

## **Analisis Manajemen Usaha Tani dan Akses Pasar terhadap Peningkatan Pendapatan Pengepul: Studi pada PT Brutu**

**Muliani Syapitri , Siti Maharani, Yeni Inayah, Abdul Rauf Margana, Sahrul**

**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

**[Mulianisyafitri75@gmail.com](mailto:Mulianisyafitri75@gmail.com) , [Sisitimaharani26@gmail.com](mailto:Sisitimaharani26@gmail.com) ,  
[Yenisembiring30@gmail.com](mailto:Yenisembiring30@gmail.com) , [rauf.margana2004@gmail.com](mailto:rauf.margana2004@gmail.com) , [sahrul@uinsu.ac.id](mailto:sahrul@uinsu.ac.id)**

### **ABSTRAK**

Pengepul merupakan salah satu aktor kunci dalam rantai pasok agribisnis yang berperan sebagai penghubung antara petani dan pasar. Pendapatan pengepul sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola usaha tani serta mengakses pasar secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen usaha tani dan akses pasar terhadap peningkatan pendapatan pengepul pada PT Brutu. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Informan dipilih secara purposif, meliputi pengepul, petani mitra, dan pihak perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pengumpulan dan pemasaran hasil pertanian. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan telaah dokumen, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen usaha tani yang dijalankan secara sistematis, seperti perencanaan pengumpulan, pengelolaan mutu pascapanen, pencatatan biaya dan penerimaan, serta pengaturan logistik, berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi operasional dan stabilitas pasokan. Selain itu, akses pasar yang luas dan terstruktur memperkuat posisi tawar pengepul dan meningkatkan peluang memperoleh harga jual yang lebih stabil. Penelitian ini menyimpulkan bahwa sinergi antara manajemen usaha tani dan akses pasar merupakan faktor kunci dalam meningkatkan pendapatan pengepul serta mendukung keberlanjutan usaha agribisnis.

**Kata kunci:** manajemen usaha tani, akses pasar, pendapatan pengepul, agribisnis

### **A. PENDAHULUAN**

Pertanian masih menjadi fondasi penting bagi perekonomian Indonesia, khususnya bagi masyarakat pedesaan yang menjadikan hasil tani sebagai sumber utama kehidupan. Di balik aktivitas produksi para petani, terdapat peran pengepul yang kerap tidak terlihat tetapi sangat menentukan. Pengepul menjadi jembatan antara petani dan pasar, memastikan hasil panen terserap dan dapat memberikan nilai ekonomi. Ketika proses

ini berjalan baik, pendapatan sektor pertanian dapat meningkat; sebaliknya, gangguan pada mata rantai ini dapat langsung dirasakan pelaku usaha di tingkat bawah. Karena itu, kemampuan pengepul dalam mengelola usaha dan mengatur alur bisnis pertaniannya menjadi semakin penting di tengah dinamika pasar saat ini (Riyanto & Iswarini, 2023).

Namun, kenyataannya upaya meningkatkan pendapatan pengepul tidak selalu mudah. Tantangan terbesar sering kali bukan hanya soal kuantitas produk yang dapat dikumpulkan, tetapi bagaimana mereka bisa mengakses pasar yang tepat. Akses terhadap informasi harga, jaringan pembeli, hingga peluang masuk ke pasar industri atau ritel modern sangat menentukan daya tawar pengepul. Banyak penelitian mutakhir menunjukkan bahwa ketika pengepul hanya bergantung pada pasar tradisional dan tengkulak, posisi tawar mereka cenderung lemah dan pendapatan menjadi fluktuatif karena informasi harga tidak seimbang (Riyanto & Iswarini, 2023). Kondisi inilah yang membuat akses pasar menjadi faktor krusial dalam menentukan peningkatan pendapatan.

