

**POTENSI DAN KENDALA YANG DIHADAPI PETANI MANGGA DALAM  
MENGAKSES LEMBAGA PEMASARAN  
(STUDI KASUS DI KECAMATAN GREGED KABUPATEN CIREBON)**

**Elly Rasmikayati<sup>1,2</sup>, Mentari Nur Azizah<sup>1</sup>, Bobby Rachmat Saefudin<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

<sup>2</sup>Pusat Riset Pangan Berkelanjutan DRPM UNPAD

Email: [e.rasmikayati@unpad.ac.id](mailto:e.rasmikayati@unpad.ac.id); [elly.agri@yahoo.co.id](mailto:elly.agri@yahoo.co.id)

**ABSTRAK**

Kabupaten Cirebon memiliki potensi besar dalam mengembangkan dan meningkatkan produksi mangganya namun trennya berfluktuatif dari tahun ke tahun. Salah satu penyebabnya adalah masalah sulitnya petani mengakses lembaga pemasaran mangga yang lebih bersaing dalam harga jual mangganya seperti pasar induk, pasar modern atau pasar ekspor. Kecamatan Greged yang merupakan pemekaran dari Kecamatan Beber dan Kecamatan Astanajapura merupakan kecamatan yang paling berpotensi dalam pengembangan agribisnis mangga. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi dan kendala petani dalam mengakses lembaga pemasaran di Kecamatan Greged. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan alat analisis data yaitu analisis statistika deskriptif dan analisis *cross tabulation*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi petani manga di Kec. Greged dalam mengakses lembaga pemasaran diantaranya mudahnya akses mendapatkan Informasi Pemasaran, system pembayaran tunai, pengetahuan mengenai informasi harga jual manga di pasar, kendali penentuan harga yang sudah banyak ditentukan oleh pihak petani dari pada pembeli, kemudahan syarat mengakses pasar dan sudah tersedianya sarana transportasi. Sedangkan kendala yang dihadapi petani mangga dalam mengakses lembaga pemasaran diantaranya cara penjual manga yang masih banyak dilakukan petani melalui perantara dan pembeli mangga yang sebagian besar masih ke pedagang pengepul atau bandar. Lebih lanjut, kebijakan revitalisasi kelembagaan mangga terutama lembaga kelompok tani harus dilakukan agar lembaga ini lebih berperan dalam memasarkan hasil mangga dari para petani. Selain itu petani harus lebih didorong untuk mampu menjual hasil panennya ke pasar secara langsung baik pasar tradisional, pasar induk, pasar modern maupun pasar ekspor.

Kata Kunci: Akses Petani, Lembaga Pemasaran, Petani Mangga, Kelompok Tani.

## PENDAHULUAN

Mangga (*Mangifera indica* L) merupakan salah satu komoditas unggulan hortikultura di Indonesia. Sampai tahun 2016, buah mangga menempati posisi ke-4 produksi buah-buahan terbanyak di Indonesia, yaitu mencapai 1,8 juta ton (BPS, 2017). Dalam segi produksi dan luas lahan mangga, Provinsi Jawa Barat berada di peringkat ketiga setelah Provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah yaitu dengan produksi sebesar 260.106 ton dan luas panen 19.184 Ha pada tahun 2016 (Jawa Barat dalam Angka, 2016).

Kabupaten Cirebon memiliki potensi besar dalam mengembangkan dan meningkatkan produksi mangganya walaupun trennya berfluktuatif dari tahun ke tahun. Menurut data BPS, Kabupaten Cirebon mampu memproduksi mangga sebesar 62.053 ton di tahun 2012, tetapi terjadi penurunan yang cukup drastis pada tahun 2013 yaitu menjadi 30.948 ton. Tahun 2014, produksi mangga kembali mengalami kenaikan menjadi 51.660 ton, tetapi kembali turun hingga pada tahun 2016 jumlah produksi mangga di Kabupaten Cirebon sebesar 31.086 ton.

Penurunan produksi mangga dapat terjadi karena beberapa faktor, diantaranya iklim atau cuaca yang tidak menentu, serangan hama dan penyakit, hingga penerapan budidaya mangga belum sesuai dengan GAP (*Good Agriculture Practice*) karena terbatasnya modal petani sehingga input produksi hanya disesuaikan dengan jumlah modal yang dimiliki petani (Hartanti, 2010). Faktor lain yang menyebabkan rendahnya produksi mangga diduga adanya kesalahan perilaku petani dalam melakukan budidaya mangga yang belum sesuai dengan anjuran.

