَجْنَا مِنْهَا حَبًّا فَمِنْهُ يَأْكُلُونَ
وَجَعَلْنَا فِيهَا جَنَّاتٍ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ وَفَجْرْنَا فِيهَا مِنَ الْعُيُونِ

لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ أَفَلَا يَشْكُرُونَ

Artinya:

(33) *Dan suatu tanda (kekuasaan Allah yang besar) bagi mereka adalah bumi yang mati. Kami hidupkan bumi itu dan Kami keluarkan dari padanya biji-bijian, maka daripadanya mereka makan. (34) Dan Kami jadikan padanya kebun-kebun kurma dan anggur dan Kami pancarkan padanya beberapa mata air. (35) Supaya mereka dapat makan dari buahnya, dan dari apa yang diusahakan oleh tangan mereka. Maka mengapakah mereka tidak bersyukur?*

Sayuran mempunyai nilai ekonomi yang besar bagi sektor agribisnis. Sebagai salah satu kebutuhan konsumen, tidak hanya dijual di pasar tradisional tetapi juga dipasar modern. Tanaman khususnya sayuran mempunyai masa panen yang lebih pendek dari tanaman lainnya, sayuran sangat diminati oleh banyak kalangan masyarakat. (Wachdijono, 2018:56)

Yang menjadi penentu dari suatu bisnis adalah harga, harga mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, jadi harga sangat menentukan keberhasilan suatu produk. Harga adalah komponen penting atas suatu produk, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memiliki hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa yang diinginkan. Penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun, namun harga yang terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang diperoleh. Kenaikan harga merupakan masalah rumit yang sering terjadi di dalam dunia ekonomi. Kurangnya kebutuhan pokok di Indonesia sehingga menjadikan harga barang-barang pokok menjadi semakin tinggi. (Tjiptono & Fandy, 2004:151)

Fluktuasi harga yang sangat tajam pada periode krisis global 2008-2009 ternyata belum menemukan titik keseimbangan baru. Kini semakin

banyak komoditas pertanian yang sangat rentan terhadap perekonomian global. Komoditas yang sangat bergantung pada pasar ekspor umumnya lebih rentan dan berisiko dibanding komoditas yang mampu memiliki alternatif pasar domestik yang lebih besar. (Nuryanti & Yandra, 2017:207)

pentingnya pembentukan harga dan juga ketidak beruntungan yang dirasakan salah satu pihak terkhususnya para petani karena belum adanya sistem yang jelas dalam penentuan harga jual dan harga beli dari pedagang. Kondisi tersebut mengakibatkan penentuan harga menjadi tidak terkendali tanpa patokan yang jelas, pedagang hanya memanfaatkan kondisi pasar saat itu mengambil keuntungan. (Praswati & Aji, 2017)

Masalah fluktuasi harga selalu membawa pengaruh bagi setiap elemen masyarakat yang terlibat didalamnya tidak terkecuali bagi petani. Masalah fluktuasi ini membuat masyarakat resah dari sisi konsumen maupun petani karena kebutuhan-kebutuhan khususnya di bidang pertanian, dengan adanya fluktuasi harga petani akan lebih kesulitan untuk membeli kembali pupuk untuk tanaman yang harganya menetap dan cenderung naik sedangkan dengan harga tanaman yang sering berfluktuasi menjadi keresahan bagi petani.

Fluktuasi harga komoditas terjadi akibat ketidak seimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan konsumen sehingga berpengaruh besar dalam pendapatan petani sayur. Jika terjadi kelebihan produksi maka harga komoditas akan turun, sebaliknya jika produksi sedikit maka harga akan relatif tinggi. Fluktuasi harga yang sekarang relatif rendah pada komoditas sayuran menjadikan ekonomi para petani menjadi sulit. (Irwan, 2007:364)

pemasaran pada komoditas pertanian sangat berperan penting dalam peningkatan usahatani, dilapangan sering dijumpai bahwa para petani sering menghadapi fluktuasi harga terutama saat panen, dan para pedaganglah yang lebih mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Fluktuasi harga seringkali lebih merugikan petani daripada pedagang, karena pada umumnya petani tidak dapat mengatur waktu penjualannya

untuk mendapatkan harga jual yang menguntungkan. Dengan ketidak tahuan petani akan harga sehingga pedagang dapat memanipulasi informasi harga di tingkat petani sehingga harga kepada petani cenderung asimetris dalam pengertian kenaikan harga di tingkat konsumen tidak diteruskan kepada petani secara cepat dan sempurna.

Terjadinya fluktuasi harga sangat berpengaruh kepada petani sayur karena ketidakpastian harga. Dengan ketidakpastian tersebut maka akan berdampak pada pendapatan petani, semakin tinggi harga jual maka pendapatan petani juga akan meningkat dan sebaliknya jika harga rendah maka petani harus menanggung kerugian karena tidak seimbangnya antara biaya produksi dengan pendapatan yang diperoleh. Dengan demikian minat petani dalam usahatani akan menurun. (Layoo & Deni , 2018:51).

Islam menjadikan amal atau bekerja sebagai kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap orang sesuai dengan kepastian dan kemampuan dirinya. Firman Allah dalam QS. Al-Jumu'ah:10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.* (QS. Al-Jumu'ah:10)

Islam menyerukan pada semua orang yang memiliki kemampuan fisik untuk bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan dirinya dan beribadah kepada Allah.

Kabupaten Solok, khususnya kecamatan Lembah Gumanti yang terdiri dari 4 nagari yaitu Nagari Alahan Panjang, Nagari Sungai Nanam, Nagari Salimpat, Nagari Air Dingin merupakan salah satu Kecamatan yang mayoritas masyarakatnya bekerja sebagai petani, dimana penghasilan masyarakat bergantung pada komoditas yang ditanam. Kecamatan Lembah Gumanti adalah kawasan sentra pertanian holtikultural, tanaman holtikultural ini yaitu berupa sayur-sayuran dan buah-buahan. Kecamatan

Lembah Gumanti merupakan salah satu pusat kegiatan pertanian di Kabupaten Solok, sehingga memudahkan dalam pergerakan perdagangan. Biasanya masyarakat akan menjual hasil kebun dan pertaniannya kepada pengumpul atau toke yang datang langsung ke kebun mereka atau mereka akan mengantarkan kepasar sayur. Berikut ini jumlah produksi tanaman sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

Tabel 1. 1
Produksi Tanaman Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti
Tahun 2020-2021

No	Jenis Tanaman	Produksi (Ton)		Peningkatan Produksi (%)
		2020	2021	
1.	Bawang merah	72.292	85.085	17,7%
2.	Bawang putih	158	1.155	524%
7	Cabe merah	16.719	18.600	11,3%

Sumber: Kecamatan Lembah Gumanti dalam Angka 2020-2021

Berdasarkan tabel di atas jumlah produksi sayuran di Kecamatan Lembah Gumanti pada tahun 2020-2021 mengalami peningkatan yaitu bawang merah dari 72.292 Ton pada tahun 2020 meningkat menjadi 85.085 Ton pada tahun 2021 terjadi peningkatan sebesar 17,7%, pada komoditas bawang putih dari 185 Ton pada tahun 2020 meningkat menjadi 1.155 Ton pada tahun 2021 terjadi peningkatan sebesar 524%, sedangkan cabe merah dari 16.719 Ton pada tahun 2020 mengalami kenaikan sebesar 18.600 Ton pada tahun 2021 terjadi peningkatan sebesar 11,3%. Komoditas yang mengalami peningkatan paling tinggi yaitu pada komoditas bawang merah sedangkan. Meskipun produksi produksi sayur terus meningkat namun harga mengalami fluktuasi.

Ketidakpastian harga yang terjadi membuat petani sayur mengeluh namun petani tidak punya pilihan lain selain menjual sayurnya walaupun dengan harga yang tidak sesuai dengan yang diinginkan, walaupun petani harus mengalami kerugian karena ketidakpastian harga namun jika petani tidak menjual langsung sayurnya tersebut akan menjadi layu dan tidak bisa

dijual lagi dan kerugian akan bertambah. penyimpanan bawang merah pada gudang menyebabkan susut bobot, tidak tahan lama dan gampang mengalami kerusakan (tumbuh akar/tunas dan busuk). (Nuraeni *et al.*, 2015:167)

Dari hasil observasi awal pada tanggal 15 Mei 2022 yang telah penulis lakukan pada petani sayur, hasil tani akan dijual dalam jumlah besar dengan menggunakan karung ataupun peti kayu, namun juga ada yang tidak memanen sayurnya seperti tomat, buncis, kubis/col karena pada saat itu harga yang terlalu murah dan petani hanya membiarkan sayuran tersebut dikebun. Hasil survei yang penulis lakukan dan wawancara pada para petani pada bulan Mei 2022 harga pada komoditas sayuran yaitu tomat Rp. 2.000/kg, pada komoditas kubis/col Rp.1.000/kg, sedangkan pada komoditas buncis Rp1.500/kg.

Meskipun produksi terus meningkat setiap tahun namun pengumpul masih membeli dengan harga yang relatif murah, sehingga pendapatan petani cenderung rendah dalam beberapa tahun terakhir, harga di pasar sayur sering berfluktuasi yang berdampak besar pada masyarakat yang bergerak dibidang pertanian dan membuat masyarakat mengeluhkan pendapatan yang tidak sesuai dengan pengeluaran. Keterbatasan informasi tentang harga juga membuat masyarakat menjual hasil panen dengan harga yang relatif murah. Dengan pendapatan yang tidak menentu membuat Masyarakat kebingungan untuk mengolah kembali lahan setelah masa panen dan untuk pembelian pupuk yang harganya mahal. Pada saat harga sayur tinggi hanya berlangsung sebentar sedangkan harga sayur rendah berlangsung cukup lama dan belum lagi serangan hama tanaman yang sangat ditakutkan petani, sedangkan harga pestisida untuk pengendalian hama itu harganya semakin tinggi sehingga menjadi kesulitan tersendiri bagi petani. Petani harus mengupayakan meminimalkan biaya produksi untuk mengolah kembali lahan pertaniannya.

Oleh karena itu, dengan adanya persoalan mengenai fluktuasi harga dipetani tersebut, peneliti ingin mengangkat judul **“Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis menfokuskan masalahnya yaitu, Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan fokus masalah, maka sub fokus masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor Penyebab fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok?
2. Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor penyebab fluktuasi harga sayur di Sungai Nanan Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Peningkatan Pendapatan Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

E. Manfaat dan Luaran Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan kepada peneliti mengenai masalah yang diteliti secara teori maupun praktek. Serta penambahan terhadap teori yang diperoleh peneliti selama perkuliahan dalam kondisi nyata

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi bagi peneliti-peneliti yang akan datang serta dapat memberikan kontribusi keilmuan. Menjadi sumber referensi bagi mahasiswa IAIN Batusangkar, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bagi petani

Penelitian ini diharapkan dapat memberi bahan masukan dan sumbangan pemikiran dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya petani.

4. Luaran Penelitian

Luaran penelitian merupakan target yang ingin dicapai dari temuan penelitian. Adapun luaran penelitian yaitu:

- a. Dapat dipublikasikan pada jurnal ilmiah
- b. Dapat menjadi bahan bacaan di perpustakaan IAIN Batusangkar.

F. Defenisi Operasional

Strategi merupakan suatu peralatan komunikasi, dimana orang harus berupaya untuk dapat menyakinkan bahwa orang. (Assauri, 2013:3). Adapun strategi yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah strategi peningkatan pendapatan petani di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

Fluktuasi harga adalah sebuah kondisi tidak stabil dari harga sehingga sangat berpengaruh besar dan dapat menjadi acaman bagi petani. (Huka *et al.*, 2014:155). Adapun fluktuasi harga yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah tinggi rendahnya harga terhadap pendapatan petani.

Menurut pendapat (Ariyanto *et al.*, 2019) Pendapatan adalah total penerimaan yang diperoleh petani maupun penerimaan lainnya. Adapun

pendapatan yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah keuntungan yang diperoleh oleh petani atau selisih dari penerimaan dengan total biaya produksi sayuran di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

Strategi peningkatan pendapatan merupakan cara atau rencana yang dilakukan dalam suatu kegiatan dengan memanfaatkan modal yang telah ada untuk meningkatkan keuntungan atau pendapatan agar meminimalisis terjadinya kerugian. Adapun strategi peningkatan yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah strategi peningkatan pendapatan petani dalam menghadapi fluktuasi harga.

Sayuran adalah bahan pangan yang memiliki kandungan air tinggi, beberapa sayuran tersebut dapat dikonsumsi langsung tanpa dimasak, namun ada juga yang memerlukan proses pengolahan terlebih dahulu. Adapun sayuran yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sayuran Jenis tomat, kubis/col, dan buncis, bawang merah, bawang putih, cabe merah. (Saodah & Rosda, 2017:179)

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategos* atau *strategus* dengan kata jamak *strategis*. *Stratos* berarti jendral tetapi dalam bahasa Yunani kuno sering berarti perwira negara (*statate officer*) dengan fungsi yang luas. Pada abad ke 5 SM sudah dikenal adanya *Broad of Strategy* di Athena, mewakili 10 suku di Yunani. Hingga abad ke-5, kekuasaan politik luar negeri dari kelompok strategi itu semakin luas. Lama kelamaan strategi memperoleh pengertian baru. (Yunus, 2016:11)

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditemukan oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. (Anorage, 2004)

Strategi merupakan prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi: strategi yaitu pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi. (Allison, 2004:3)

Strategi merupakan rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi akan melakukan sesuatu yang harus dilakukan dalam bisnis. (Robbins & Coulter, 2010: 213)

Istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai. Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut. (Assauri, 2013:3)

Strategi adalah rencana yang diambil untuk mencapai keunggulan dalam suatu kompetisi di pasar atau dalam suatu aktivitas. (Yam, 2020:16)

Pembentukan strategi setidaknya terdiri dari tiga proses utama sebagai berikut:

- 1) Melakukan analisis situasi, evaluasi dan analisis pesaing; baik lingkungan mikro maupun makro.
- 2) Dengan penaksiran tersebut, tujuan dirumuskan ini harus bersifat paralel dalam rentang jangka pendek dan jangka panjang dan didalamnya juga memuat visi dan misi serta tujuan organisasi atau perusahaan dengan baik.

b. Komponen Strategi

Secara umum, strategi memiliki komponen-komponen strategi yang senantiasa dipertimbangkan dalam menentukan strategi yang akan dilaksanakan. Ketiga komponen tersebut adalah:

- 1) Kompetensi yang berbeda, merupakan sesuatu yang dimiliki perusahaan di mana perusahaan tersebut melakukannya dengan baik dibandingkan perusahaan pesaingnya.
- 2) Ruang lingkup, merupakan lingkungan di mana organisasi atau perusahaan beraktivitas, lokasi, regional, atau internasional.
- 3) Distribusi sumber daya, yaitu bagaimana sebuah perusahaan memanfaatkan dan mendistribusikan sumber daya yang dimilikinya dalam menerapkan strategi perusahaan. (Salim, 2019:109)

c. Fungsi Strategi

Fungsi strategi pada dasarnya adalah berupaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif, untuk itu terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- 1) Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.