Dalam konteks ini, kemitraan dengan perusahaan pengumpul hasil pertanian seperti PT Brutu memegang peluang strategis. Tidak hanya sebagai mitra penyerapan hasil panen, PT Brutu sebenarnya bisa berperan lebih jauh: memperkuat kapasitas pengepul melalui pendampingan manajemen usaha, menyambungkan mereka dengan jaringan pasar yang lebih luas, hingga menciptakan pola kerja sama yang memberikan kepastian harga. Beberapa penelitian dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa bentuk kemitraan yang berbasis

pemberdayaan seperti ini terbukti mampu meningkatkan stabilitas pendapatan dan kesejahteraan pelaku distribusi agribisnis (Sugiardi, 2025). Melihat konteks kebutuhan dan peluang tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis secara lebih mendalam bagaimana manajemen usaha tani dan akses pasar berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan pengepul pada PT Brutu.

Kemampuan pelaku agribisnis, termasuk pengepul, untuk mengelola usaha secara efisien menjadi faktor penting dalam menghadapi tantangan pasar, mengingat kompleksitas dinamika agribisnis modern. Kapasitas manajemen yang kuat membantu pengambilan keputusan operasional dan meningkatkan peluang negosiasi harga dan akses ke pasar yang lebih berharga. Studi menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas manajemen dan motivasi kolektif dalam kelompok usaha tani dapat membantu memperluas akses pasar, memperbaiki posisi tawar, dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha di sektor agraris (Permadi & Winarti, 2025).

Ketika petani atau pengepul dapat memasuki pasar yang lebih kompetitif dan menjual barang mereka pada harga yang lebih tinggi, mereka cenderung memperoleh lebih banyak uang daripada hanya bergantung pada pasar lokal atau perantara tradisional. Ini telah terbukti

berkontribusi besar pada peningkatan pendapatan pelaku agribisnis kecil (Tran et al., 2025).

Ketimpangan pasar agrikultur, di mana pelaku skala kecil memiliki akses terbatas ke infrastruktur distribusi, teknologi, dan informasi pasar, adalah masalah umum yang dihadapi sektor pertanian di banyak negara berkembang. Kemampuan mereka untuk menanggapi harga pasar secara cepat dan efisien dipengaruhi oleh hambatan-hambatan ini. Akibatnya, pendapatan sering menjadi sensitif terhadap perubahan permintaan dan fluktuasi harga. Oleh karena itu, salah satu langkah penting untuk meningkatkan stabilitas pendapatan pelaku agribisnis adalah meningkatkan akses pasar melalui peningkatan infrastruktur, digitalisasi pemasaran, dan pendampingan usaha tani (Lubis et al., 2025).

Selain akses pasar, manajemen usaha tani yang baik mencakup perencanaan produksi, pengawasan biaya, dan strategi pemasaran yang fleksibel. Dalam situasi seperti ini, petani dan pengepul keduanya membutuhkan keterampilan manajerial; keduanya perlu memahami logistik, keuangan, dan negosiasi untuk mendapatkan harga yang kompetitif dan mempertahankan hubungan bisnis. Kapasitas ini menjadi semakin penting di tengah perkembangan teknologi informasi, yang mulai digunakan oleh agribisnis untuk

memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan efisiensi transaksi (Muttaqin et al., 2025).

Seperti yang ditunjukkan oleh sejumlah studi yang mengamati partisipasi pasar, keterlibatan pelaku agribisnis dalam saluran pemasaran yang lebih luas cenderung mengarah pada peningkatan pendapatan dan kesejahteraan. Dibandingkan dengan saluran pemasaran konvensional, partisipasi dalam pasar bernilai tinggi—baik melalui e-commerce, kontrak ke pembeli industri, atau pasar ekspor—telah terbukti menghasilkan lebih banyak keuntungan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya strategi pemasaran dan dukungan kelembagaan yang inventif untuk memperluas pasar para pelaku agribisnis, termasuk pengepul, di daerah pedesaan (Huka et al., 2024).