Permasalahan lain yang masih melekat pada petani dan kelembagaan petani mangga adalah masih minimnya pengetahuan dan wawasan petani terhadap masalah manajemen produksi dan jaringan pemasaran, belum terlibatnya secara utuh petani dalam kegiatan agribisnis, dan peran dan fungsi kelembagaan sebagai wadah organisasi petani belum berjalan secara efektif (Dimiyanti, 2017). Kondisi tersebut yang

menjadi salah satu faktor petani belum dapat menjangkau lembaga pemasaran yang lebih luas. Lemahnya akses dan berbagai faktor yang menghambat petani mengakses kelembagaan, menjadikan lembaga tersebut belum dapat membantu petani secara optimal. Peran lembaga pemasaran yang semula untuk membantu petani dalam memasarkan hasil produksi secara mudah dan optimal, sehingga petani mendapatkan keuntungan yang lebih besar, belum terlihat berperan signifikan.

Terkait permasalahan akses petani mangga terhadap lembaga pemasaran, hasil penelitian Irawan dan Suhartini (2015) menyebutkan bahwa akses petani mangga terhadap kelembagaan sangat berpengaruh terhadap produktivitas kerja dan hasil produksi petani. Fasilitas dan jasa dari lembaga-lembaga tersebut dapat memotivasi petani mangga dalam mengembangkan dan meningkatkan produktivitas mangga mereka, sehingga dapat memperluas pemasaran hasil produksi mangga.

Selain itu, Rasmikayati dkk. (2018) menambahkan bahwa untuk kasus di Indramayu, potensi yg dapat menjadi modal pengembangan usahatani mangga dan pemasaran mangga adalah pengalaman bertani mangga dan kemudahan pinjaman modal, terutama dari perbankan, sehingga sangat berpotensi bagi para petani untuk dapat meningkatkan meningkatkan kontinuitas produktivitas dan kualitas mangganya. Sedangkan kendala yang terjadi adalah akses pinjaman modal untuk petani kecil yang relatif masih sulit, faktor curah hujan yang tinggi, biaya pemeliharaan yang semakin mahal, dan masih terbatasnya industri pengolahan mangga.

Saat ini terdapat tiga kecamatan di Kabupaten Cirebon yang telah menerima pola insentif, yaitu Kecamatan Sedong, Kecamatan Astanajapura, dan Kecamatan Greged. Kecamatan Greged baru terbentuk pada tahun 2006 dan merupakan hasil dari pemekaran wilayah dari Kecamatan Astanajapura dan Kecamatan Beber. Tanaman buah yang paling banyak diusahakan di Kecamatan Greged adalah

buah mangga dengan jumlah 16.790 pohon dan Hasil produksi sebesar 1.403 ton (BPS Kabupaten Cirebon, 2015)

Tabel 1. Potensi Pengembangan Agribisnis Buah Mangga di Kecamatan Sentra Kabupaten Cirebon Tahun 2006

No.	Kecamatan	Luas Wilayah Potensial (Ha)	Luas Wilayah yang telah diusahakan (Ha)	Peluang Pengembangan (Ha)
1.	Sedong	2.710	2.555	165
2.	Beber	3.486	3.215	271
3.	Astanajapura	1.944	1.848	96
4.	Lemahabang	580	529	51
5.	Sumber	985	917	68
6.	Dukupuntang	551	506	45
	Jumlah	10.256	9.670	695

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Cirebon, 2006

Tahun 2006 luas wilayah potensial yang telah diusahakan di beberapa kecamatan sentra mangga di Kabupaten Cirebon seluas 9.570 Ha dari total luas lahan seluas 10.266 Ha, sehingga terdapat 696 Ha lahan yang berpotensi untuk dikembangkan. Potensi lahan yang sesuai untuk pengembangan tanaman mangga di beberapa kecamatan sentra mangga di Kabupaten Cirebon dapat dilihat pada Tabel 1. Kecamatan yang paling berpotensi untuk mengembangkan agribisnis mangga adalah Kecamatan Beber dan Kecamatan Astanajapura. Kedua kecamatan tersebut telah mengalami pemekaran wilayah menjadi Kecamatan Greged. Penelitian Rasmikayati dkk. (2018) menunjukkan bahwa perilaku agribisnis mangga di Kecamatan Greged, Kabupaten Cirebon berada pada level transisi dari pertanian subsisten ke pertanian komersil Dengan demikian, Kecamatan Greged memiliki potensi tinggi untuk mengembangkan agribisnis mangga sehingga menarik untuk melakukan kajian mengenai potensi dan kendala yang dihadapi petani mangga dalam mengakses lembaga pemasaran di Kecamatan Greged.