- 2) Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya
- 3) Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru
- 4) Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- 5) Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi ke depan .
- 6) Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru dihadapi sepanjang waktu. (Assauri, 2013:7)

d. Jenis-jenis Strategi

1) Kepemimpinan biaya

Kepemimpinan biaya adalah strategi dimana perusahaan mengungguli para pesaing dalam memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang paling rendah. Perusahaan yang paling unggul dalam biaya menghasilkan laba secara berkesinambungan pada harga yang lebih rendah, oleh karena itu membatasi pertumbuhan dalam industri melalui keberhasilannya dalam perang harga dan merusak profitabilitas pesaing, yang mengikuti harga rendah pemimpin biaya tersebut. Pemimpin biaya umumnya memiliki pangsa pasar yang relatif besar dan cenderung menghindari segmen-segmen pasar dengan menggunakan keunggulan harganya demi mendapatkan bagian yang besar dari pasar yang luas. Ketika sebagian perusahaan berusaha keras mengurangi biaya, pemimpin biaya dapat berfokus hampir sepenuhnya pada penurunan biaya, sehingga kepemimpinan biaya dan harga secara signifikan di pasar.

Kepemimpinan biaya biasanya merupakan hasil dari produktivitas proses produksi, distribusi, atau administrasi secara keseluruhan.

Kelemahan potensial dari kepemimpinan biaya adalah kecenderungan memotong biaya yang dapat menjatuhkan permintaan terhadap produk dan jasa, kepemimpinan biaya akan tetap kompetitif hanya jika pelanggan melihat bahwa produk atau jasa yang dihasilkan sama (minimal mendekati) dengan produk pesaing yang harganya lebih tinggi.

2) Strategi diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah suatu strategi perusahaan yang berusaha menciptakan produk guna menghadapi pesaing di dalam industrinya. Keunikan produk dilihat dari ciri produk yang menawarkan nilai yang dicari konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik di mata konsumen. Konsumen akan rela membayar dengan harga premium bagi produk-produk yang unik. (Paryanti, 2015:3-4)

a) Manfaat strategi Diferensiasi

- (1) Diferensiasi adalah rencana yang tepat demi mencapai laba diatas rata-rata pada perusahaan.
- (2) Diferensiasi melindungi persaingan untuk loyalitas merek pelanggan dan menyebabkan berkurangnya sensitivitas harga
- (3) Peningkatan margin keuntungan untuk menghindari kebutuhan akan posisi biaya rendah
- (4) Mencapai keuntungan melebihi keuntungan biaya karena diferensiasi adalah penghalang terbaik untuk masuk ke industri baru
- (5) Pelanggan mendapatkan loyalitas karena mereka dapat terikat dengan pembeda ini.

Kelebihan dan kekurangan strategi diferensiasi

(1) Kelebihan diferensiasi

- (a) Pembeda memanjangkan peredaran hidup suatu barang. Satu barang jelas menghadapi penurunan atau penurunan peredaran. Sebelum pemasaran produk atau jasa menurun, perlu membedakan pemasaran agar penjualan meningkatkan.
- (b) Pembeda menciptakan barang ataupun layanan bagi pelanggan. Pembedaan barang dan layanan agar barang yang kami jual di kenal.

(2) Kelemahan diferensiasi

- (a) Strategi diferensiasi sangat mudah di kontraskan dengan strategi harga rendah jika pembeli tidak menyadari keunikan signifikan dari produk. Diferensiasi tidak memiliki peningkatan kualitatif bagi pelanggan.
- (b) Strategi diferensiasi tidak memberikan manfaat yang optimal jika peniruan dilakukan dengan mudah dan cepat. Diferensiasi seringkali membutuhkan identitas yang bertahan lama.
- (c) Strategi diferensiasi juga risiko berupa pengendalian terbatas atas pangsa pasar. Karakteristik produk dan harga yang tinggi membatasi target pasar.
- (d) Sekalipun kontras antar kualitas kompetitor dengan rencana keistimewaan biaya terendah terlalu besar, tidak mudah menerapkan strategi diferensiasi. Pembeli akan rela kehilangan kepuasan dengan memilih untuk tidak membeli produk yang berbeda, karena ada potensi penghematan dari pembelian produk lain yang jauh lebih murah. (Sudarmanto, 2021:59-60)

Menurut (Tjiptono, 2001:59) Strategi pemasaran yang dapat dipilih oleh perusahaan yang menerapkan strategi produk diferensiasi agar senantiasa memiliki keunggulan bersaing di pasar dapat dilakukan dengan melakukan pilihan strategi sebagai berikut:

- (a) Diferensiasi produk. Kreativitas yang tinggi dalam menciptakan keunikan produk yang lebih menarik, sejuk aman, nyaman, menyenangkan, karyawan yang ramah, terampil, berwawasan, dan mampu mewujudkan dalam keseharian sehingga lebih diminati oleh konsumen dibanding dengan produk pesaing lainnya.
- (b) Diferensiasi kualitas pelayanan. Kreativitas yang tinggi mengharmonisasikan unsur-unsur marketing
- (c) Diferensiasi citra. Merupakan karakteristik yang khusus atau pembeda dari penampilan seseorang atau benda. Diferensiasi citra adalah bauran yang tetap dari elemen-elemen pencitraan, yang menciptakan citra sebuah merek.

3) Strategi Fokus

Strategi Fokus adalah kegiatan yang berhubungan dan dibuat guna menyajikan unit pembeli yang makin efektif pada objek antara pasar dan lebih efisien dibanding kompetitor. Strategi ini berbeda dengan dua strategi lainnya karena strategi ini memilih bersaing dalam cakupan persaingan yang sempit dalam suatu industri. Pemilihan strategi fokus memilih suatu bagian atau kelompok bagian tertentu dalam industri dan menyesuaikan strateginya untuk melayani bagian atau kelompok segmen ini secara khusus. Dengan mengoptimalkan strateginya untuk segmen target yang dipilih. Perusahaan fokus berupaya mencapai keunggulan bersaing dalam segmen

targetnya walaupun perusahaan ni tidak memiliki keunggulan bersaing secara menyeluruh. (Badrianto, 2021:132)

Kesuksesan strategi fokus akan bergantung pada kemampuan perusahaan kecil yang bersangkutan untuk mengidentifikasi kebutuhan, keinginan dan minat pelanggan serta mendekatinya dengan barang atau jasa yang di desai untuk memenuhi kebutuhan keinginan dan minat pelanggan.

Tujuan strategi fokus adalah melayani target pasar yang terbatas, namun secara efektif dan efisien daripada yang dilakukan oleh para pesaing yang mengejar pasar yang lebih luas (Frida, 2020:30)

a) Jenis strategi fokus

(1) Strategi untuk biaya rendah

Segmen perusahaan ini berfokus pada pengurangan beban dan peningkatan efisiensi operasional sehingga mereka bisa mengenakan nilai yang lebih rendah sambil mencermati kualitas barang yang ditawarkan kepada konsumen berpenghasilan rendah.

(2) Strategi berfokus pada diferensiasi

Strategi ini berbeda dengan strategi pemotongan biaya. (Sudarmanto, 2021:61-62)

Tabel 2.1
Resiko strategi Generik

Keunggulan biaya	Diferensiasi	Fokus
Kepemimpinan biaya tidak berkelanjutan . a. pesaing melakukan peniruan (<i>imitate</i>) b. perubahan teknologi c. basis lain untuk meruntuhkan kepemimpinan biaya	Diferensiasi tidak berkelanjutan. a. Pesaing melakukan peniruan (<i>imitate</i>) b. Basis lain yang dapat menyebabkan diferensiasi menjadi tidak penting bagi pembeli	Strategi ditiru pesaing. Segen sasaran menjadi tidak menarik secara struktural. a. Mengikis struktural b. Menghilangkan permintaan
Kedekatan dalam diferensiasi hilang	Kedekatan biaya menghilang	Pesaing luas bertarget membanjiri segemen pasar. a. Perbedaan yang ada pada segmen semakin sempit b. Keuntungan dari kenaikan garis luas
<i>Focusers</i> mencapai biaya yang lebih rendah diberbagai segmen	<i>Focusers</i> mencapai diferensiasi yang lebih baik lagi dalam suatu segmen	<i>Focusers</i> baru dalam sub-segmen industri

e. Tingkatan Strategi

1. Strategi di Tingkat Korporasi

Strategi untuk tingkat perusahaan atau koperasi adalah strategi yang akan dilakukan oleh perusahaan untuk menjawab pertanyaan seperti, “bisnis apakah yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan?” strategi ini juga dilakukan dalam rangka

menjawab apakah jenis bisnis yang selama ini dilakukan masih perlu dilanjutkan ataukah tidak.

Terdapat dua pendekatan dalam melakukan strategi tingkat perusahaan ini, yaitu pendekatan strategi porfolio (*portfolio strategy*) dan strategi utama (*main strategy*).

a. Strategi Porfolio (*Portfolio Strategy*)

Strategi Porfolio adalah strategi yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan risiko bisnis yang dijalankannya dengan melakukan investasi diberbagai sektor bisnis. Salah satu contoh praktik yang sederhana adalah ketika perusahaan membeli saham dari berbagai jenis perusahaan yang bergerak di sektor yang berbeda-beda. Strategi ini dilakukan dengan landasan bahwa jika suatu ketika sektor bisnis mengalami kerugian, bisa jadi kerugian itu dapat ditutupi dari keuntungan pada sektor yang lain. Beberapa cara yang dapat dilakukan pada strategi porfolio ini adalah:

1) Pengambilalihan perusahaan tertentu

Strategi ini dilakukan dengan jalan membeli atau mengambil alih perusahaan-perusahaan lain dalam satu industri tertentu. Misalnya, perusahaan pesaing yang tujuannya adalah untuk mengurangi persaingan di sektor bisnis tersebut.

2) Diversifikasi yang tidak berhubungan

Strategi ini dilakukan dengan jalan membentuk suatu bisnis pada sektor baru atau mengambil alih perusahaan yang berbeda sektor dengan alasan untuk meraih peluang pada sektor lain dalam dunia bisnis.

3) Penentuan strategi berdasarkan analisis matriks BCG

Matriks BCG (*BCG Matrix*) adalah model analisis yang diperkenalkan oleh Boston Consulting Group

untuk mengetahui bagaimana posisi perusahaan dalam sektor bisnis yang sedang dijalankan. Misalnya, perusahaan A yang merupakan perusahaan besar bergerak di bidang makanan, minuman, keuangan dan juga property.

b. Strategi Utama (Main Strategy)

Strategi utama atau *main strategy* adalah strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk mempertahankan kegiatan perusahaan dalam jangka panjang. Terdapat tiga jenis strategi utama yaitu:

- 1) Strategi pertumbuhan. Strategi pertumbuhan dilakukan dalam rangka pengembangan kegiatan bisnis perusahaan dari bisnis yang sedang dijalankan dengan maksud untuk meningkatkan pangsa pasar, pendapatan, ataupun peningkatan jumlah cabang dari perusahaan. Strategi internal berupa pendirian cabang-cabang perusahaan, ataupun strategi eksternal, yaitu berupa pengembangan bisnis perusahaan dengan jalan pembukaan jenis bisnis yang baru, melakukan pengambilalihan perusahaan lain, atau dengan jalan penggabungan dengan perusahaan lain.
- 2) Strategi kestabilan. Strategi ini dilaksanakan untuk mempertahankan keadaan perusahaan di pasar. Strategi yang dilakukan dapat berupa perbaikan sistem bisnis yang dijalankan oleh perusahaan.
- 3) Strategi penghematan. Strategi ini dilakukan untuk memulihkan posisi perusahaan di pasar dari kondisi yang buruk. Diantara langkah yang biasanya dilakukan adalah misalnya dengan mengurangi jumlah pekerja maupun dengan penghematan diberbagai perusahaan.

2. Strategi di Tingkat Bisnis

Strategi di tingkat bisnis dilakukan dalam rangka mempertahankan kemampuan kompetisi dari perusahaan dibandingkan para pesaingnya tersebut, perlu dilakukan analisis lingkungan mikro dari perusahaan tersebut yang menggambarkan posisi perusahaan, pesaing, pemasok, dan juga pelanggan yang memerlukan produk dari bisnis yang dijalankan. Salah satu model yang dapat membantu perusahaan dalam melakukan analisis ini adalah model lima faktor pendorong kompetisi dari Michael Porter- dikenal sebagai *Five Forces Factor Model*- yang terdiri dari faktor-faktor:

- a) Pelanggan
- b) Persaingan dalam bisnis yang sama
- c) Potensi pendatang baru
- d) Pemasok faktor input
- e) Perusahaan substitusi

Strategi bisnis dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi pemosisian, merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan perhatian pelanggan atau memenangkan persaingan.
- b. Strategi penyesuaian, merupakan strategi yang dilakukan oleh perusahaan ketika terjadi perubahan di lingkungan bisnis. Terdapat 4 jenis strategi penyesuaian, yaitu:
 - 1) Strategi *defenders*

Strategi yang digunakan untuk mempertahankan perusahaan agar dapat tetap bertahan dalam bisnis yang sedang dijalankan, daripada harus gulung tikar. Strategi ini lebih menekankan pada perbaikan internal perusahaan dalam rangka perbaikan pelayanan pada pelanggan.

2) Strategi *prospectors*

Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengejar pertumbuhan secara agresif. Strategi ini dapat dilakukan jika perusahaan mendapati peluang untuk mengembangkan bisnis kearah yang lebih luas lagi. Perusahaan dengan strategi ini biasanya selalu menjadi perusahaan pertama yang mengenalkan produk-produk baru.

3) Strategi *analyzers*

Strategi ini merupakan gabungan dari strategi *defenders* dan strategi *prospectors*. Perusahaan menjawab peluang-peluang yang ada hanya terbatas atas beberapa peluang saja. Tidak semua peluang dapat dijawab oleh perusahaan dengan pengembangan bisnis baru. Tujuan yang ingin dicapai adalah pertumbuhan pada bisnis yang sedang dijalankan sambil melakukan minimalisasi resiko.

4) Strategi ini tidak memiliki strategi yang konsisten. Perusahaan yang melakukan strategi ini cenderung menunggu peluang yang ada dan bagaimana perusahaan lain menjawab peluang tersebut. Strategi ini hanya cocok untuk jenis bisnis yang sifatnya tidak tetap atau musiman. (Salim, 2019:114-120)

Terdapat 5 (lima) strategi sebagai pendekatan yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan dan pengoperasian bisnis. Kelima strategi itu disebut Strategi Generik, yaitu:

- a) Strategi kepemimpinan biaya rendah
- b) Strategi diferensiasi yang luas
- c) Strategi fokus biaya murah

- d) Strategi pengintegrasian biaya rendah dan diferensiasi.
(Assauri, 2013:97)

3. Strategi Fungsional

Strategi fungsional merupakan strategi yang digunakan untuk operasional, pemasaran keuangan dan sumber daya manusia. Pengambilan keputusan terletak pada tingkat fungsional, terdiri dari manajer-manajer produksi, wilayah, dan manajer fungsional. Mereka menyusun strategi tahunan dan strategi jangka pendek di bidang-bidang seperti produksi, operasi, riset dan pengembangan, keuangan akunting, pemasaran dan hubungan karyawan. Tanggung jawab utama mereka adalah mengimplementasikan atau melaksanakan rencana strategi perusahaan. (Winama *et al.*, 2019:4)

terdapat dua faktor yang menentukan bagaimana strategi di tingkat fungsional perlu dilakukan. Kedua faktor tersebut adalah;

- a. Keamanan pasar
- b. Kesamaan sumber. (Salim, 2019:120)

Lingkup Strategi fungsional sebagai berikut:

1) Strategi pemasaran

Bertujuan untuk meningkatkan kinerja melalui penggunaan substrategi seperti segmentasi, *positioning* (rancangan produk) , dan *targeting* (target), peningkatan layanan purna jual, rancangan penyerahan khusus, dan pengembangan segmen pasar yang baru.