## **B. LITERATUR REVIEW**

### **1. Manajemen Usaha Tani**

Manajemen usaha tani merujuk pada bagaimana pelaku usaha tani termasuk pengepul yang melakukan pembelian awal hasil pertanian mengelola sumber daya produksi seperti lahan, tenaga kerja, modal, teknologi, serta proses pascapanen untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan pada akhirnya pendapatan (Hasibuan et al., 2022). Penelitian terdahulu mengenai strategi pengembangan usaha tani padi sawah menunjukkan bahwa fungsi-fungsi



manajemen, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan koordinasi antarpelaku, berperan penting dalam meningkatkan pendapatan petani. Kajian yang lebih luas mengenai manajemen agribisnis juga menegaskan bahwa tantangan utama sektor ini di Indonesia mencakup rendahnya adopsi teknologi, kelemahan tata kelola, serta praktik manajemen yang belum optimal. Dalam konteks pengepul di PT Brutu, manajemen usaha tani mencakup bagaimana pengepul mengorganisasi proses pengumpulan hasil, mengevaluasi kualitas dan kuantitas produk, mengelola biaya serta memastikan kontinuitas pasokan, dan melakukan koordinasi dengan petani maupun kelompok tani mitra. Literatur modern menekankan bahwa manajemen usaha tani bukan hanya mengenai teknik budidaya, melainkan juga aspek ekonomis seperti pencatatan biaya, penerimaan, pengendalian biaya produksi, dan manajemen risiko. (Hasibuan et al., 2022) menegaskan bahwa peningkatan produktivitas sangat dipengaruhi oleh perencanaan tanam yang tepat, penggunaan benih unggul, pemanfaatan teknologi, serta pencatatan usaha yang baik sehingga keputusan dapat diambil berbasis data. Implikasinya, pengepul yang menerapkan prinsip manajemen serupa seperti koordinasi jadwal panen, pencatatan transaksi, dan pengelolaan mutu

pascapanen berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dan menjaga kestabilan pasokan.

## 2. Akses Pasar

Akses pasar merupakan determinan penting yang memengaruhi sejauh mana hasil produksi pertanian memperoleh harga yang adil dan stabil. Konsep ini tidak hanya mencakup ketersediaan saluran distribusi, tetapi juga meliputi akses terhadap informasi harga, jaringan pemasaran, kemampuan negosiasi, serta pemanfaatan teknologi digital untuk menjangkau pasar baru. Studi-studi empiris dalam konteks kemitraan agribisnis dan komunitas petani menunjukkan bahwa kemitraan yang efektif mampu membuka akses pasar yang lebih luas baik ke pedagang besar, pasar modern, maupun saluran ekspor serta mendorong transfer teknologi dan modal yang memperkuat posisi tawar petani maupun mitra usahanya (Ernita & Rahman, 2024). Penelitian tersebut menegaskan bahwa pola kemitraan inti-plasma yang dikelola dengan transparansi dan keseimbangan manfaat dapat meningkatkan kualitas produk sekaligus memperluas akses pasar, sehingga berdampak positif terhadap kesejahteraan petani. Sebaliknya, kemitraan yang tidak dikelola secara adil dapat menimbulkan ketimpangan manfaat dan lemahnya daya tawar. Temuan lain menyoroti peran

informasi pasar dan platform digital dalam memperpendek rantai pemasaran, meningkatkan efisiensi distribusi, serta memperbesar margin bagi pelaku yang mampu memanfaatkannya secara optimal.

Dalam perspektif agribisnis modern, akses pasar juga mencakup kemampuan pelaku termasuk pengepul untuk menjual produk ke beragam saluran distribusi, memperoleh harga yang kompetitif, serta membangun jaringan pemasaran yang kuat (Untari, 2024). Sejalan dengan itu, penelitian mutakhir menunjukkan bahwa semakin luas akses pasar yang dimiliki pelaku agribisnis, semakin besar pula peluang mereka untuk memperoleh harga yang stabil dan menguntungkan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan. Dalam konteks penelitian ini, akses pasar bagi pengepul PT. Brutu meliputi kekuatan jaringan pemasaran yang dimiliki, kemampuan menembus pasar baru, serta fleksibilitas dalam memilih atau mengombinasikan berbagai saluran pemasaran untuk memaksimalkan pendapatan.