## METODE PENELITIAN

### Objek dan Tempat Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah potensi dan kendala yang dihadapi petani mangga dalam mengakses lembaga pemasaran. Tempat

penelitian ini berada di Kecamatan Greged, Kabupaten Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan tempat penelitian dikarenakan Kabupaten Cirebon merupakan salah satu sentra produksi mangga di Jawa Barat dan berada di peringkat ketiga setelah Kabupaten Indramayu dan Kabupaten Majalengka.

### Desain dan Teknik Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015:14) merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan kuantitatif dianggap sesuai untuk penelitian ini dengan pertimbangan desain metode kuantitatif bersifat khusus, jelas, dan rinci, serta peneliti mendeskripsikan pengamatan di lapangan tanpa menhujii hipotesis, karena peneliti tidak merumuskan hipotesis.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian survey. Penelitian survey bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang orang atau

populasi dalam jumlah besar dengan cara mewawancarai sebagian kecil dari populasi tersebut (Nasution, 2007). Metode ini juga bertujuan untuk melihat objek penelitian apa adanya, dengan melihat data yang ada dan informasi di tiap sampel tanpa memberi perlakuan khusus (Indrawan dan Yaniawati, 2014:53).

Pengambilan sampel dilakukan di Kecamatan Greged dengan pertimbangan bahwa kecamatan tersebut merupakan hasil pemekaran

wilayah dari Kecamatan Beber dan Kecamatan Astanajapura yang merupakan produsen mangga potensial di Kabupaten Cirebon. Pengambilan sampel di Kecamatan Greged dapat mewakili keadaan agribisnis di tiga kecamatan sekaligus dan memiliki varietas mangga yang lebih beragam.

### Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Konsep	Variabel	Satuan	Respon Kualitatif
Potensi dan Kendala Petani Mangga dalam Mengakses Lembaga Pemasaran	Akses mendapatkan Informasi Pemasaran	-	1. Sangat Sulit 2. Sulit 3. Sedang 4. Mudah 5. Sangat Mudah
	Cara menjual mangga	-	1. Melalui perantara 2. Langsung dijual ke pasar
	Pembeli mangga	-	1. Kelompok tani 2. Pengepul/Bandar 3. Pedagang di pasar tradisional 4. Pedagang di pasar luar daerah
	Sistem pembayaran	-	1. Jatuh tempo 2. Tunai
	Pengetahuan terhadap Informasi harga pasar	-	1. Tidak tahu 2. Tahu
	Pihak yang menentukan harga jual	-	1. Petani 2. Pembeli 3. Keputusan bersama
	Syarat Mengakses Pasar	-	1. Sangat Sulit 2. Sulit 3. Cukup Sulit 4. Mudah 5. Sangat Mudah
	Ketersediaan Transportasi	-	1. Tidak tersedia 2. Tersedia

### Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik analisis data statistik deskriptif. Statistik deskriptif merupakan metode statistika yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan objek yang diteliti melalui data

sampel atau populasi yang telah dikumpulkan menjadi sebuah informasi (Purwanto, 2012). Analisis data dilakukan melalui tahap berikut:

#### 1. Menyusun data

Kegiatan seleksi data dimaksudkan untuk memastikan kelengkapan identitas responden,

kelengkapan data dan isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian, hal ini dilakukan untuk menghindari data yang tidak valid.

## 2. Analisis data

Dalam penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen di dalamnya perlu dilakukan pengujian sebelum penyebaran kuesioner tersebut.