2) Strategi operasi

Bertujuan untuk meningkatkan kinerja operasi melalui penggunaan substrategi seperti program pengurangan biaya, pengurangan karyawan/buruh, pengembangan berkelanjutan atau pengurangan kemubaziran, pengurangan siklus waktu kerja.

3) Strategi sumber daya manusia

Bertujuan untuk meningkatkan kinerja operasi melalui penggunaan substrategi seperti program motivasi staf, multiskilling, perencanaan jalur karir karyawan, pendidikan, dan pengembangan keterampilan, serta peningkatan partisipasi.

4) Strategi teknologi

Meningkatkan kinerja operasi melalui penggunaan substrategi seperti pengembangan teknologi internal (*inhouse development*), memperoleh teknologi baru dan menggunakan peralatan teknologi informasi/komputer.

5) Riset dan pengembangan

Bertujuan untuk meningkatkan kinerja operasi melalui penggunaan beberapa strategi, seperti perbandingan kompetitif, pengembangan produk baru, serta analisis produk substitusi dan peningkatan mutu produk. (Amir, 2011:170)

f. Strategi Dasar Induk

Strategi Dasar Induk ini disebut dengan *Master Strategies* yang memberikan arah mendasar untuk tindakan strategik. Strategi dasar induk menjadi dasar upaya pengkoordinasian dan sekaligus untuk mempertahankan arah bagi pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan.

Terdapat 14 (empat belas) Strategi Dasar Induk yang dapat dipilih sebagai pendekatan dasar untuk pencapaian tujuan tersebut. Keempat belas strategi tersebut adalah:

1) Strategi pengembangan pasar

Penekanan dari strategi ini adalah pada pemasaran produk yang sekarang di jalankan, dengan pertimbangan telah dimilikinya keahlian dan keterampilan dalam pengoperasian pemasaran baik untuk pelanggan yang ada, maupun untuk

pelanggan baru. Dalam hal ini kegiatan yang ditingkatkan adalah penambahan saluran distribusi dan cabang perusahaan, serta mengubah dan meningkatkan program advertensi dan promosi.

2) Strategi pengembangan produk

Gagasan strategi ini dipilih untuk dijalankan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan disamping itu sekaligus melakukan pengembangan produk, bagi upaya mendalaman pengaruh dari siklus produk yang dikenal sebagai *product life cycle*.

Penekanan dari pelaksanaan strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan daya tarik produk, dan sekaligus menjaga citra dari merek dan reputasi perusahaan, serta memberikan tambahan pengalaman positif bagi pelanggan. strategi pengembangan pasar

3) Strategi inovasi

Dengan menekankan pada pengembangan atas pertumbuhan yang terkonsentrasi, strategi inovasi dapat dijalankan bila pelaksanaannya difokuskan pada keterkaitan dengan pasar yang sekarang. Strategi inovasi ini terus dikembangkan oleh perusahaan otomotif seperti Toyota dan perusahaan elektronik seperti Sony. Dengan menjalankan strategi inovasi ini, kedua perusahaan tersebut selalu tetap terjaga citra merek perusahaannya.

4) Strategi pengembangan yang terkonsentrasi

Strategi ini menfokuskan pada suatu kombinasi produk dan pasar tertentu. Suatu pertumbuhan terkonsentrasi merupakan strategi perusahaan yang langsung menekankan pemanfaatan sumber daya untuk meningkatkan pertumbuhan dari suatu produk tunggal, dalam suatu pasar tunggal dengan suatu teknologi yang dominan. Pemilihan secara rasional atas

pendekatan ini adalah melakukan penetrasi pasar dengan strategi terkonsentrasi, yang dimanfaatkan perusahaan atas pengalaman pengolahan operasi bisnis perusahaan dalam suatu arena bisnis persaingan.

5) Strategi integrasi horizontal

Perusahaan akan menjalankan strategi integrasi horizontal, bila dalam menjalankan strategi jangka panjangnya, perusahaan melakukan pengakuisisian satu atau lebih perusahaan yang beroperasi dalam produksi-pemasaran pada tingkat yang sama. Dengan pengakuisisiasan seperti ini, akan dapat menghilangkan pesaing-pesaing yang dan memberikan kesempatan perusahaan mempunyai akses langsung kedalam pasar yang baru.

6) Strategi integrasi vertikal

Strategi induk yang dijalankan oleh suatu perusahaan yang mendapatkan perusahaan yang memasok input seperti bahan baku atau pelanggan yang mencari output seperti pedagang besar yang produksi hasil jadi adalah memilih strategi integrasi vertikal. Strategi ini difokuskan pada tingkat yang lebih awal dari proses produksi-pemasaran. Bila perusahaan mengembangkannya dengan toko atau warung barang-barang konsumsi, disebut sebagai Integrasi Vertikal Kedepan atau *Forward Vertical Integration*, dengan mengakuisisi perusahaan yang beroperasi mendekati konsumen akhir.

7) Diversifikasi terkonsentrasi

Strategi induk diversifikasi menunjukkan telah dimulainya kebiasaan baru dari suatu perusahaan yang ada yang mengembangkan usahanya berdasarkan operasi atas dasar jenisnya, yaitu pengakuisisian atau membangkitkan usaha turunan internal, atau dikenal dengan *spin-off* dari suatu bisnis yang terpisah, dengan kemungkinan terdapat sinergi untuk

meng-*counter* keseimbangan keunggulan dan kelemahan dari dua bisnis yang ditangani.

8) Diversifikasi konglomerasi

Perbedaan yang mendasar antara dua jenis diversifikasi yaitu diversifikasi konsentrasi dan diversifikasi konglomerasi adalah diversifikasi konsentrasi menfokuskan pada kesamaan dipasar, produk atau teknologi, sedangkan diversifikasi konglomerasi penekanan prinsip dasarnya adalah pada pertimbangan keuntungan atau laba.

9) Strategi putar haluan

Strategi induk putar haluan yang dikenal sebagai *turn around strategy* adalah strategi yang menfokuskan upaya untuk memperkuat pertahanan perusahaan yang dilakukan dengan upaya bersama-sama mengadakan penghematan atau pengurangan.

10) Strategi divestasi

Strategi yang mencakup penjualan suatu perusahaan atau pengurangan untuk menyelesaikan putar haluan yang diinginkan dapat mengambil langkah untuk menjual perusahaannya yang menghadapi keadaan bisnis yang tidak terintegrasi.

11) Strategi likuiditas

Strategi likuiditas dilakukan oleh perusahaan dengan menjual keseluruhannya, terutama yang berkaitan dengan aset yang berwujud perusahaan, dan bukan perusahaan yang beroperasi.

12) Strategi *Bankruptcy*

Strategi *Bankruptcy*, akan dilakukan pendistribusian aset yang lengkap dan menyeluruh kepada kreditor, dimana sebagian mereka hanya mendapatkan sebagian kecil saja yang diutangkan.

13) Strategi *joint Venture*

Strategi *joint Venture* merupakan kombinasi dua atau lebih perusahaan yang mempunyai kemampuan, tetapi juga mempunyai kekurangan komponen yang dibutuhkan bagi keberhasilan suatu lingkungan bersaing tertentu.

14) Strategi aliansi strategik

Pada dasarnya aliansi strategik dibedakan dengan *joint Ventures*, karena perusahaan-perusahaan yang ikut serta, tidak menyerahkan posisi ekuitas dari satu pihak ke pihak lainnya. (Assauri, 2013:62-70).

g. Metode Perumusan Strategi

1) Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu alat yang digunakan untuk mengevaluasi keadaan dari suatu perusahaan. Strategi ini didasarkan pada asumsi, bahwa strategi yang efektif untuk mendorong peningkatan pendapatan. (Assauri, 2013:72)

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasian beberapa faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. (Fatimah, 2020:8)

2) Fungsi Analisis SWOT

Fungsi Analisis SWOT adalah untuk menganalisis berbagai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal strategi, serta analisis peluang dan ancaman yang dihadapi, strategi yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal. (Salim & Agus, 2019:3)

3) Tujuan analisis SWOT

Tujuan analisis SWOT adalah untuk membenarkan Faktor-faktor Internal dan eksternal yang telah dianalisis. Manfaat analisis SWOT adalah strategi bagi para stakeholder untuk

menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepannya terhadap kualitas internal maupun eksternal. (Salim & Agus, 2019:2)

4) Manfaat analisis SWOT

- a) Analisis SWOT dapat membantu persoalan dari empat sisi sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan, yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang, dan ancaman.
- b) Analisis SWOT mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.
- c) Analisis SWOT membantu kita membedah organisasi dari empat sisi yang dapat menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupa atau tidak terlihat selama ini
- d) Analisis SWOT dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi pada saat itu.
- e) Analisis SWOT dapat digunakan untuk membantu organisasi meminimalisasi kelemahan yang ada serta menekan munculnya dampak ancaman yang mungkin akan timbul. (Fatimah, 2020:12)

5) Faktor-faktor Analisis SWOT

a) *Strengths* (kekuatan)

Strengths adalah sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. Faktor-faktor kekuatan merupakan nilai plus atau keunggulan yang terdapat dalam

tubuh organisasi itu sendiri. Dengan mengenali aspek aspek apa saja yang menjadi kekuatan dari organisasi, maka organisasi tersebut harus mempertahankan dan memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan organisasi tersebut. (Fatimah, 2020:13)

Kekuatan merupakan keunggulan kompetitif , dan kemampuan kepada perusahaan atau organisasi mempertahankan posisinya dengan melakukan aktivitas pada tingkat yang sama. (Hasiholan *et al.*, 2021:16)

b) *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan adalah berupa sesuatu yang tidak bisa dilakukan dengan baik perusahaan atau perusahaan tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara pesaingnya memiliki kapasitas tersebut. (Hasiholan *et al.*, 2021:16)

Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dan sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesuainya antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia usaha dan industri dan lain-lain. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi. Oleh karena itu ada beberapa faktor kelemahan yang harus segera dibenahi oleh para stakeholder oleh suatu perusahaan, antara lain:

- (1) Lemahnya SDM dalam organisasi
- (2) Saranan dan prasarana yang masih sebatas pada sarana yang wajib saja
- (3) Kurangnya sensitivitas dalam menangkap peluang yang ada, sehingga cenderung membuat organisasi mudah puas dengan keadaan yang di hadapi sekarang ini.

(4) Output pada produk yang belum sepenuhnya bersaing dengan produk perusahaan lain dan sebagainya. (Fatimah, 2020:14-15)

c) *Opportunities* (Peluang)

Adalah suatu kecenderungan lingkungan yang menguntungkan yang dapat meningkatkan kinerja suatu organisasi, suatu organisasi, divisi perusahaan, fungsi-fungsi perusahaan serta produk dan jasa perusahaan. (Hasiholan *et al.*, 2021:16)

Peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan/organisasi. Peluang terdiri dari tiga kategori yaitu:

(1) *Low*

Dikatakan low atau rendah apabila suatu hal tersebut memiliki daya tarik dan manfaat yang kecil dan peluang pencapaiannya juga kecil.

(2) *Moderate*

Dikatakan moderate atau sedang apabila hal tersebut memiliki daya tarik dan manfaat yang besar namun peluang pencapaiannya kecil atau sebaliknya.

(3) *Best*

Dikatakan baik apabila suatu hal tersebut memiliki daya tarik dan manfaat yang tinggi serta peluang tercapainya besar. (Fatimah, 2020:16-17)

Beberapa situasi yang dapat menjadi peluang sebuah perusahaan antara lain sebagai berikut:

(1) Kecenderungan pasar menyukai produk tertentu

(2) Identifikasi suatu produk yang belum mendapat perhatian pasar

(3) Perubahan dalam situasi perdagangan dengan para kompetitor

(4) Hubungan dengan konsumen

Sedangkan, ada beberapa peluang yang dapat dikembangkan oleh organisasi atau perusahaan melihat situasi eksternal yang semakin akrab dengan kemajuan teknologi. Peluang tersebut antara lain:

(1) Diera kemajuan teknologi yang semakin pesat memudahkan perusahaan untuk mengembangkan usahanya dengan bantuan alat-alat teknologi yang semakin canggih. Maka kemungkinan dapat meminimalisasi penggunaan bantuan tenaga kerja manusia dalam keadaan tersebut.

(2) Penggunaan media sosial yang semakin akrab di kalangan masyarakat Indonesia, memudahkan perusahaan untuk menjadikan media sosial sebagai sarana pemasaran yang cukup efektif. (Fatimah, 2020:18)

d) *Threats* (Ancaman)

Suatu kecenderungan lingkungan yang tidak menguntungkan yang tidak menguntungkan yang dapat merugikan posisi organisasi perusahaan, divisi perusahaan, fungsi perusahaan, produk atau jasa. (Hasiholan *et al.*, 2021:16)

Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman terjadi karena lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah organisasi. Apabila ancaman tersebut tidak cepat ditangani maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya tujuan, visi dan misi sebuah

organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya dan kemungkinan terjadinya. Terdapat tiga kategori ancaman sebagai berikut:

(1) Ancaman utama

Sebuah ancaman yang kemungkinan terjadinya tinggi dan kemungkinan dapat berdampak besar. Menanggulangi ancaman jenis ini diperlukan *planning* dan strategi yang serius agar ancaman ini tidak mengancam keberlangsungan hidup organisasi atau perusahaan.

(2) Ancaman Moderate

Jenis ancaman ini yang merupakan kombinasi tingkat keparahan dan kemungkinan terjadi. Sebagai contoh ancaman jenis ini adalah kemungkinan tingkat keparahan yang tinggi namun kemungkinan terjadinya rendah, begitu sebaliknya.

(3) Ancaman tidak utama

Ancaman ini merupakan jenis ancaman yang dampaknya kecil dan kemungkinan terjadinya juga kecil. Meskipun merupakan jenis ancaman yang ringan, namun sebaliknya jenis ancaman ini perlu segera dideteksi dan ditanggulangi. Hal tersebut tentu akan meminimalisasi kemungkinan ancaman tidak utama ini berubah menjadi ancaman yang lebih serius. (Fatimah, 2020:19)

6) Faktor-faktor Eksternal dan Internal suatu perusahaan

Faktor eksternal merupakan faktor yang berada diluar perusahaan yang merupakan ancaman bagi perusahaan. Faktor tersebut meliputi:

a) Faktor ekonomi

Faktor ekonomi merupakan keadaan perekonomian yang dapat mempengaruhi keberhasilan operasi perusahaan. Faktor ini meliputi:

- (1) Tahap siklus bisnis
- (2) Gejala deflasi dan inflasi dalam harga barang dan jasa
- (3) Kebijakan keuangan yang ada
- (4) Tingkat pertumbuhan ekonomi

b) Faktor demografis

Faktor demografis merupakan faktor kependudukan yang secara umum mempengaruhi operasi perusahaan

c) Faktor geografis ekonomi

Faktor geografis meliputi faktor lingkungan perusahaan yang di pertimbangkan dalam pemilihan operasional perusahaan. Geografis ekonomi adalah mengenai variasi areal di permukaan bumi yang dalam aktifitas manusia terkait produksi.

d) Faktor sosial

Faktor sosial merupakan faktor penilaian dan sikap konsumen serta karyawan. Penilaian ini mencakup gaya hidup dan permintaan konsumen akan produk perusahaan, serta perubahan tingkat pendapatan konsumen.