### 3. Pendapatan Pengepul

Pendapatan pengepul merupakan hasil dari kegiatan pengumpulan, pengolahan atau penjagaan mutu, serta penjualan kembali hasil pertanian dikurangi berbagai biaya operasional seperti biaya pembelian dari

petani, penyimpanan, transportasi, dan pemasaran. Peningkatan pendapatan pengepul tidak hanya ditentukan oleh volume dan harga pembelian, tetapi juga berkaitan erat dengan efisiensi pengelolaan usaha serta kekuatan akses pasar yang dimiliki. Dalam literatur agribisnis, beberapa penelitian menegaskan bahwa peningkatan pendapatan pelaku rantai pasok sangat dipengaruhi oleh kombinasi manajemen usaha yang baik dan akses pasar yang memadai (Untari, 2024).

Meskipun kajian khusus mengenai “pendapatan pengepul” masih terbatas dalam lima tahun terakhir, penelitian terbaru seperti (Akbar et al., 2025) menunjukkan bahwa faktor-faktor pemasaran dan ketersediaan saluran distribusi memiliki peran penting dalam menentukan pendapatan usaha tani dan aktor-aktor dalam rantai pasoknya.

Dalam konteks pengepul sebagai aktor penghubung antara petani dan pasar, literatur mutakhir menunjukkan adanya dua jalur utama peningkatan pendapatan: pertama, jalur efisiensi internal melalui perbaikan manajemen operasional, seperti pencatatan pembelian, penjadwalan pengumpulan, dan manajemen pascapanen untuk mengurangi biaya dan kehilangan mutu; kedua, jalur eksternal melalui perluasan akses pasar dengan membangun jaringan pemasaran, kemitraan strategis,

dan pemanfaatan teknologi informasi untuk menembus pasar alternatif. Berbagai studi mengenai saluran pemasaran tradisional maupun modern (2024–2025) menekankan bahwa pengepul yang mampu mengadopsi praktik manajerial baru dan membangun kemitraan berbasis keadilan cenderung memperoleh margin yang lebih stabil dan bahkan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan petani mitra. Namun, literatur juga menggarisbawahi potensi ketimpangan kepentingan serta pentingnya pengaturan kontrak misalnya dalam pola inti-plasma agar manfaat dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pelaku rantai nilai.

Meskipun temuan-temuan tersebut memiliki konsistensi, terdapat celah penelitian yang relevan bagi studi ini. Sebagian besar literatur terkait strategi manajemen usaha tani masih berfokus pada tingkat petani atau kajian kebijakan, sementara kajian empiris yang secara langsung menguji pengaruh manajemen usaha tani dan akses pasar terhadap pendapatan pengepul masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi empiris penting dengan mengukur indikator manajemen usaha tani (seperti perencanaan panen, pencatatan biaya, dan praktik pascapanen), indikator akses pasar (jenis saluran, frekuensi transaksi, dan penggunaan

platform digital), serta indikator pendapatan pengepul (margin keuntungan, variasi harga jual, dan frekuensi transaksi). Berdasarkan sintesis literatur, dapat dirumuskan bahwa manajemen usaha tani dan akses pasar secara simultan berpotensi meningkatkan pendapatan pengepul, dengan kemungkinan dipengaruhi oleh variabel moderasi seperti kualitas kemitraan atau dukungan kebijakan lokal.

#### 4. Hubungan Antara Variabel

Berdasarkan tinjauan literatur, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara manajemen usaha tani, akses pasar, dan pendapatan pengepul menunjukkan pola yang konsisten. Manajemen usaha tani yang baik berperan dalam meningkatkan kualitas, kontinuitas, serta efisiensi pasokan hasil pertanian faktor yang menjadi prasyarat agar produk dapat memasuki saluran pemasaran bernilai tinggi. Di sisi lain, akses pasar yang luas dan terstruktur menentukan kemampuan pelaku untuk merealisasikan harga jual yang optimal, memperluas saluran distribusi, serta meningkatkan volume transaksi. Berbagai penelitian analitis dan survei pendapatan pertanian menegaskan bahwa kombinasi praktik manajerial (seperti adopsi teknologi, pencatatan usaha, dan manajemen pascapanen) dengan kapabilitas akses pasar (kemitraan, jaringan distribusi, dan informasi harga) berkorelasi



positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku pada berbagai level rantai nilai agribisnis. (Untari, 2024) serta sejumlah kajian regional menunjukkan bahwa penguatan keterampilan pemasaran dan institusi lokal menghasilkan peningkatan pendapatan petani secara signifikan; temuan ini juga relevan bagi pengepul yang memperoleh manfaat dari mutu produk yang lebih baik dan stabilitas pasokan.