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan potensi dan kendala yang dihadapi petani dalam mengakses lembaga pemasaran. Sedangkan analisis *crosstab* dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis

keterkaitan antar variabel akses pemasaran petani di Kecamatan Greged.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis deskriptif dari variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu variabel akses mendapatkan informasi pemasaran, cara menjual mangga, pembeli mangga, sistem pembayaran, pengetahuan terhadap informasi harga jual mangga di pasar, pihak yang menentukan harga jual, syarat mengakses pasar dan ketersediaan transportasi disajikan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Deskripsi Variabel-Variabel Potensi dan Kendala Yang Dihadapi Petani dalam Mengakses Lembaga Pemasaran

No.	Variabel	Respon Jawaban	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Akses mendapatkan Informasi Pemasaran	1. Sangat sulit	0	0,00
		2. Sulit	3	2,31
		3. Sedang	62	47,69
		4. Mudah	62	47,69
		5. Sangat mudah	3	2,31
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
2.	Cara menjual mangga	1. Melalui perantara	114	87,69
		2. Jual langsung ke pasar	16	12,31
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
3.	Pembeli mangga	1. Kelompok tani	1	0,77
		2. Pengepul/Bandar	111	85,38
		3. Kelompok tani, Pengepul/bandar	2	1,54
		4. Pedagang di pasar tradisional	8	6,15
		5. Pedagang di pasar luar daerah	4	3,08
		6. Pedagang di pasar tradisional dan luar daerah	4	3,08
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
4.	Sistem pembayaran	1. Jatuh tempo	16	12,31
		2. Tunai	96	73,85
		3. Tunai dan jatuh tempo	18	13,85
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
5.	Pengetahuan terhadap Informasi harga jual manga di pasar	1. Tidak tahu	11	8,46
		2. Tahu	119	91,54
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
6.	Pihak yang menentukan harga jual	1. Petani	10	7,69
		2. Pembeli	76	58,46

No.	Variabel	Respon Jawaban	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
		3. Keputusan bersama	44	33,85
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
7.	Syarat Mengakses Pasar	1. Sangat sulit	1	0,77
		2. Sulit	0	0,00
		3. Sedang	0	0,00
		4. Mudah	115	88,46
		5. Sangat mudah	14	10,77
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>
8.	Ketersediaan Sarana Transportasi	1. Tidak tersedia	1	0,77
		2. Tersedia	129	99,23
		<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer (diolah, 2019)

Berdasarkan Tabel 3 teridentifikasi bahwa potensi petani manga di Kec. Greged dalam mengakses lembaga pemasaran diantaranya mudahnya akses mendapatkan Informasi Pemasaran, system pembayaran tunai, pengetahuan mengenai informasi harga jual manga di pasar, kendali penentuan harga yang sudah banyak ditentukan oleh pihak petani dari pada pembeli, kemudahan syarat mengakses pasar dan sudah tersedianya sarana transportasi.

Di sisi lain, kendala yang dihadapi petani mangga dalam mengakses lembaga pemasaran diantaranya cara penjual manga yang masih banyak dilakukan petani melalui perantara dan pembeli mangga yang sebagian besar masih ke pedagang pengepul atau Bandar sehingga masih sangat banyak petani yang belum mampu menjual hasil panen mangganya ke pasar secara langsung.

#### Potensi Petani dalam Mengakses Lembaga Pemasaran

Petani mangga di Kecamatan Greged telah memiliki pengetahuan baik dalam hal teknik budidaya dan pemasaran untuk menunjang kegiatan agribisnis mereka. Berdasarkan Tabel 3 tidak kurang dari 97% petani menyatakan kemudahannya dalam mengakses informasi pemasaran dengan jawaban mulai dari cukup mudah hingga sangat mudah.

Petani cenderung mudah mendapatkan informasi mengenai pasar yang akan mereka

tuju. Informasi pasar tersebut didapatkan petani melalui tengkulak maupun Bandar atau pedagang yang ada di Kecamatan Greged, maupun diluar Kecamatan Greged. Informasi pasar yang petani dapatkan berupa informasi perkembangan harga, kira-kira jumlah permintaan pasar terhadap produk mangga, hingga bagaimana persaingan penjualan buah mangga di pasaran. Dengan informasi tersebut, petani dapat dengan mudah mempersiapkan untuk memasarkan produk mereka. Petani juga dapat memperkirakan harga jual yang akan mereka dapatkan dan berapa keuntungan yang akan mereka peroleh. Jika permintaan sedang banyak tetapi produk sedikit, petani dapat menaikkan harga jual sedikit lebih tinggi. Begitupun sebaliknya, jika permintaan sedikit tetapi produk yang dimiliki petani sedikit, harga jual yang diterima petani bisa lebih sedikit dari biasanya.