(1) Sektor teknologi

Faktor teknologi ini merupakan faktor perubahan teknologi yang dipergunakan oleh perusahaan.

(2) Faktor pemasok

Perencanaan strategi harus memperhatikan kekuatan yang dimiliki pemasok, apakah pemasok mempengaruhi perusahaan atau sebaliknya.

(3) Sektor pesaing

Pesaing merupakan faktor yang sangat penting karena tanpa adanya pesaing maka strategi tidak diperlukan.

(4) Sektor pemerintah

Peranan pemerintah dalam kebijakan kuota impor maupun ekspor dan perundan-undangan mempengaruhi berjualan atau tidaknya suatu perusahaan.

Faktor internal adalah situasi didalam perusahaan yang meliputi kekuatan dan kelemahan baik dari segi operasional yang berupa fungsi pemasaran, produksi, sumber daya manusia maupun segi manajerial yang menyangkut perencanaan, pengkoordinasian, pengawasan, dan semua kegiatan operasi perusahaan. Faktor internal meliputi:

(1) Faktor pemasaran dan distribusi, yaitu faktor-faktor yang meliputi:

- (a) Struktur persaingan dan bagian pasar
- (b) Bauran produk dan jasa
- (c) Produk baru yang kuat kepemimpinan produk yang baru
- (d) Pandangan positif terhadap perusahaan, produk dan layanan konsumen
- (e) Tenaga penjualan yang efektif dan efisien

(2) Faktor penelitian dan pengembangan serta rekayasa, yaitu faktor-faktor yang meliputi:

- (a) Kemampuan penelitian dasar dalam perusahaan
- (b) Kemampuan pengembangan rekayasa bagi produk baru
- (c) Keistimewaan dalam desain produk
- (d) Tenaga ahli yang berpengalaman

(3) Faktor manajemen produksi dan operasional, yaitu faktor-faktor yang meliputi:

- (a) Total biaya produksi yang rendah dari total produksi pesaing
 - (b) Kemampuan untuk memenuhi permintaan pasar
 - (c) Tersedianya bahan baku produksi
 - (d) Sistem pengendalian produksi persediaan efektif dan efisien
 - (e) Peralatan dan pemesanan yang efektif dan efisien
- (4) Faktor sumber daya dan karyawan perusahaan, yaitu faktor-faktor yang meliputi:
- (a) Tingkat pendidikan sumber daya perusahaan
 - (b) Struktur organisasi dan suasana yang efektif
 - (c) Sistem manajemen yang strategis
 - (d) Sistem dukungan staf perusahaan yang efektif
 - (e) Informasi manajemen dan sistem komputer yang memadai.
- (5) Faktor akuntansi dan keuangan, yaitu faktor-faktor yang meliputi:
- (a) Total sumber daya dan kekuatan keuangan yang dimiliki
 - (b) Biaya modal yang rendah dalam hubungan dengan industri dan pesaing
 - (c) Fleksibilitas dalam pengumpulan modal
 - (d) Hubungan yang baik dengan pemegang saham dan pemilik saham
 - (e) Kondisi pajak yang menguntungkan. (Hasiholan *et al.*, 2021:17-21)

7) Matrik Strategi SWOT

Matrik SWOT merupakan alat formulasi pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang ditempuh berdasarkan logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun bersamaan dapat meminimalkan kelemahan

dan ancaman perusahaan. Tahapan dalam menyusun matriks SWOT adalah sebagai berikut:

- 1) Menyusun daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan serta kekuatan dan kelemahan internal perusahaan
- 2) Menyusun Strategi SO (*Strength-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal
- 3) Menyusun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal
- 4) Menyusun strategi ST (*Strength-Threat*) dengan cara mencocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal.
- 5) Menyusun strategi WT (*Weakness-Threat*) dengan cara mencocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal. Dapat dilihat pada tabel berikut ini: (Setyorini, *et.al*, 2016:48-49)

Tabel 2.1
Matriks Analisis SWOT

	<i>Strenght (S)</i> Daftar semua kekuatan yang dimiliki	<i>Weakness (W)</i> Daftar semua kelemahan yang dimiliki
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO Gunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada	Strategi WO Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST Gunakan semua kekuatan untuk menghindari dari semua ancaman yang ada	Strategi WT Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman

Strategi peningkatan petani merupakan hal yang sangat penting oleh karena itu hal tersebut merupakan hal utama bagi kelangsungan petani, merujuk dari hasil penelitian Wachdijono ada beberapa alternatif-alternatif dan kriteria-kriteria untuk meningkatkan pendapatan petani yaitu:

- 1) Alternatif-alternatif dapat dicapai secara realistis dan logis, maksudnya alternatif ini dapat dilaksanakan sesuai dengan kemampuan petani (yang berdasarkan potensi dan sumberdaya lokal), selanjutnya alternatif harus logis, maksudnya secara teknis alternatif tersebut benar-benar bisa meningkatkan pendapatan petani.
- 2) Alternatif-alternatif dapat membawa dampak positif yang lebih luas, artinya suatu alternatif selain dianggap bisa meningkatkan pendapatan, juga dapat membawa semangat berusaha kembali. Contohnya: penurunan harga pupuk dan obat-obatan pengendalian hama/penyakit tanaman (harga jual terjangkau oleh sebagian besar petani), ditemukan teknologi budidaya yang murah (misalnya: sistem pertanian organik).
- 3) Alternatif- alternatif mendapat dukungan kuat dari pihak terkait, terutama petani dan Petugas Penyuluhan Lapangan (PPL), artinya suatu alternatif harus benar-benar diinginkan dan didukung oleh sebagian besar petani oleh sebagian besar petani dan institusi formal setempat sehingga dapat sebagai wujud solusi parsitifatif bersama yang utamanya berasal dari pertanian itu sendiri. (Wachdijono, 2018:812)

Alternatif-alternatif tersebut ditentukan berdasarkan unsur-unsur utama yang berperan secara matematis yaitunya jumlah produksi, Harga jual, biaya Produksi yang minimal dan optimal.

- 1) Peningkatan Jumlah produksi, yaitu dengan memperluas lahan pertanian dapat meningkatkan jumlah produksi sayuran

- 2) Harga Jual yaitu, harga jual yang tinggi maka akan meningkatkan pendapatan petani
- 3) Biaya Produksi yang minimal dan optimal, yaitu jika biaya produksi semakin rendah maka pendapatan juga akan meningkat.

2. Pendapatan

a. Pengertian Pendapatan

pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Kegiatan usaha pada akhirnya akan memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan. (Sukirno, 2006)

Pendapatan adalah total penerimaan (uang atau bukan uang) seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan merupakan konsep aliran. (Rahardja, 2006:292)

Pendapatan merupakan kenaikan kotor dalam aset atau penurunan dalam liabilitas atau mencakup keduanya selama periode yang dipilih oleh pernyataan pendapatan yang berasal dari investasi yang halal. (Septia & Samsul, 2020:69)

Pendapatan merupakan uang yang didapatkan dari suatu aktivitas atau usaha. Usaha yang dilakukan untuk sebuah hasil. Kegiatan menjual produk perusahaan yang nantinya akan menimbulkan pendapatan dengan dikurangi biaya yang sudah dikeluarkan untuk produksi atau biaya produksi. Sehingga pendapatan bersih akan diketahui, dari pendapatan tersebut nantinya akan di ketahui laba rugi dari usah tersebut. (Suryanti *et al.*, 2021:65)

b. Sumber dan Jenis Pendapatan

- 1) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan.
Pendapatan yang diterima dari kegiatan rutin perusahaan atau

kegiatan produksi perusahaan, kegiatan produksi perusahaan yang menghasilkan produksi, produksi terjual menghasilkan laba.

- 2) Pendapatan yang diperoleh dari luar usaha pokok perusahaan usaha sampingan perusahaan antara lain penyewaan kantor atau ruangan, penyewaan kendaraan perusahaan atau peralatan berat perusahaan. (Suryanti *et al.*, 2021:65)
 - a) Pendapatan operasional dapat dilakukan dengan berbagai cara
 - b) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha yang dilaksanakan sendiri oleh perusahaan tersebut tanpa penyerahan jasa yang telah selesai di produksi
 - c) Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usaha dengan adanya hubungan yang telah disetujui, misalnya penjualan konsinyasi
 - d) Pendapatan dari usaha yang dilaksanakan melalui kerjasama dengan investor.
 - e) Pendapatan non operasional (pendapatan lain-lain)

Pendapatan yang diperoleh dari sumber lain diluar kegiatan utama perusahaan di golongan sebagai pendapatan non operasional yang sering juga disebut dengan pendapatan lain-lain. Pendapatan ini diterima perusahaan tidak kontiniu namun menunjang pendapatan operasional perusahaan. Dari timbulnya pendapatan tersebut disimpulkan bahwa sumber pendapatan meliputi semua hasil. Kaitannya dengan operasi perusahaan yang diperoleh dari bisnis dan investasi. Kaitannya dengan operasi perusahaan, pada umumnya sumber dan jenis pendapatan dapat di kelompokkan sebagai berikut:

- 1) Pendapatan dari operasi normal perusahaan

- 2) Pendapatan dari luar operasi perusahaan.
(Lumingkewas, 2013:201)

Ada 3 (tiga) kategori pendapatan yaitu:

- (a) Pendapatan berupa uang, yaitu penghasilan yang diterima berupa uang sebagai balas jasa atau gaji atas suatu pekerjaan yang dikerjakan
- (b) Pendapatan berupa barang yaitu, segala pendapatan yang diterima dari suatu pekerjaan berupa barang atau dalam bentuk jasa.
- (c) Pendapatan yang bukan pendapatan adalah pendapatan yang membuat perubahan dalam keuangan rumah tangga. (Septia & Samsul, 2020:70)

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan usahatani bawang merah menurut penelitian yang dilakukan oleh Firmasyah dan Kuntadi diantaranya adalah:

1) Luas Lahan

Luas lahan merupakan areal yang akan ditanami komoditas sayuran tertentu. Luas lahan juga menentukan pendapatan yang akan diterima oleh petani.

2) Biaya bibit

Bibit merupakan sarana produksi utama yang dibutuhkan petani dalam menjalankan proses produksi. Jika bibit yang dibutuhkan banyak maka biaya produksinya juga akan meningkat.

3) Biaya pupuk

Pupuk merupakan material yang dibutuhkan oleh tanaman agar tumbuh dengan subur dengan demikian maka jumlah produksi akan meningkat dan pendapatan petani akan meningkat.

4) Biaya pestisida

Pestisida merupakan zat kimia yang digunakan untuk mengendalikan hama tanaman agar petani tidak mengalami gagal panen, jika panen gagal maka petani akan mengalami kerugian.

5) Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan orang yang bekerja di kebun atau sawah yang nantinya akan diberi upah oleh pemilik sawah atau kebun setelah pekerjaannya selesai,

6) Jumlah produksi

Jumlah produksi merupakan jumlah panen yang dihasilkan pada periode tertentu, jika panen yang dihasilkan banyak maka pendapatan juga meningkat sebaliknya, jika hasil panen sedikit maka keuntungan yang diterima juga akan menurun.

7) Harga jual

Harga jual adalah besarnya harga yang diperoleh petani pada saat menjual hasil panennya. Jika harga jual tinggi dan hasil panen melimpah maka petani akan mendapatkan keuntungan yang tinggi sebaliknya, jika hasil panen banyak dan harga jual rendah maka petani akan mengalami kerugian. (Firmansyah & Ebban, 2018:104-107)

Faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan petani

1) Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan mempengaruhi petani dalam mengambil keputusan, pendidikan yang tinggi memungkinkan petani lebih dinamis dan lebih mudah menerima inovasi baru dan mengembangkan inovasi tersebut agar meningkatkan pendapatan. (Asih, 2009:56)

2) Umur petani

Umur adalah salah satu faktor yang mempengaruhi aktivitas seseorang. Hal ini karena umur berkaitan dengan kondisi fisik

seseorang dimana kemampuan untuk mengerahkan tenaga disesuaikan dengan kondisi fisik. (Mahubessy *et al.*, 2020:30)

3) Pengalaman berusaha tani

Pengalaman berusaha tani merupakan proses belajar yang dapat mempermudah adopsi dan penerapan teknologi yang dikembangkan secara dinamis. (Asih, 2009:56)

4) Jumlah tanggungan keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan banyaknya orang dalam satu keluarga hal ini akan berpengaruh pada konsumsi keluarga tersebut.

3. Fluktuasi Harga

a. Pengertian Fluktuasi Harga

Fluktuasi merupakan gejala yang terjadi karena naik turunnya harga, hal tersebut terjadi karena pengaruh permintaan dan penawaran. Fluktuasi adalah pengaruh yang cukup meresahkan dalam masyarakat misalnya disaat kita hanya memerlukan barang tersebut dalam jumlah sedikit maka harga akan relatif murah, namun jika kita beli pada momen-momen tertentu maka harga relatif tinggi dari sebelumnya. (Nuryanti & Alexsander, 2017:207)

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga

Fluktuasi harga komoditas pada dasarnya terjadi karena ketidak seimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang di butuhkan konsumen. Jika terjadi kelebihan pasokan maka harga komoditas akan menurun. Sebaliknya jika pasokan sedikit maka harga akan relatif tinggi. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa fluktuasi harga yang relatif tinggi pada komoditas sayuran pada dasarnya terjadi akibat kegagalan petani dan pedagang dalam mengatur volume pasokannya sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kondisi demikian dapat di sebabkan oleh beberapa faktor yaitu:

- 1) Produksi sayuran cenderung terkonsentrasi di daerah-daerah tertentu saja, struktur produksi demikian tidak kondusif bagi stabilitas harga karena jika terjadi anomali produksi (misalnya gagal panen akibat hama atau lonjakan produksi akibat pengaruh iklim) disalah satu daerah sentral produksi maka akan berpengaruh besar terhadap keseimbangan pasar secara keseluruhan.
- 2) Hasil produksi hanya pada bulan-bulan tertentu yaitunya hanya 3 bulan sekali, panen yang di hasilkan relatif sama dengan bulan berikutnya. Hal tersebut sangat berpengaruh pada permintaan konsumen
- 3) Komoditas sayur yang tidak bertahan lama membuat petani harus segera menjual hasil panennya karena jika sayur sudah tidak segar lagi atau membusuk maka petani akan mengalami kerugian yang besar. Maka dari itu sehari sebelum masa panen petani akan menawarkan kepengumpul atau toke dan setelah panen hasilnya akan langsung dibawa oleh pengumpul. Akibatnya volume pasokan jadi tidak terkendali.
- 4) Petani belum bisa mengatur volume pasokan karena keterbatasan akan biaya yang cukup besar sehingga petani hanya bisa menggunakan teknologi penyimpanan sederhana. (Irawan, 2007:364)

Transmisi (penerusan) harga dari tingkat konsumenn kepada petani umumnya berbeda menurut komoditas pada umumnya terjadi karena dua Faktor yaitu:

1. Adanya kekuatan monopsoni/oligopsoni, pada pedagang sehingga mereka mempunyai kekuatan untuk mengendalikan harga beli dari petani atau dari tingkat produsen. Adanya kekuatan monopsoni ditingkat pedagang menyebabkan kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak selalu diteruskan kepada petani secara sempurna. Kekuatan monopsoni/ologopsoni

dapat terbentuk melalui beberapa cara yaitu (a) kerja sama di antara pedagang dalam menentukan harga pembelian dari petani, (b) menciptakan hambatan bagi pedagang lain untuk terlibat dalam pemasaran komoditas yang bersangkutan, dan (c) menciptakan ketergantungan petani untuk hanya memasarkan hasil panennya kepada para pedagang tertentu. Cara yang terakhir tersebut biasanya ditempuh pedagang dengan memberikan pinjaman modal atau pinjaman input usahatani dengan syarat petani tersebut harus menjual hasil panennya kepada pedagang yang memberikan pinjaman modal.