Berdasarkan landasan teoretis tersebut, hipotesis penelitian selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Hipotesis 1: Manajemen usaha tani pengepul yang baik—meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian—akan meningkatkan efisiensi proses pengumpulan hasil tani dan pada akhirnya memperbesar margin pendapatan pengepul.
- b) Hipotesis 2: Akses pasar yang luas dan efektif akan memperluas saluran penjualan, memberikan harga yang lebih kompetitif atau stabil, sehingga berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan pengepul.
- c) Hipotesis 3: Kombinasi antara manajemen usaha tani yang baik dan akses pasar yang kuat akan saling memperkuat pengaruh

terhadap peningkatan pendapatan pengepul, sehingga menghasilkan dampak simultan yang lebih besar dibandingkan jika kedua faktor tersebut berdiri sendiri.

### C. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menelusuri secara mendalam bagaimana praktik manajemen usaha tani dan akses pasar dijalankan oleh pengepul PT. Brutu serta bagaimana kedua aspek tersebut memengaruhi pendapatan mereka. Informan penelitian ditentukan melalui teknik pemilihan bertujuan (*purposeful selection*), meliputi pengepul utama, petani pemasok, dan staf perusahaan yang terlibat dalam kegiatan pembelian maupun pemasaran komoditas. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, pengamatan langsung di lapangan, dan telaah terhadap dokumen pendukung seperti catatan usaha, data harga, serta dokumen operasional perusahaan. Data sekunder diperoleh dari literatur agribisnis lima tahun terakhir yang relevan dengan tema manajemen usaha tani, pemasaran hasil pertanian, dan pendapatan pelaku rantai pasok. Dengan pendekatan kualitatif ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika manajerial, kondisi pemasaran, serta faktor-faktor yang

membentuk pendapatan pengepul dalam konteks agribisnis modern.

#### D. PEMBAHASAN

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa manajemen usaha tani memainkan peran penting dalam kegiatan operasional pengepul di PT Brutu. Manajemen tidak hanya dilihat sebagai praktik teknis pengumpulan hasil dari petani, tetapi sebagai sistem yang mengatur alur produksi mulai dari penjadwalan panen, pengelolaan mutu, pencatatan biaya dan penerimaan, hingga pengaturan logistik distribusi. Ketika pengepul mengelola proses ini secara sistematis, kerugian pascapanen dapat ditekan, kontinuitas pasokan lebih terjamin, dan biaya operasional dapat dikendalikan secara efektif. Hasil ini memperkuat temuan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa model agregator dengan manajemen usaha tani mampu meningkatkan efisiensi distribusi, memotong panjang rantai pemasaran, dan secara langsung meningkatkan margin pendapatan pelaku middleman atau pengepul (Jahroh & Meliala, 2021). Dengan demikian, peran manajemen usaha tani tidak lagi bersifat pasif atau administratif, tetapi menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing pengepul di pasar agribisnis modern.