Terkait system pembayaran dalam menjual hasil panen mangganya, berdasarkan Tabel 3 mayoritas petani sudah menerpakan system pembayaran tunai (73,85%), disusul dengan pembayaran campuran yaitu sebagian tunai dan sebagian lagi jatuh tempo (13,85%) lalu sisanya pembayaran dengan system jatuh tempo (12,31%) dengan waktu yang bervariasi antara 3 hari hingga 1 bulan. Mayoritas petani juga mengaku telah mampu mengetahui harga jual mangga di pasaran (91,54%). Kemudian kendali

penentuan harga juga sudah banyak ditentukan oleh pihak petani dari pada pembeli. Mayoritas petani (58,465) telah menjadi pihak penentu dalam menentukan harga mangga, lalu 33,85% petani menentukan harga mangga berdasarkan kesepakatan dengan pembeli dan sisanya sebanyak 7,69% harga mangga ditentukan oleh pihak pembeli.

Persyaratan yang diberikan lembaga pemasaran kepada petani sama sekali bukan menjadi masalah bagi petani. Tidak kurang dari 98% petani menyatakan bahwa syarat tersebut mudah dan sangat mudah untuk dipenuhi oleh petani. Syarat yang biasanya diajukan adalah syarat kualitas produk mangga, syarat kuantitas produk mangga, dan syarat kontinuitas produk mangga. Lembaga pemasaran yang petani tuju mayoritas tidak memiliki syarat khusus tersebut, karena tidak adanya kontrak tertulis antara lembaga dengan petani. Dengan begitu, petani dapat dengan mudah memasarkan hasil produksi mangganya dengan mudah, tanpa harus memikirkan kualitas, kuantitas, dan kekontinuitasan produk yang harus mereka penuhi untuk lembaga pemasaran.

Kemudahan persyaratan tersebut juga menyebabkan perjanjian yang terjadi antara lembaga pemasaran dan petani juga mudah. Sama dengan persyaratan, tidak ada perjanjian khusus anatara lembaga dan petani. Hal ini terjadi karena rata-rata petani menjual ke

tengkulak atau bandar yang merupakan masih sanak saudara mereka, atau kerabat dekat mereka. Sehingga perjanjian lebih fleksibel dan tidak memberatkan petani dalam memasarkan hasil produksi mangganya.

Pendistribusian produk mangga petani dari kebun mangga ke lembaga pemasaran diperlukan kendaraan pengangkut dan kondisi jalan yang baik. Mayoritas petani mangga di Kecamatan Greged telah memiliki kendaraan pengangkut sendiri (99,23%). Jika ada petani yang tidak memiliki kendaraan pengangkut, mereka akan menyewa mobil bak yang cukup untuk membawa buah mangga dari kebun ke lembaga pemasaran yang dituju.

#### **Kendala yang Dihadapi Petani dalam Mengakses Lembaga Pemasaran**

Beberapa kendala yang dihadapi petani mangga dalam mengakses lembaga pemasaran diantaranya cara penjual manga yang masih banyak dilakukan petani melalui perantara dan pembeli mangga yang sebagian besar masih ke pedagang pengepul atau Bandar sehingga masih sangat banyak petani yang belum mampu menjual hasil panen mangganya ke pasar secara langsung.

Dengan melakukan tabulasi silang (*cross tabulation*) antara antara variabel cara penjualan mangga dan variabel pembeli mangga didapatkan rincian sebaran datanya (Tabel 4)

Tabel 4. Tabulasi Silang antara Cara Menjual Mangga dengan Pembeli Mangga

<b>Cara Penjualan Mangga</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>	<b>Pembeli Mangga</b>	<b>Frekuensi (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1. Melalui perantara	114	87,69	1. Kelompok tani	1	0,77
			2. Pengepul/bandar	111	85,38
			3. Kelompok tani, Pengepul/bandar	2	1,54
2. Jual langsung ke pasar	16	12,31	1. Pedagang di pasar tradisional	8	6,15
			2. Pedagang di pasar luar daerah	4	3,08
			3. Pedagang di pasar tradisional dan luar daerah	4	3,08
<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>	<b>Jumlah</b>	<b>130</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Data Primer (diolah, 2019)

Berdasarkan Tabel 4 teridentifikasi bahwa baru sebagian kecil petani saja (12,31%) yang sudah mampu mengakses pasar mangga secara langsung. Mereka menjual mangganya ke pasar tradisional, maupun pasar di luar daerah secara langsung.