2. Rantai pemasaran yang semakin panjang yang memungkinkan terjadinya akumulasi transmisi harga yang semakin besar. Rantai pemasaran yang semakin panjang antara lain dapat disebabkan oleh jarak pemasaran yang semakin jauh antara daerah produsen dan daerah konsumen. Jarak pemasaran yang lebih jauh dapat terjadi karena produksi komoditas terkonsentrasi di daerah-daerah tertentu sedangkan daerah konsumennya relatif tersebar dalam lingkup wilayah yang lebih luas. (Irawan, 2007:366)

Fluktuasi harga juga terjadi karena beberapa faktor yaitu:

- a) Permintaan konsumen terhadap komoditas sayur, jika permintaan konsumen tinggi maka harga sayur akan turun begitu sebaliknya jika permintaan rendah maka harga dari suatu komoditas sayur akan tinggi.
- b) Harga komoditas pengganti, komoditas pengganti adalah alternatif atau penukar dari suatu komoditas sayur. Jika harga komoditas pengganti lebih murah maka dapat mempengaruhi permintaan komoditas yang digantikannya sehingga akan menurunkan pendapatan komoditas yang digantikannya.
- c) Harga komoditas perlengkap adalah suatu komoditas yang selalu digunakan bersama-sama dengan komoditas utama. Untuk komoditas pelengkap, dapat dinyatakan bahwa apabila

harga komoditas komplemen naik, maka penawaran suatu komoditas berkurang, atau sebaliknya.

- d) Selera masyarakat atau cita rasa masyarakat berpengaruh pada penentuan harga. Jika selera masyarakat menurun akan suatu komoditas maka permintaan komoditas akan menurun. Sebaliknya jika cita rasa masyarakat meningkat maka permintaan akan komoditas tersebut akan meningkat. Faktor faktor tersebut yang mengakibatkan fluktuasi harga. (Palar *et al.*, 2016:109)

B. Penelitian yang Relevan

Adapun mengenai penelitian yang penulis bahas, dari hasil peninjauan terhadap beberapa penelitian karya ilmiah lainnya, penulis menemukan beberapa pembahasan yang ada kaitannya dan searah dengan masalah yang penulis bahas yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Herlina Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, dengan Judul Strategi Petani Kebun Karet dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Karet di Anjir Serapat, dengan hasil penelitian bahwa strategi yang dilakukan oleh petani karet untuk menghadapi Fluktuasi Harga adalah dengan berupaya menanam cabe, terong, dan kacang di sela-sela kebun karet, dan etos kerja petani mengalami penurunan, tidak seperti dahulu, sehingga terkadang malas menyadap karet. Upaya yang ditempuh untuk menghadapinya adalah dengan mengupayakan memperluas lahan untuk bertanam padi. Metode yang dilakukan adalah penelitian lapangan yang bersifat studi deskriptif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang Strategi Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga dan jenis metode yang digunakan juga metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini objeknya yaitu petani sayur yang ada di Kecamatan Lembah Gumanti

Kabupaten Solok sedangkan penelitian terdahulu yang menjadi objek penelitiannya yaitu petani karet.

Penelitian yang dilakukan oleh Reza Irawan Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dengan Judul Strategi Keluarga Petani Karet Dalam Menghadapi Fluktuasi Harga di Desa Bitis Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim, dengan hasil penelitian bahwa strategi yang dilakukan oleh petani karet untuk menghadapi Fluktuasi Harga adalah dengan sembako, depot kayu, budidaya Jamur Tiram, menanam berbagai jenis sayuran dan berternak sebagai strategi mengurangi pengeluaran keluarga. Selain itu petani karet juga ada yang meminjam uang pada kerabat atau tetangga dan juga dari Jouke. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif Kualitatif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang Strategi Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga dan jenis metode yang digunakan juga metode kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian ini terfokus pada bagaimana petani menghadapi fluktuasi harga sayuran. Sedangkan pada penelitian terdahulu terfokus pada bagaimana karakteristik keluarga petani karet dan strategi keluarga petani menghadapi fluktuasi harga.

Penelitian yang dilakukan oleh Febri Irwanto Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Thaha Saifuddin, dengan judul Strategi Adaptasi Petani Rakyat dalam Menyiasati Fluktuasi Harga Pinang Studi Desa Merbau Kabupaten Tanjung Jabur Timur, dengan hasil penelitian bahwa strategi adaptasi yang dilakukan oleh masyarakat untuk menyiasati Fluktuasi Harga meliputi strategi aktif, strategi pasif, dan strategi jaringan. Strategi aktif, dengan mengoptimalkan segala potensi keluarga. Strategi pasif, dengan membiasakan hidup hemat. Strategi jaringan, dengan memanfaatkan jaringan kekerabatan atau kekeluargaan. Upaya yang dilakukan petani dalam meningkatkan perekonomian mereka salah

satunya meningkatkan hasil produksi yaitu dengan mengikuti pelatihan dan pembinaan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif Kualitatif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang strategi petani dalam menghadapi fluktuasi harga. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini objeknya yaitu petani sayur sedangkan, penelitian terdahulu menggunakan petani pinang.

Penelitian yang dilakukan oleh Roida Ervina dan Sumatera Tarigan Universitas Quality, dengan judul Perilaku Petani dalam Menghadapi Fluktuasi Harga Usahatani di Tengah Pandemi Corona Virus Covid 19 di Kabupaten Dairi, dengan hasil penelitian yang diperoleh antara lain luas lahan yang dikerjakan petani, usia petani, jumlah tanggungan petani, pendapatan petani setiap bulan, tingkat pendidikan petani, harga komoditi selama pandemi, harga pupuk selama pandemi, dan kinerja petani selama pandemi, peneliti mengambil kesimpulan bahwa harga komoditas selama pandemi mengalami penurunan walaupun demikian kinerja petani semakin meningkat selama pandemi. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas tentang fluktuasi harga. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini membahas tentang strategi petani untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga. Sedangkan, penelitian terdahulu membahas tentang kinerja masyarakat selama pandemi.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun penelitian lapangan adalah penelitian yang turun langsung ke lapangan atau tempat penelitian untuk memperoleh data-data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

B. Latar dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian yang penulis lakukan yaitu di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari-Juli 2022.

Tabel 3. 1
Jadwal Penelitian

Bulan/ Kegiatan	Jan				feb				maret				april				Mei				Jun				jul			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi awal																												
Pengajuan proposal																												
Bimbingan Proposal																												
Revisi setelah seminar																												
Penelitian																												
Pengolahan data																												
Bimbingan skripsi																												
Sidang munaqasah																												

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Penulis Sendiri

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah (Sugiyono, 2013:305). Pada penelitian ini yang menjadi instrumen penelitian adalah:

1. Instrumen utama (kunci) yaitu peneliti sendiri yang akan mengumpulkan data, mengolah data, dan memvalidasi kemampuan terhadap teori.
2. Instrumen pendukung seperti daftar *field-notes*, *camera*, *recorder*, dan sejenis lainnya
3. Daftar wawancara yang merupakan susunan daftar wawancara yang akan dipertanyakan

D. Sumber Data

Adapun yang menjadi sumber data yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Sumber data primer

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian yang penulis lakukan ini adalah para petani sayur di Kecamatan Lembah Gumanti.

2. Sumber data sekunder

Adapun yang menjadi sumber data sekunder dalam penelitian yang penulis lakukan ini adalah dari catatan petani dalam pembelian pupuk di Kecamatan Lembah Gumanti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang terkait dengan penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung ditempat penelitian, yaitu petani sayur di Sungai Nanam Kecamatan

Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Observasi yang penulis lakukan adalah observasi partisipasi pasif dengan cara mengamati kegiatan petani sayur di Sungai Nanam Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan yang dilakukan oleh *interviewer* dan *interviewee* dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Baik secara langsung atau tidak langsung (alat komunikasi). (Edi, 2016:1)

Instrumen yang penulis gunakan dalam pengumpulan data melalui wawancara ini yaitu berupa daftar wawancara, pena dan buku untuk mencatat hasil wawancara, kamera untuk dokumentasi, serta *recorder* untuk merekam hasil wawancara yang dilakukan

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan aktivitas untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan variabel. Dokumen yang digunakan untuk memperkuat hasil penelitian ini berupa pencatatan petani untuk pembelian pupuk dan pestisida dan dokumentasi terkait.

F. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ilmiah analisis data merupakan sesuatu yang sangat penting, karena analisis data dapat digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis sebagai berikut:

1. *Display Data*

Display data adalah proses menampilkan data secara sederhana dalam bentuk kata-kata, kalimat, naratif, tabel, matrik dan grafis dengan maksud agar data yang telah dikumpulkan dikuasai oleh peneliti sebagai dasar untuk mengambil kesimpulan yang tepat.

2. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dari lapangan.

3. Penarikan Kesimpulan

Pernyataan singkat tentang hasil analisis deskripsi. Sejak awal pengumpulan data, peneliti telah mencatat dan memberi makna sesuatu yang dilihat atau diwawancarai.

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatu yang lain, diluar data itu untuk pengecekan atau perbandingan terhadap data tersebut. Ada beberapa macam metode triangulasi yaitu sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber bertujuan untuk pengecekan data lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah data yang didapatkan benar atau salah.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik bertujuan untuk mencocokkan data dengan menggunakan berbagai cara secara bergantian untuk memastikan apakah datanya sesuai atau tidak dengan sebenarnya. Triangulasi teknik adalah mencari informasi pada orang yang sama atau objek yang sama namun menggunakan cara atau teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu bertujuan untuk pengecekan data dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Teknik jaminan keabsahan data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber merupakan

suatu teknik yang dilakukan untuk menguji kredibilitas atau kepercayaan data kepada beberapa narasumber dengan wawancara, lalu menyesuaikan dan melihat pada dokumentasi. Data yang didapatkan akan di cek kembali dengan melakukan observasi. Jika dengan teknik pengujian diatas mendapatkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut terhadap sumber data yang bersangkutan, untuk memastikan data yang dianggap benar.

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambara Umum Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

a. Letak Geografis Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

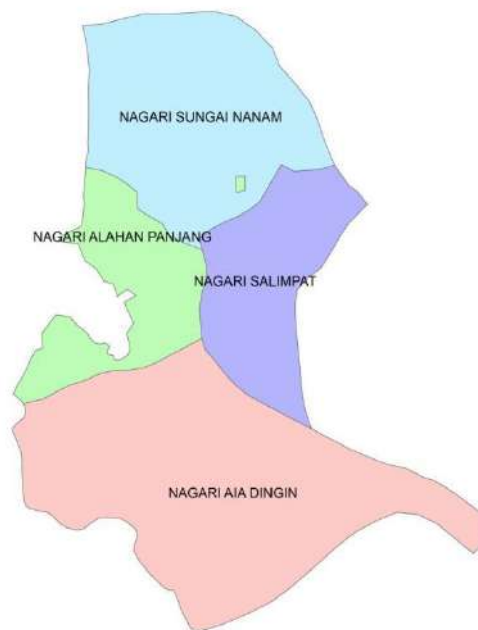
Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Kecamatan Lembah Gumanti terletak pada ketinggian 930 Meter diatas permukaan laut yang bersuhu dingin dengan tingkat curah hujan 7.409 mm Kecamatan Lembah Gumanti mempunyai letak geografis yaitu:

Tabel 4. 1
Letak Geografis Menurut Kecamatan di Kabupaten Solok, 2020

Kecamatan	Lintang Selatan	Bujur timur
Lembah Gumanti	00° 57' 18" dan 01 13' 32"	100° 44' 48" dan 100 55' 45"

Sumber: Kabupaten Solok dalam Angka 2022

Berdasarkan letak geografis Kecamatan Lembah Gumanti memiliki batas-batas: sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Sawahlunto/Sijunjung, Selatan berbatasan dengan Kecamatan Lebah Gumanti, Barat berbatasan dengan Kabupaten Sawahlunto/Sijunjung, Timur berbatasan dengan Kecamatan Payuang Sakaki. Berikut peta wilayah Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.



Gambar 4. 1 Peta Wilayah Kecamatan Lembah Gumanti (Sumber: BPS Kabupaten Solok)

Kecamatan Lembah Gumanti yaitu dengan luas wilayah 602,50 km² yang terdiri dari 4 nagari yaitu:

Tabel 4. 2
Luas Daerah Menurut Nagari di Kecamatan Lembah Gumanti

No	Nagari	Luas (km) ²
1.	Alahan Panjang	93,00
2.	Sungai Nanam	149,00
3.	Salimpat	175,10
4.	Air Dingin	185,40
Lembah Gumanti		602, 50

Sumber: Lembah Gumanti dalam Angka 2021

- b. Jumlah penduduk di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok
- Jumlah penduduk di Kecamatan Lembah Gumanti 61.276 jiwa dari masing-masing Nagari yaitu:

Tabel 4. 3
Jumlah Penduduk Menurut Nagari di Kecamatan Lembah Gumanti, 2020

No	Nagari	Jumlah Penduduk
1	Alahan Panjang	20. 503
2	Sungai Nanam	21.487
3	Salimpat	8.243
4	Air Dingin	11.043
Jumlah		61.276 jiwa

Sumber: Lembah Gumanti dalam Angka 2021

Penduduk yang jumlahnya 61.276 jiwa, dimana nagari yang mempunyai penduduk terbesar yaitunya Nagari Sungai Nanam 21.487 jiwa.

c. Keadaan ekonomi masyarakat di Kecamatan Lembah Gumanti

Kecamatan Lembah Gumanti merupakan salah satu kecamatan yang mayoritas penduduknya bekerja di bidang pertanian penduduk disana menjadikan pertanian sebagai usaha turun temurun keluarga karena suhu udara yang dingin menjadi pendukung terbesar untuk masyarakat bertani. Kecamatan Lembah Gumanti juga disebut dengan sentral pertanian holtikultural seperti sayur-sayuran dan buah-buahan.

Besarnya potensi yang dimiliki wilayah Kecamatan Lembah Gumanti terutama tanahnya yang subur yang bisa ditanami berbagai sayuran seperti tomat, bawang merah, cabe merah, dan berbagai tanaman hokltikultural lainya oleh petani sayur.

Masyararakat yang bekerja sebagai seorang petani memiliki penghasilan yang cukup untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, banyaknya masyarakat yang bekerja sebagai seorang petani dan tidak memiliki pekerjaan tetap lainnya. berikut jumlah petani sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok.

Tabel 4. 4
Jumlah Petani Sayur di Kecamatan Lembah Gumanti
Kabupaten Solok

No.	Nagari	Total jumlah petani sayur
1.	Air Dingin	114
2.	Alahan Panjang	428
3.	Salimpek	335
4.	Sungai Nanam	829
Jumlah		2.006

Sumber: BPP kecamatan Lembah Gumanti

Dari semua jumlah petani di Kecamatan Lembah Gumanti
Kabupaten penulis mengambil Informan

Tabel 4. 5
Jumlah Informan Penelitian

Jumlah petanian	Jumlah Informan Penelitian
2.006	13 orang informan

B. Temuan Penelitian

1. Faktor-faktor terjadinya fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

Harga sayur yang sering mengalami fluktuasi menjadi kendala yang dialami petani sayur, dengan adanya kondisi tersebut petani mengeluhkan harga sayuran yang mereka tanam dijual dengan harga yang tidak menentu karena fluktuasi harga sayur yang terjadi, sedangkan biaya produksi yang tinggi membuat petani mengeluh karena jika harga rendah untuk mengolah kembali lahan pertanian memerlukan biaya yang cukup besar setelah pasca panen.