Dalam konteks PT Brutu, implementasi manajemen usaha tani yang baik juga

memperkuat hubungan antara pengepul dan pembeli. Setiap pengelola pasokan yang mencatat transaksi, menjaga kualitas produk, dan mengatur jadwal pengambilan hasil mampu meningkatkan kepercayaan pembeli dan mengurangi konflik harga atau penolakan barang akibat menurunnya mutu. Hal ini didukung oleh literatur agribisnis modern di Indonesia yang menegaskan bahwa struktur hulu-hilir yang terintegrasi mulai dari petani hingga konsumen akhir memberi nilai tambah yang signifikan bagi pelaku agregasi atau pengepul karena kualitas dan kontinuitas produk menjadi kunci untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pembeli. Dengan demikian, semakin baik manajemen usaha tani dijalankan, semakin besar peluang pengepul di PT Brutu untuk memperoleh pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Selain manajemen usaha tani, akses pasar juga terbukti menjadi faktor penting dalam peningkatan pendapatan pengepul. Akses pasar dalam konteks penelitian ini bukan sekadar tersedianya tempat untuk menjual hasil panen, tetapi mencakup jaringan pemasaran, kemampuan negosiasi, kemudahan memperoleh informasi harga, dan penguasaan beberapa saluran penjualan. Ketika pengepul hanya mengandalkan satu saluran pasar, seperti pasar lokal atau perantara tunggal, posisi



tawar mereka menjadi rendah dan rentan terhadap fluktuasi harga. Sebaliknya, pengepul yang memiliki akses ke pasar yang lebih luas dan beragam dapat menjual hasil ke pembeli besar, pabrik pengolahan, pasar modern, atau lembaga kemitraan yang menawarkan harga lebih stabil. Penelitian di Vietnam juga menemukan bahwa pelaku agribisnis dengan akses pasar yang lebih besar memperoleh pendapatan secara signifikan lebih tinggi dibandingkan mereka yang hanya mengandalkan pasar tradisional (Hoang, 2021). Temuan ini sangat relevan bagi kondisi pengepul PT Brutu, yang cenderung mengalami peningkatan pendapatan ketika mereka dapat menyalurkan hasil ke pasar yang menawarkan harga premium.

Meskipun demikian, akses pasar saja tidak cukup jika tidak dibarengi kemampuan menjaga kontinuitas pasokan dan kualitas produk. Hal ini sesuai dengan temuan eksperimen akses pasar di Uganda yang menunjukkan bahwa sebagian besar pembeli besar tetap menolak membeli jika mutu tidak konsisten meskipun hubungan pemasaran sudah terbentuk (Sukmawati et al., 2025). Dengan kata lain, penguatan akses pasar hanya menghasilkan dampak maksimal bila dikelola bersamaan dengan praktik manajemen usaha tani yang baik. Temuan tersebut selaras dengan dinamika yang terjadi pada pengepul PT Brutu, yang

hanya mampu mempertahankan pembeli besar ketika mutu dan volume pasokan stabil.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa peningkatan pendapatan pengepul pada PT Brutu terjadi bukan semata-mata karena manajemen usaha tani atau akses pasar, melainkan karena sinergi antara keduanya. Ketika pengepul mengelola operasional usaha tani secara sistematis sambil secara bersamaan memperluas dan memperkuat jaringan pasar, mereka mampu memperoleh harga jual yang lebih baik, menegosiasikan kontrak jangka panjang, dan menekan biaya operasional sehingga margin keuntungan meningkat. Kombinasi ini sejalan dengan literatur agribisnis yang menyatakan bahwa pengaruh simultan manajemen dan akses pasar memberikan dampak yang jauh lebih kuat terhadap pendapatan dibandingkan ketika salah satu faktor berdiri sendiri (Hoang, 2021). Dalam konteks PT Brutu, integrasi kedua faktor ini telah menjadi penentu utama bagi stabilitas dan pertumbuhan pendapatan pengepul di tengah kondisi pasar pertanian yang kompetitif dan fluktuatif. Dengan demikian, semakin baik manajemen usaha tani dijalankan, semakin besar peluang pengepul di PT Brutu untuk memperoleh pendapatan yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Namun, pembahasan ini juga tidak menutup kemungkinan adanya tantangan implementasi. Hambatan seperti keterbatasan modal, keterampilan manajemen, fasilitas penyimpanan, dan akses logistik masih menjadi kendala bagi sebagian pengepul. Selain itu, risiko eksternal seperti perubahan permintaan pasar, kebijakan harga, dan kondisi cuaca ekstrem juga dapat memengaruhi performa pendapatan. Hal ini sejalan dengan kajian kebijakan agribisnis nasional yang menegaskan bahwa keberhasilan sistem integrasi hulu-hilir sangat ditentukan oleh dukungan pelatihan, kelembagaan pasar, dan penguatan infrastruktur logistik (Sukmawati et al., 2025). Oleh karena itu, agar strategi peningkatan pendapatan pengepul dapat berkelanjutan, diperlukan dukungan kebijakan dan kelembagaan dari perusahaan maupun pemerintah daerah.