Sementara itu, petani mangga kebanyakan menjual mangganya melalui perantara (87,69%). Mereka ini sebagian besar menjual mangganya ke pengepul atau Bandar di sekitar daerahnya dan hanya 0,77% yang melalui kelompok tani. Hal ini harus menjadi perhatian kita semua mengingat lembaga kelompok tani ini seharusnya lebih berperan dalam pemasaran mangga karena menurut hasil penelitian Rasmikayati dan Saefudin (2018) bahwa faktor kelembagaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan dalam meningkatkan agribisnis mangga. Dengan demikian, kebijakan revitalisasi kelembagaan mangga terutama lembaga kelompok tani harus dilakukan agar lembaga ini lebih berperan dalam memasarkan hasil mangga para petani.

## KESIMPULAN

Potensi dalam mengakses lembaga pemasaran adalah mudahnya akses mendapatkan Informasi Pemasaran, system pembayaran tunai, pengetahuan mengenai informasi harga jual manga di pasar, kendali penentuan harga yang sudah banyak ditentukan oleh pihak petani dari pada pembeli, kemudahan syarat mengakses pasar dan sudah tersedianya sarana transportasi. Sedangkan, kendala yang dihadapi petani mangga dalam mengakses lembaga pemasaran diantaranya cara penjual manga yang masih banyak dilakukan petani melalui perantara dan pembeli mangga yang sebagian besar masih ke pedagang pengepul atau Bandar sehingga masih sangat banyak petani yang belum mampu menjual hasil panen mangganya ke pasar secara langsung.

Dalam mengoptimalkan pemasaran buah mangga, perlu adanya kebijakan revitalisasi kelembagaan mangga terutama lembaga kelompok tani harus dilakukan agar lembaga

ini lebih berperan dalam memasarkan hasil mangga para petani. Selain itu petani harus lebih didorong untuk mampu menjual hasil panennya ke pasar secara langsung baik pasar tradisional, pasar induk, pasar modern maupun pasar ekspor.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kabupaten Cirebon. *Kabupaten Cirebon dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon.
- BPS Provinsi Jawa Barat 2016. *Jawa Barat dalam Angka 2016*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.
- BPS Provinsi Jawa Barat 2017. *Jawa Barat dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat.
- Dimiyati (2017). *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dinas Pertanian Kabupaten Cirebon. 2006. *Potensi Pengembangan Agribisnis Buah Mangga di Kecamatan Sentra Kabupaten Cirebon*.
- Hartanti, Dewi Sri. 2010. *Implikasi Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) Terhadap Pendapatan Petani Mangga Gedong Gincu di Kecamatan Sedong, Kabupaten Cirebon Jawa Barat*. Skripsi diterbitkan. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Indrawan, R. & Yaniawati R.P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung: Penerbit PT Refika Aditama.
- Irawan, B., & Suhartini, S. H. (2015). *Kelembagaan Agribisnis pada Berbagai Tipe Desa*. <https://media.neliti.com/media/publications/739-ID-kelembagaan-agribisnis-pada-berbagai-tipe-desa.pdf>
- Nasution.2007. *Perilaku Merokok pada Remaja*. Program Studi Psikologi. Fakultas Kedokteran Universitas Sumatra Utara : Medan.
- Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mampu*



- Mendorong Petani Mangga untuk Meningkatkan Perilaku Agribisnisnya pada Era Globalisasi. *Paradigma Agribisnis*, 1(1).  
<http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/JPA/article/view/1491>
- Rasmikayati, E., Sulistyowati, L., Karyani, T., & Saefudin, B. R. (2018). Dinamika Perilaku Agribisnis Petani Mangga Di Kecamatan Greged Kabupaten Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, 1(1).  
<http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/JPA/article/view/1491>
- Rasmikayati, E., Wibawa, G., Andriani, R., Fatimah, S., dan Saefudin, B.R. (2018). Kajian Potensi dan Kendala dalam Proses Usahatani dan Pemasaran Mangga Di Kabupaten Indramayu. *Sosiohumaniora*, 20(3), 215-221.  
<http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/15859>
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.