Adapun yang menjadi faktor-faktor terjadinya fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti menurut hasil observasi dan wawancara yang telah peneliti lakukan dengan para petani sayur. Seperti yang disampaikan oleh bapak Watrisman yang merupakan petani sayur mengatakan:

“Kendala cuaca yang tidak pasti seperti berkabut, hujan terus menerus dan panas yang lama sehingga berpengaruh pada kualitas sayuran yang ditanam”.

Hal ini juga di sampaikan oleh bapak Zulkanedi sebagai petani sayur mengatakan:

“Kualitas sayuran yang ditanam menjadi penentu harga yang akan di bayarkan oleh pengumpul. Jika harga bagus meskipun kualitas bawang merah tidak terlalu besar maka pendapatan bisa tinggi”.

Sementara itu, informan Zulabidin mengatakan bahwa;

“Harga bawang merah sering murah karena banyaknya bawang merah yang masuk dari luar kota seperti kota Brebes dan Jawa, kalau bawang dari luar itu masuk ke daerah kami maka harga bawang merah akan murah”.

Adanya pasokan bawang merah yang masuk dari luar kota maka akan menurunkan harga bawang merah di Kecamatan Lembah Gumanti, dengan adanya hal tersebut maka pada saat harga bawang merah mahal maka petani akan buru-buru untuk menjual hasil panennya biasanya petani menunggu selama 7 hari untuk di keringkan namu karena petani khawatir akan masuknya bawang merah dari luar kota seperti Brebes dan Jawa maka petani menjual hasil panennya lebih cepat dari biasanya, namun karena bawang merah belum waktunya untuk dijual maka harganya juga tidak sebanding dengan harga pada saat bawang tersebut sepenuhnya kering. Seperti yang disampaikan oleh informan Bapak Dasril mengatakan bahwa:

“Pada saat harga mahal saya menjual hasil panen saya lebih cepat dari biasanya karena saya khawatir kalau hasil panen saya tunda untuk menjualnya nanti harga jadi murah lagi, walaupun hasil panen yang saya jual masih belum sepenuhnya kering namun harganya juga lebih mahal, dari pada saya harus menunggu kering dan ternyata harga murah”.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Indra yang mengatakan bahwa:

“saya menjual hasil panen saya lebih cepat, daripada nanti harga murah lagi walaupun masih belum kering”.

Pada saat harga mahal maka petani akan menjual hasil panennya lebih cepat dari yang biasanya, pada saat harga murah petani akan membiarkan hasil panennya benar-benar kering. Maka dengan terjadinya hal tersebut volume pasokan menjadi meningkat maka terjadinya harga rendah karena ketidak sesuaian antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan. Seperti yang disampaikan oleh informan bapak Hendrizal mengatakan bahwa:

“ Jika jumlah panen banjir atau menumpuk di pasar maka sayuran seperti bawang merah, cabe dan tomat yang saya tanam akan murah”.

Hal yang berbeda di sampaikan oleh informan Wasnul Nasirwan mengatakan bahwa:

“Sering kali petani itu kalau harga mahal misalnya tomat mereka akan berbondong-bondong untuk menanamnya, itu juga yang membuat harga murah”.

Disatu sisi, walaupun harga murah petani harus segera menjual hasil panennya karena hasil panen tersebut tidak bisa ditunda menjualnya karena petani yang hanya menggunakan alat sederhana untuk meminimalisis terjadinya kebusukan pada hasil panen, misalnya bawang merah petani akan membiarkannya dilantai rumah dalam keadaan belum di masukkan kedalam karung hal ini dilakukan petani agar bawang merah tersebut tidak cepat tumbuh akarnya karena belum ada toke atau pengumpul yang membeli kerumah.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang penulis lakukan pendapatan yang didapatkan oleh petani dalam satu kali panen untuk bawang merah jika harga mahal kisaran 15.000.000 namun jika harga murah petani mendapatkan kisaran 4.000.000 paling tinggi tergantung

berapa luas lahan yang ditanami, namun harga bawang merah yang berfluktuasi maka pendapatan petani juga tidak menentu terlebih lagi jika harga turun tidak banyak toke yang akan mencarinya kerumah, terpaksa petani harus menjualnya kepasar daripada harus menunggu di rumah, semakin lama bawang di rumah maka dia akan ringan dan mulai tumbuh akarnya. Panen yang hanya sekali dalam 3 bulan membuat petani menjadi khawatir setiap kali panen karena takut pada saat menjual hasil panen harga murah.

2. Strategi meningkatkan pendapatan petani dalam menghadapi fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

Strategi merupakan cara atau langkah-langkah yang dilakukan oleh petani dalam menghadapi fluktuasi harga sayur.

Strategi untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga sayur yang dilakukan oleh petani sayur yaitu dengan meminimalkan biaya produksi dan bekerja sampingan untuk mendukung dalam mengelola tanaman yang di panen. Pada saat harga murah maka petani akan mengurangi biaya produksi dengan hal tersebut maka dapat meningkatkan pendapatan pada saat harga murah.

Jadi, dalam menghadapi fluktuasi harga sayur yang tidak menentu maka petani meminimalkan biaya produksi seperti yang diungkapkan oleh Informan Bapak Watrisman mengatakan bahwa:

“ biasanya saya membeli bibit, tetapi karena harga cabe murah maka saya membibit sendiri jika harga tanaman cabe saya murah supaya tidak terlalu besar untuk mengeluarkan biaya untuk mengelola cabe saya tersebut, pada saat harga cabe murah.”

Berbeda halnya dengan informan Bapak Riko Elficandra mengatakan bahwa:

“untuk meningkatkan pendapatan saya bekerja sampingan sebagai penambang batu, setidaknya dapat membantu untuk biaya tanaman yang saya tanam”.

Harga sayur yang tidak menentu sehingga pendapatan petani sayur tidak sesuai yang diharapkan sedangkan biaya produksi untuk mengelola lahan dan membeli pestisida sangat mahal dan tidak pernah turun, dengan hal tersebut maka petani mengikuti penyuluhan yang diadakan oleh PT seperti yang disampaikan oleh Informan Bapak Indra mengatakan bahwa:

“karena harga pestisida untuk pengendali hama mahal kalau saya beli di toko-toko maka saya mengikuti diskusi mengenai pengendalian serangan hama dan penyakit tanaman yang diadakan oleh PT Advansia Indotani, jika saya beli disana harga yang diberika yaitu harga promosi”.

Dengan biaya produksi yang tinggi dan harga yang tidak menentu membuat petani harus mengeluarkan tenaga ekstra untuk menjual hasil panen, jika harga di negeri murah maka petani menjualnya keliling ke daerah-daerah terpencil, seperti yang diuraikan oleh informan Bapak Wandu Gusrianto mengatakan bahwa:

“jika sayuran seperti cabe, bawang merah, dan buncis murah dibeli oleh toke di Lekok maka saya akan menjual sayuran saya keliling ke daerah-daerah yang terpencil seperti daerah Batujanjang Tigo Lurah, hal itu saya lakukan agar sayuran saya tidak terlalu murah di beli orang. kalau daerah terpencil itu untuk membeli bahan-bahan keperluan seperti sayuran itu aksesnya agak sulit jadi saya mengantarnya dan sayuran saya akan lebih mahal terjual”.

Sama dengan yang dikatakan oleh Bapak Safrianto

“jika sayur terlalalu murah saya menjualnya ke negeri Batu Bajanjang karena masyarakat disana kebanyakan menanam padi, jadi untuk memperoleh sayuran juga agak sulit, dengan hal ini saya bisa menjual sayuran saya kesana, dan lebih banyak keuntungannya”.

Strategi yang dilakukan petani ini ternyata efektif untuk meningkatkan pendapatan petani dalam menghadapi fluktuasi harga sayur dan membantu meminimalisir biaya produksi yang begitu besar. Petani yang menjual hasil panennya dengan cara mempacketkan hasil produksinya ke daerah luar kota dapat meningkatkan pendapatan petani seperti yang disampaikan oleh informan Dasril yang mengatakan bahwa:

“Dengan saya mengirimnya ke daerah Batam hasil panen saya lebih mahal terjual, dikarenakan di daerah sana tidak ada sayuran yang kita hasikan”.

Sama halnya yang dikatakan oleh informan Amrizal yang mengatakan bahwa

“saya menjual daun sup yang saya taman ke batam dengan memaketkannya, harganya juga lebih mahal terjual”.

Hal lain yang juga dilakukan oleh petani untuk meningkatkan pendapatan yaitu tidak memakai plastik mulsa seperti yang dijelaskan oleh Bapak Yuspar mengtakan bahwa:

“jika harga murah untuk menanam bawang saya tidak menggunakan palstik mulsa karna harganya yang lumayan mahal yaitu 450.000, jika tidak memakai plastik mulsa tidak banyak biaya keluar”.

C. Pembahasan

1. Faktor-faktor penyebab fluktuasi harga sayur

Merujuk dari temuan penelitian diatas diketahui bahwa faktor penyebab terjadinya fluktuasi harga sayur yaitunya menumpuknya atau banyaknya sayuran di pasar yang tidak terjual karena tidak sesuai dengan permintaan sedangkan petani terus menjual hasil panennya pada toke dengan hal ini maka jumlah pasokan menjadi tidak terkendali dan mengakibatkan kelebihan pasokan di pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Irwan yang mengatakan bahwa

fluktuasi harga sayur terjadi karena ketidak seimbangan antara kuantitas pasokan dan kuantitas permintaan yang dibutuhkan konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa fluktuasi yang relatif tinggi pada komoditas sayuran pada dasarnya terjadi akibat kegagalan petani dalam dan pedagang dalam mengatur volume pasokannya sesuai kebutuhan konsumen.

Dengan terjadinya hal diatas maka harga komoditas akan murah, dengan kata lain hal ini tidak hanya merugikan petani saja tetapi juga pedagang, bagi petani jika harga murah maka pendapatan akan menurun dan akan berimbas kepada berkurangnya biaya untuk mengolah kembali lahan pertanian setelah pasca panen, bagi pedagang dengan murahnya harga tersebut maka akan mengalami kerugian.

Dari hasil observasi yang juga penulis lakukan keterbatasan informasi mengenai harga yang juga di alami petani, dengan hal ini petani hanya bisa terus menjual hasil panennya, tanpa mengetahui dampak dari hal tersebut, petani hanya menerima informasi dari toke atau pengumpul yang pada saat itu membeli hasil panen mereka dan hanya bergantung pada toke karena ketidaktahuan informasi dan juga kurang mengetahui penggunaan teknologi yang sudah modern.

Terlebih lagi pada saat harga mahal semua lembaga yang terlibat akan menerima keuntungan yang besar, namun disaat harga murah petanilah yang pertama mengalami kerugian yang sangat besar. Pada saat ini kebijakan pemerintah untuk menanggulangi juga belum ada terutama pengendalian harga pada tingkat produsen. Sehingga petani harus mencari cara sendiri untuk meningkatkan pendapatannya, baik itu meminimalkan biaya produksi dan bekerja sampingan.

Merujuk dari temuan penelitian yang penulis lakukan salah satu faktor yang juga menjadi penyebab fluktuasi harga sayur adalah kualitas sayuran dari hasil panen petani, yang tergantung iklim dan cuaca. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Irawan yang mengatakan bahwa hasil panen hanya pada bulan-bulan tertentu dan hasilnya relatif

sama. Petani yang hanya memanen hasil panennya seperti bawang merah, dan kubis hanya satu kali selama 3 bulan dan itu tergantung dengan cuaca dan iklim pada saat cuaca baik maka hasil panen akan melimpah dan kualitasnya juga akan bagus, namun jika cuaca dan iklim buruk seperti berkabut, musim panas yang berlangsung lama sangat berpengaruh pada kualitas komoditas yang ditanam oleh petani, jika kualitas kurang baik maka harganya juga akan murah.

Hasil penelitian Widyastuti mengatakan bahwa kualitas produk dan harga menjadi variabel yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. (Widyastuti, 2018:26)

Pada temuan penelitian bahwa toke atau pengumpul pada saat harga murah sangat mempertimbangkan apakah sayuran tersebut memiliki kualitas baik untuk dibeli, pengumpul akan mengecek untuk bawang merah apakah sudah kering atau belum.

berbeda halnya pada saat harga bawang merah mahal toke atau pengumpul akan membeli bawang tersebut dengan mahal walaupun masih dalam keadaan belum sepenuhnya kering. Namun toke dan petani tidak menyadari bahwa hal tersebut dapat merugikan mereka terutama yang besar dampaknya yaitu pada petani, jika bawang merah tersebut dijual dalam keadaan belum kering maka akan cepat membusuk hal tersebut akan berdampak pada harga kedepannya, dampak tersebutlah yang membuat harga murah berlangsung cukup lama. Hal ini tidak juga berdampak pada konsumen karena jika kualitas yang tidak baik maka ketahanannya juga akan berkurang.

Kualitas hasil pertanian juga dapat dipengaruhi oleh serangan hama dan penyakit tanaman pada saat hama dan penyakit tanaman menyerang tanaman petani pada saat masih kecil maka akan berpengaruh pada kualitas hasil pertanian

Merujuk dari temuan penelitian yang juga menjadi faktor penyebab terjadinya fluktuasi harga sayur yaitu masuknya bawang merah dari luar kota seperti kota Brebes dan Jawa. Hal ini sejalan dengan

pendapat Irwan yang mengatakan bahwa salah satu penyebab fluktuasi harga sayur yaitu selera atau cita rasa masyarakat. Jika selera masyarakat menurun dari suatu komoditas maka permintaan komoditas akan menurun. Jika cita rasa atau selera masyarakat meningkat maka permintaan atas komoditas tersebut juga akan meningkat. Hal ini terjadi apabila komoditas sayur didalam negeri tidak lagi diminati oleh masyarakat maka masyarakat akan membeli komoditas sayur yang diminatinya walaupun itu dari luar kota, dengan demikian sayuran didalam negeri harganya akan murah karena minat masyarakat untuk mengonsumsi komoditas tersebut menurun, masyarakat lebih banyak meminati komoditas sayuran yang ada di luar kota, dengan hal ini maka disaat komoditas itu masuk ke dalam negeri maka harganya akan mahal.

Baik itu risiko produksi maupun risiko pendapatan usahatani bawang merah berdasarkan jumlah benih, penentuan parameter keengganan terhadap risiko menghasilkan petani bawang merah yang menolak risiko lebih banyak dari petani yang menanggung risiko dan bersikap netral terhadap risiko. (Lawalata *et al.*, 2017)

Harga yang murah pada saat masuknya bawang merah dari luar kota kedalam negeri membuat keinginan dan semangat petani jadi memudar dan tidak jarang ada yang membiarkan lahannya kosong karena hal tersebut. Petani yang tidak bisa menanggung risiko menjadikan harga yang murah menjadi alasan untuk tidak lagi mengolah lahannya,

Merujuk dari temuan penelitian yang penulis lakukan bahwa yang juga salah satu penyebab terjadinya fluktuasi harga sayur adalah kecenderungan menanam komoditas pada saat harganya mahal, hal ini sesuai dengan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan yaitu disaat harga cabe merah mahal pada saat ini para petani akan cenderung menanam cabe merah tersebut, namun pada saat harga murah pada komoditas cabe maka petani tidak bersemangat untuk

menanamnya. Pada saat menanam komoditas cabe merah tersebut petani hanya mengandalkan harapan agar hasil panen mereka tersebut terjual dengan mahal pada saat mereka menanamnya.

Dengan hal ini menurut peneliti para petani tidak mengetahui jika mereka menanam komoditas yang sama bersamaan maka volume pasokan akan meningkat dan akan terjadi penumpukan dipasar karena tidak seimbang antara volume pasokan dan permintaan konsumen. Jika terjadi kelebihan pasokan maka harga komoditas akan menurun. Sebaliknya jika pasokan sedikit maka harga akan relatif tinggi. Berdasarkan hal tersebut menurut peneliti keputusan para petani untuk menanam tanaman yang cenderung mahal pada saat itu merupakan keputusan yang tidak tepat.

Pada saat harga mahal petani juga memanen sayurannya lebih cepat dari perkiraan, hal tersebut juga mengakibatkan berat bawang merah yang petani tanam menjadi ringan.

Transmisi harga yang sering terjadi pada petani juga salah satu penyebab harga sayuran menjadi murah karena adanya monopsoni/oligopsoni dipasar sehingga harga tidak sepenuhnya diteruskan oleh pedagang kepada petani hal ini dibenarkan oleh penelitian Irawan bahwa adanya kekuatan monopsoni/oligopsoni pada pedagang sehingga mereka mempunyai kekuatan untuk mengendalikan harga beli dari petani atau dari tingkat produsen. Adanya kekuatan monopsoni ditingkat pedagang menyebabkan kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak selalu diteruskan kepada petani secara sempurna. Dalam islam hal yang di perbolehkan harga yang terjadi secara murni di pasar karena kekuatan permintaan dan penawaran.

hal ini dijelaskan dalam hadist Rasulullah, Rasulullah menolak untuk menetapkan harga yang pada saat itu tingkat harga di madinah tiba-tiba naik sepanjang kenaikan terjadi karena murni, yang tidak tidak dibarengi dengan dorongan-dorongan monopolistik dan

monopsonistik, maka tidak ada alasan untuk tidak menghargai harga pasar. Pada saat itu para sahabat berkata:

“wahai Rasulullah tentukanlah harga untuk kami!”. Beliau menjawab, Allah itu sesungguhnya adalah penentu harga, penahan, pencurah, serta pemberi rizki. Aku mengharapkan dapat menemui tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta”.

Dalam hadist tersebut dijelaskan bahwa penetapan harga diperbolehkan karna murni karena tingkat penawaran dan tingkat permintaan tidak adanya campur tangan suatu lembaga.

Fluktuasi harga sangat besar pengaruhnya terhadap pendapatan petani karena petani tidak bisa mengetahui apakah harga komoditas yang mereka panen akan mahal atau murah, petani hanya menaruh harapan pada komoditas yang mereka tanam agar terjual dengan harga mahal pada saat pasca panen.

2. Strategi peningkatan pendapatan Petani dalam menghadapi fluktuasi harga

Merujuk dari temuan penelitian bahwa strategi petani untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga adalah menanam bibit sendiri, biasanya petani membeli bibit cabe, col/cubis dan tomat, pada saat harga murah petani menanam bibit sendiri. Hal ini sejalan dengan pendapat (Seplida *et al.*, 2020) yang mengatakan bahwa strategi yang cukup signifikan yaitu memanfaatkan kondisi lahan yang sesuai untuk bertanam dan kemudahan ketersediaan kebutuhan bibit dan pupuk untuk memacu petani dalam meningkatkan produksi.

Dengan kata lain petani harus memanfaatkan keterampilan yang ada dan memanfaatkan lahan yang ada untuk meningkatkan pendapatan untuk meminimalkan biaya produksi, dengan penyediaan bibit sendiri maka petani tidak akan mengeluarkan biaya untuk pembelian bibit dan biaya tersebut dapat digunakan untuk biaya produksi lain yaitu pembelian pupuk dan pestisida.

Dengan hal ini petani tidak hanya bisa menanam bibit sendiri tetapi petani juga bisa menjualnya, hal ini dikarenakan pada saat penanaman bibit tersebut melebihi luas lahan yang akan ditanami, maka petani memanfaatkan hal tersebut untuk penyisitan dan dijual pada orang yang membeli bibit untuk penyisitan juga, dengan begitu petani tidak hanya bisa memanfaatkannya sendiri tetapi juga dapat keuntungan dari penanaman bibit tersebut.

Risiko dalam pembibitan juga harus dihadapi petani pada saat pembibitan tidak jarang bibit yang ditanam tidak semua tumbuh, jadi petani masih bisa menanam sebagian bibit yang telah tumbuh.

Namun dalam pembibitan petani tidak mengeluarkan biaya yang besar, ini dibenarkan oleh penelitian (Sa'adah *et al.*, 2015:32) Mengatakan bahwa pembibitan sendiri dapat menghemat biaya, tidak sama halnya pada saat pembelian bibit.

Dari hasil observasi dan wawancara pada petani sayur pada saat menanam bibit sendiri petani tidak perlu repot untuk menjemput bibit dengan motor untuk mereka tanam, karena petani menanamnya pada lahan mereka dan di lingkungan rumah, hal tersebut juga mempermudah petani agar pada saat penjemputan bibit tidak rusak, berbeda halnya saat bibit dibeli petani, petani harus menjemputnya ke tempat pembibitan yang jaraknya lumayan jauh dari tempat tinggal petani dan petani membawanya dengan motor tidak jarang ada bibit yang patah atau jatuh karena terkena angin.

Keputusan petani dalam pembibitan sendiri untuk mengurangi biaya produksi menurut peneliti merupakan keputusan yang tepat karena pada saat petani sendiri yang menanam bibit tersebut maka petani dapat memantau dan memperhatikan perkembangan bibitnya apakah tumbuh atau tidak. Dengan pembibitan sendiri petani lebih memahami bagaimana proses berkembangnya bibit yang mereka tanam.

Merujuk dari temuan penelitian bahwa strategi petani untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga adalah tidak memakai plastik mulsa pada tanaman cabe merah.

Dengan demikian plastik mulsa tidak berpengaruh besar untuk tanaman, namun berbeda halnya dengan tanaman kentang dalam penelitian mengatakan bahwa penggunaan mulsa plastik hitam perak (MPHP) pada usaha kentang dapat meningkatkan tinggi tanaman, jumlah umbi dan berat umbi per tanaman. Produksi yang dicapai dengan memakai mulsa PHP sebesar 27,7 ton/ha lebih tinggi di bandingkan tanpa mulsa yang mencapai 23,652 ton/ha. (Hadiyanti *et al.*, 2015:103)

Penggunaan plastik mulsa mempunyai dampak positif bagi tanaman petani seperti cabe, kentang dan tomat karena selain meningkatkan produksi namun juga dapat menjaga kegemburan tanah, dampak positif lainnya penggunaan plastik mulsa rumput liar yang tumbuh di sekitaran tanaman juga tidak akan banyak, berbeda halnya jika tidak menggunakan plastik mulsa maka rumput liars akan banyak disekitar tanaman, dengan demikian maka untuk membersihkannya petani harus menggunakan tenaga buruh hal tersebut juga akan mengeluarkan biaya. Namun petani tidak mengambil pusing hal tersebut keputusan petani yang tidak menggunakan plastik mulsa maka petani sendiri yang akan membersihkan rumput-rumput liar yang tumbuh pada tanaman tersebut walaupun petani membutuhkan waktu beberapa hari untuk membersihkannya daripada mengeluarkan biaya untuk membayar buruh tani untuk mengerjakannya. Ini juga salah satu strategi yang dilakukan oleh petani untuk mengurangi biaya produksi.

dari hasil observasi yang dilakukan peneliti penggunaan plastik mulsa memiliki manfaat yang besar bagi tanaman pada saat pemberian pupuk petani bisa perhitungan jarak pemberian pupuk dari tanaman dan misalnya satu lobang plastik mulsa dampak positif lainnya dari

penggunaan plastik mulsa setelah pasca panen petani bisa menanam kembali tanpa harus mencangkulnya kembali.

Dengan hal ini keputusan petani tidak menggunakan plastik mulsa pada tanaman yang mereka tanam menurut petani tidak tepat karena manfaat dari plastik mulsa dapat menguntungkan petani baik dalam hasil panen maupun pendapatan.

Merujuk dari temuan penelitian bahwa strategi petani untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga adalah mengikuti diskusi yang diadakan oleh Petugas Penyuluhan Lapangan (PPL) untuk mengatasi penyakit tanaman, dan juga harga pestisida promo. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Wachdijono, 2018: 811-812) mengatakan bahwa alternatif-alternatif mendapatkan dukungan yang kuat dari pihak terkait, terutama dari petani dan petugas penyuluhan lapangan (PPL) suatu alternatif harus benar-benar diinginkan dan didukung oleh sebagian besar petani dan institusi formal setempat sehingga dapat sebagai wujud solusi partisipatif bersama yang utamanya berasal dari petani sendiri.

Penyuluhan yang diadakan oleh pemerintah untuk petani merupakan salah satu jawaban bagi petani untuk menghadapi penyakit tanaman, dimana selain mendapatkan harga pestisida yang promosi juga mendapat ilmu bagaimana cara untuk mengendalikan hama tanaman agar meminimalisir terjadinya risiko kerugian misalnya gagal panen dan kualitas sayuran tidak baik. dengan demikian juga dapat mengurangi biaya produksi karena adanya PPL.

semakin rendah biaya produksi (pemupukan, pengendalian hama/penyakit tanaman penyiangan, pemangkasan dan pengembulan dan sejenisnya akan berperan terhadap peningkatan pendapatan petani.

Adanya penyuluhan pertanian maka petani bisa lebih mengetahui bagaimana mengendalikan hama tanaman. hal ini dibenarkan oleh hasil penelitian Sabrina yang mengatakan pemberdayaan petani untuk membantupara petani agar dapat menolong dirinya dari permasalahan

yang terjadi dan memuaskan peningkatan derajat hidup yang lebih baik sehingga terbentuk kemandirian petani. (Sabrina, 2021:103)

Adanya PPL (Penyuluhan Petugas Lapangan) untuk pertanian banyak masyarakat di Kecamatan Lembah Gumanti yang dapat memahami cara pengendalian hama tanaman, petani yang awalnya banyak bertanya pada sesama petani bagaimana cara pengendalian hama tanaman dengan adanya PPL (Penyuluhan Petugas Lapangan) membawa pengaruh positif bagi petani yang mengikuti penyuluhan PPL tersebut, namun tidak hanya petani yang mengikuti penyuluhan tersebut secara langsung yang mendapatkan manfaat tetapi petani yang tidak mengikuti penyuluhan juga didapat manfaat dari penyuluhan tersebut walaupun tidak secara langsung karena hanya diberi informasi oleh petani yang mengikuti penyuluhan tersebut.

Dengan adanya PPL (Penyuluhan Petugas Lapangan) memberikan dampak yang positif bagi petani karena petani dengan mandiri sudah dapat mengendalikan hama tanaman pada sayuran yang mereka tanam. Hal tersebut tentu menjadi motivasi dan peluang bagi petani untuk meningkatkan produksi.

Merujuk dari temuan penelitian bahwa strategi petani untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga adalah menjual sendiri hasil panen dengan berkeliling ke daerah-daerah terpencil.

Pada saat harga tanaman murah dengan melakukan jual keliling maka merupakan keputusan yang diambil petani untuk meningkatkan pendapatan daripada hanya menjualnya pada toke yang datang kerumah harga yang ditawarkan lebih murah, saat para petani menjual hasil panennya ke daerah yang transportasi kurang memadai maka harga yang bisa ditawarkan di jual disana juga akan lebih mahal.

dari hasil penelitian Panjaitan et.al mengatakan bahwa wilayah yang relatif infrastruktur jalannya tidak baik (terpencil) di banding wilayah lain, harga cabai cenderung lebih mahal. Harga cabai di

wilayah yang relatif sulit di jangkau (relatif terpencil) dibanding wilayah lain harganya cenderung lebih mahal dibanding harga cabe di wilayah yang mudah dijangkau. Semakin mudah wilayah di jangkau maka semakin cepat distribusinya. (Panjaitan, *et al.*, 2019:15)

berjualan keliling dilakukan oleh petani tidak hanya semata-mata untuk menjual hasil panennya tetapi juga bisa membeli kebutuhan pokok dari daerah tersebut, pada saat petani tersebut menjual ke Tigo Lurah maka petani juga bisa membeli beras dari sana.

hal tersebut dilakukan petani sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabuapten Solok untuk meningkatkan pendapatannya walaupun harus menjual bawang merah dan cabe merah ke daerah-daerah terpencil daripada memenaruhnya di rumah, hal ini dibenarkan oleh hasil penelitian (Nuraeni *et al.*, 2015:167) mengatakan bahwa penyimpanan bawang merah pada gudang menyebabkan susut bobot, tidak tahan lama dan gampang mengalami kerusakan (tumbuh akar/tunas dan busuk).

Merujuk dari temuan penelitian bahwa strategi petani untuk meningkatkan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga adalah menjualnya keluar kota dengan memaketkannya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Munandar, 2021: 6) mengatakan bahwa strategi yang dilakukan yaitu memanfaatkan sarana transportasi yang baik untuk memasarkan hasil panen keluar daerah. Dengan adanya transportasi maka untuk proses menjual hasil panen keluar daerah sangat mudah, tergantung bagaimana kita membaca peluang dan memanfaatkan transportasi yang telah ada. Memanfaatkan keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.

Dengan adanya sistem informasi pemasaran akan memudahkan petani dalam menjual hasil pertanian mereka, sehingga petani tidak perlu menjualnya ke pasar dan biaya juga tidak besar yang dikeluarkan petani, dengan adanya sistem informasi tersebut petani sayur hanya

menunggu informasi pemesanan dari pedagang dan juga petani lebih mudah untuk mendapatkan pembeli yang akan membeli hasil pertanian yang mereka tanam, dan juga untuk mensejahterakan petani.

Namun, petani yang tidak mau berurusan dengan internet karena petani masih memiliki prinsip menjual hasil panennya hendaknya secara langsung, pemanfaatan internet dikalangan petani masih rendah petani lebih memilih melakukan hubungan langsung personal dengan personal tanpa harus menggunakan media internet. Alasan petani yaitu jika bertemu langsung dengan penjual tidak akan ada penipuan dan lebih dipercaya.

Petani yang menganggap jika menggunakan internet akan lebih sulit dari pada langsung melakukan transaksi tawar menawar, petani yang tidak mengetahui bahwa penggunaan internet mempunyai dampak positif untuk pemasaran hasil pertanian petani juga dapat mendapatkan informasi seputar pertanian jika internet dimanfaatkan dengan benar. Dalam penelitian (Melati *et al.*, 2020:162) mengatakan dampak dari pemasaran digital semakin banyaknya konsumen yang mengetahui produk yang dijual serta dapat meningkatkan jumlah penjualan.

Internet seharusnya memberikan pengaruh positif bagi petani, tidak hanya dapat menjual hasil panen secara langsung tetapi juga bisa menjualnya secara tidak langsung, namun di Kecamatan Lembah Gumanti masih banyak petani yang menjual hasil panennya pada toke atau pengumpul hal ini dilakukan petani karena tidak mengetahui bagaimana cara menggunakan internet untuk menjual hasil panen mereka, mereka menggunakan internet hanya untuk berkomunikasi tanpa mengetahui banyaknya manfaat internet untuk meningkatkan penjualan petani. Dengan internet petani seharusnya dapat menjual hasil panen bawang merah yang mereka tanam dalam bentuk olahan seperti bawang merah dapat dibuat bawang goreng, namun hal tersebut

tidak dilakukan petani karena ketidaktahuan dan cara pengaplikasiannya.

Dari hasil observasi dan wawancara petani sayur, petani tidak mau menjual hasil panen melalui jaringan sosial karena takut adanya penipuan yang dilakukan oleh pembeli, dengan hal ini petani lebih menyukai menjual hasil panennya secara langsung tanpa perantara apapun.

Strategi yang juga dilakukan oleh petani yaitu dengan menjadi penambang batu dan menjadi buruh angkat batu, disela-sela waktu petani sayur menunggu hasil panennya petani bekerja sebagai penambang batu dan menjadi buruh angkat batu untuk menambah pendapatan sebelum pasca panen dan juga untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari petani.

Dari semua Strategi yang telah dilakukan petani terdapat faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pendapatan petani. Yaitu:

a. Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam usahatani sayuran yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, strategi eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar usahatani sayuran.

Dari temuan penelitian dan observasi peneliti ditemukan faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam usahatani sayuran yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, strategi eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar usahatani sayuran. Faktor internal dan eksternal tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Faktor internal

1) Faktor kekuatan

Merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan pendapatan petani di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, yaitu:

- a) Pengalaman dan keterampilan petani dalam menanam sayuran seperti, tomat, cabe, bawang merah, bawang putih, col/kubis, dan buncis
- b) Tenaga kerja yang cukup
- c) lokasi yang sesuai untuk menanam jenis sayuran
- d) kualitas sayuran

2) kelemahan

adalah salah satu faktor yang membuat pengaruh pada pendapatan petani di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok , yaitu terdiri dari:.

- a) kualitas sayur kurang baik pada saat cuaca dan iklim yang tidak mendukung
- b) serangan hama dan penyakit tanaman
- c) modal untuk biaya produksi yang mahal
- d) kurang mengetahui tentang teknologi yang canggih

b. faktor eksternal

1) Peluang

Merupakan yang bisa dimanfaatkan petani untuk meningkatkan pendapatan di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok, yaitu terdiri dari:

- a) permintaan sayuran seperti tomat, cabe, bawang merah, bawang putih, col/kubis, dan buncis yang tinggi
- b) Penguluhan yang diadakan oleh pemerintah setempat
- c) Trasfortasi yang telah memadai

2) Ancaman

Merupakan hal yang menjadi penghalang dan hambatan dalam meningkatkan pendapatan petani di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok , yaitu terdiri dari:

- a) Harga sayuran yang rendah

- b) Kurang perhatiannya pemerintah dalam mengatasi fluktuasi harga yang terjadi
- c) Terbatasnya akses pemasaran
- d) Masuknya sayuran dari luar kota
- e) Menumpuknya sayuran di pasar.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan dapat disimpulkan bahwa strategi dalam meningkatkan pendapatan petani dalam menghadapi fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok

1. Faktor penyebab fluktuasi harga sayur di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok yaitu a) Kualitas sayuran, b) masuknya sayuran dari luar daerah, c) petani menjual bawang merah pada saat belum kering sepenuhnya, d) banyaknya sayuran menumpuk di pasar, e) kecenderungan menanam komoditas yang mahal pada saat itu.
2. Strategi peningkatan pendapatan yang dilakukan petani dalam menghadapi fluktuasi harga sayur yaitu a) menanam bibit sendiri, b) mengikuti kegiatan Petugas Penyuluhan Lapangan (PPL) untuk mengatasi penyakit tanaman, c) pekerjaan sampingan yaitu dengan menambang batu, d) menjadi penjual keliling, e) tidak memakai plastik mulsa, f) menjual keluar daerah/kota.

B. Saran

Saran yang diberikan terkait strategi peningkatan pendapatan dalam menghadapi fluktuasi harga sayur yaitu:

1. Bagi petani
Mengikuti penyuluhan yang diadakan oleh pemerintah bagaimana mengendalikan hama atau penyakit tanaman, mengontrol biaya produksi, strategi yang efektif menghadapi fluktuasi harga dan memanfaatkan peluang yang ada.
2. Bagi Pemerintah
Untuk pemerintah setempat hendaknya ada bantuan bibit dan pupuk untuk petani sayur di saat terjadinya fluktuasi harga murah sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani sayur.

DAFTAR PUSTAKA

- Allison, M. 2004. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Nirlaba: Pedoman Praktis dan Buku Kerja*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Amir, M.T. 2011. *Manajemen Strategik: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Anorage, P. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ariyanto, Dedi, E. dan Nanang A I Hidayat 2019. Pengaruh Fluktuasi Harga Terhadap Pendapatan Buruh Tani Karet di Kabupaten Bungo. *Jurnal Administrasi Sosial dan Humaniora*, 3(3): 13–22.
- Asih, D.N. 2009. Analisis Karakteristik dan Tingkat Pendapatan Usaha Tani Bawang Merah di Sulawesi Tengah. *Jurnal Agroland*, 16(1): 53–59.
- Assauri, S. 2013. *Strategic Management: Sustainable Competitive Anvantages*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Kecamatan Lembah Gumanti dalam Angka 2020. BPS Kabupaten Solok. Kayu Aro.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kecamatan Lembah Gumanti dalam Angka 2021. BPS Kabupaten Solok. Kayu Aro.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Solok dalam Angka 2021. BPS Kabupaten Solok. Kayu Aro.
- Badan Penyuluhan Pertanian. 2021. Badan Penuluhan Pertanian Kecamatan Lembah Gumanti.
- Badrianto, Y. 2021. *Manajemen Strategi (Membangun Keunggulan Konpetitif)*. Media Sains Indonesia.
- Edi, F.R.S. 2016. *Teori Wawancara Psikodisgnostik*. Yogyakarta: Leutikaprio.
- Fatimah, F.N.D. 2020. *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Firmansyah, I.A. dan Ebban, B.K. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Bawang Merah di Desa Ngepoh Kecamatan Dringu Kabupaten Probolinggo. (November): 100–107.
- Frida, C.V.O. 2020. *Manajemen Strategi*. Garudhawaca.

- Hadiyanti, D., Suparwoto, S. dan Johanes, A. 2015. Penggunaan Mulsa Plastik pada Usahatani Kentang di kota Pagar Alam Sumatera Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Pengembangan Teknologi Pertanian*.
- Hasiholan, L.B., Amboningtyas, D. dan Akhlis, P.P. 2021. *Peranan Analisis Swot dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Franchise Panganan Ringan di Kota Semarang*. Media Sains Indonesia.
- Huka, H., Ruoja, C. dan Mchopa, A. 2014. Price Fluctuation of Agricultural Products and its Impact on Small Scale Farmers Development : Case Analysis from Kilimanjaro Tanzania. *European Journal of Business and Management* www.iiste.org, 1905: 155–161.
- Irawan, B. 2007. Fluktuasi Harga Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 5(4): 364.
- Lawalata, M., Dwidjono, H. dan Slamet, H. 2017. Risiko Usahatani Bawang Merah diKabupaten Bantul. *jurnal Agrebisnis Sumatera Utara*, 10(1): 56–73.
- Layoo, N. dan Deni Triana, S. 2018. Fluktuasi Harga Komoditi Cabai Rawit (*Capsicum frutescens*) di Kecamatan Bualemo Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah. *Jurnal Agrabiz*, 1(1): 50–65.
- Lumingkewas, V.A. 2013. Pengakuan Pendapatan dan Beban Atas Laporan Keuangan Pada PT Bank Sulut. *Jurnal EMBA*, 1(3): 199–206.
- Mahubessy, M., August, E.P. dan Izaac, T.M. 2020. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Sayur diDesa Waiheru Kecamatan Teluk Ambon Baguala. *Jurnal Argribisnis Kepulauan*, 8(1): 26–39.
- Melati, I.S., Margunani, Saringatun, M. dan Lola, K.P. 2020. Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan. *Jurnal Panrita Abdi*, 4(2): 155–163.
- Munandar, I.A. 2021. Strategi Peningkatan Petani Cabai Merah (*Capsicum annum* L) pada Masa Pandemi Covid-19 di Kelurahan Terjun Kecamatan Medan Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian (JIMTANI)*, 1(4): 1–9.
- Nuraeni, D., Ratya, A. dan Syafrial 2015. Analisis Variasi Harga dan Integrasi Pasar Bawang Merah di Jawa Barat. *Jurnal Habitat*, 26(3): 163–172.
- Nuryanti dan Aleksander, Y. 2017. Fluktuasi Harga Kelapa Terhadap Pendapatan Masyarakat Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan*

Bisnis, 14(2): 204–217.

- Palar, N., Pangemanan, P.A. dan Tangkere, E.G. 2016. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit di Kota Manado. *Agri-sosioekonomi*, 12: 105–120.
- Panjaitan, Dian Verawatanti, Tanti, N., Muhammad, F. dan Sri, R.W.N.H. 2019. Analisis Disparitas Harga dan Korelasi Terhadap dana Desa: Studi Kasus Bawang Merah dan Cabai Merah. *Jurnal Ekonomidan Kebijakan Pembangunan*, 8(1): 1–19.
- Paryanti, R. 2015. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada Hotel Resty Menara Pekanbaru). *JOM FISIP*, 2(2): 2–13.
- Praswati, A.N. dan Aji, B.D. 2017. Identification of Distribution Channels to Create Sustainable Vegetable. *Indonesia Journal of Sustainability Accounting and Managemen*, 1(2): 69–67.
- Rahardja, P. 2006. *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Robbins, S.P. dan Coulter, M. 2010. *Manajemen, Edisi Kesepuluh Jilid 1*. Erlangga.
- Sa'adah, K., Sudarko dan Lenny, W. 2015. Tingkat Penerapan Pertanian Organik dan Pola Perilaku Komunitas Petani Sayur Organik di Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. *Jurnal JSEP*, 8(2): 25–39.
- Sabrina, R. 2021. Pemberdayaan Petani dalam Peningkatan Kinerja Pertanian (Suatu Kajian dalam Pendekatan Teoritis). *Journal of Agribusiness Sciences*, 4(2): 100–104.
- Salim, M.A. dan Agus, B.S. 2019. *Analisis SWOT dengan Metode Kuesioner*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.
- Salim, S. 2019. *Pengantar Manajemen Edisi Revisi*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Sayifullah dan Emalian 2018. Pengaruh Tenaga Kerja Sektor Pertanian dan Pengeluaran Pemerintah Sektor Pertanian di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(1): 66–81.
- Seplida, U., Tan, S. dan Yulmardi 2020. Strategi Peningkatan Pendapatan Petani padi di Kecamatan Gunung Tujuh Kabupaten Kerinci. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 15(2): 227.

- Septia, E. dan Samsul, A. 2020. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan pada UD Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar. *Jurnal Penelitian Pemasaran Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 5(1): 66–88.
- Sudarmanto, E. 2021. *Manajemen Strategi Kontemporer*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2006. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Suryanti, E., Lesmana, H. dan Mubarak, H. 2021. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Jurnal Perpajakan, Manajemen dan Akuntansi*, 13(1): 60–72.
- Tjipton, P. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Fandy 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wachdijono 2018. *Analisis Strategi Peningkatan Pendapatan Petani Teh Rakyat di Kecamatan Sukanagara Kabupaten Cianjur*.
- Welley, M. dan Victoria, U. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan di Sektor Pertanian di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013. *Jurnal EMBA*, 3(1): 972–983.
- Widyastuti, P. 2018. Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(1): 17–28.
- Winama, Nawangsari, E. dan Rahayu, B.S. 2019. *Manajemen Strategik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Yam, J.H. 2020. *Manajemen Strategi*. Nas Media Pustaka.
- Yunus, E. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.

LAMPIRAN

1. Dokumentasi wawancara dengan narasumber



Wawancara dengan bapak Watrisman (Petani Sayur)



wawancara dengan bapak Indra (Petani sayur)



Wawancara dengan Bapak Hendrzal (Petani Sayur)



Wawancara dengan Bapak Amrizal (Petani Sayur)



Wawancara dengan Bapak Safrianto



Wawancara dengan bapak wandi

2. Dokumentasi pembelian pupuk oleh petani

TOKO BINTANG MANDIRI MENJUAL ALAT-ALAT PERTANIAN PUPUK, PESTISIDA, BINTI, DLL Jl. Sukirno Gading Harau Puncak 1 and Rantau Panjang - Sukirno HP 0812 5632 0646			
NOTA NO		201	
Tgl.		Rantau YEL	
No	Banyak	NAMA BARANG	Jumlah
1		Pocira	52
2		Potirur	118
3	2	amtracol	115 230
4	2	mancozeb	70 156
5	2	remispor	70 140
6		Pocira	295
7		gpx	192
8		gace	108
9		Superclit	93
10		afsa	20
11		Sagri-bat	191
12			
13			1270
14			1503
15	15	Ecto	155
16	15	mushitani	105
17	15	ss	105
18	15	cantip	113
19	20	sp 36	70
20			
21			530
22	1	sawi	28
23	2	Pithane	103 206

TOKO HARAPAN TANI EGERAN MENJUAL : PUPUK & PESTISIDA Jl. Parak Tani, Sungai Harau - Rantau Panjang HP 0852 8343 0606			
FAKTUR NO		Kumpang	
Kumpang		Sila	
NO	BANYAK	NAMA BARANG	JUMLAH
1	1	manzet	520 000
2	3	Amtracol	351 000
3	1	potirur	175 000
4	2	metich	94 000
5	4	Pocira	220 000
6	2	gpx	580 000
7	1	gace	
8	2	gace	670 000
9	2	gace	580 000
10	1	B.M. cania	70 000
11	1	cadellon	210 000
12	1	Afisa	135 000
13	2	gpx	90 000
14	2	gace	136 000
15	4	ingford	220 000
16	4	gace	240 000
17	1	gpx	125 000
18	1	gace	65 000
19	2	gace	560 000
20			
PERHATIAN !! Barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan Tanda Terima			Homat kami,

**TOKO
HARAPAN TANI**

ECERAN
MENJUAL : PUPUK & PESTISIDA
Jl. Perak Tutu, Sungai Manan - Alahan Panjang
HP 0813 6343 6666

FAKTUR NO.

20

Kepada Yth.

NO	BANYAK	NAMA BARANG	HARGA @	JUMLAH
1	20	mesapah	1280	000
2	5	Amfexal	585	000
3	5	pancorah	475	000
4	10	pancorah	550	000
5	10	mesapah	1170	000
6	5	Amfexal	500	000
7	2	calapah	420	000
8	5	Agripah	435	000
9	2	Amfexal	520	000
10	5	mesapah	500	000
11	4	Tilacah	400	000
12	5	mesapah	185	000
13	18	Tilacah	95	000
14	1	mesapah	57	000
15			7668	000
16				
17			11921	000
18				
19			19589	000
20			1260	000

PERHATIAN !!
Barang-barang yang sudah dijual
tidak dapat dikembalikan

Tanda Terima

Sisa. 6989