## E. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen usaha tani dan akses pasar memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan pengepul pada PT Brutu. Manajemen usaha tani yang dijalankan secara sistematis, seperti perencanaan pengumpulan, pengelolaan mutu pascapanen, pencatatan biaya dan penerimaan, serta pengaturan logistik, mampu meningkatkan efisiensi operasional dan menjaga stabilitas pasokan hasil

pertanian. Praktik manajerial yang baik juga memperkuat hubungan antara pengepul, petani mitra, dan pembeli.

Selain itu, akses pasar yang luas dan terstruktur memperkuat posisi tawar pengepul serta memberikan peluang memperoleh harga jual yang lebih stabil dan kompetitif. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa akses pasar hanya memberikan dampak optimal apabila didukung oleh kemampuan manajemen usaha tani yang baik, khususnya dalam menjaga kualitas dan kontinuitas pasokan. Dengan demikian, peningkatan pendapatan pengepul pada PT Brutu ditentukan oleh sinergi antara manajemen usaha tani yang efektif dan akses pasar yang kuat, yang secara bersama-sama mendukung keberlanjutan usaha agribisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. S. W., Sari<sup>2</sup>, A., Winarni, R., Raspati, G., & Jaya, U. A. (2025). Analisis sistem pemasaran titip jual melalui tengkulak dan keberlanjutan ekonomi petani di desa pawenang, kecamatan nagrak, kabupaten sukabumi. *MBA Journal*, 02(01).
- Ernita, A., & Rahman, D. (2024). *Pembangunan pertanian dan kemitraan agribisnis berkelanjutan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan petani*. 2(1).
- Hasibuan, A., Nasution, S. P., Yani, F. A., & Hasibuan, H. A. (2022). *Strategi Peningkatan Usaha Tani Padi Sawah*

*Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa. 1*(4), 477–490.  
<https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i4.1095>

*On-Line Papers in Economics and Informatics, 17*, 101–115.  
<https://doi.org/10.7160/aol.2025.170408>

Hoang, V. (2021). Impact of Contract Farming on Farmers ' Income in the Food Value Chain : A Theoretical Analysis and Empirical Study in Vietnam. *Journal Agriculture*, 9–11.

Riyanto, R., & Iswarini, H. (2023). STUDI MANAJEMEN USAHATANI DAN DAMPAK DIPEROLEHNYA SERTIFIKAT PRODUK PRIMA TIGA TERHADAP USAHATANI JERUK SIAM DI DESA BUDI MULYA KECAMATAN AIR KUMBANG KABUPATEN BANYUASIN STUDY. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 26–34.

Huka, H. A., Kilima, F. T., & Mchopa, A. D. (2024). Impact of high-value market participation on income, saving and assets among smallholder vegetable farmers in Arumeru District, Tanzania. *Cogent Food & Agriculture*, 10(1), 2398767.  
<https://doi.org/10.1080/23311932.2024.2398767>

Sugiardi, S. (2025). Pemanfaatan teknologi blockchain untuk rantai pasokan pertanian yang transparan dan berkelanjutan. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(2), 252–261.

Jahroh, S., & Meliala, J. S. (2021). ImPacts oF aggregator Business on Farmers' Income siti. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 18(2), 168–176.

Sukmawati, D., Kaffah, S., Marina, I., & Roswinna, I. (2025). DIGITAL TRANSFORMATION IN AGRICULTURAL PRODUCT MARKETING: A CRITICAL ANALYSIS OF STRATEGIES, CHALLENGES, AND IMPLICATIONS. *Journal Of Sustainable Agribusiness*, 04(01), 16–21.

Lubis, I. M., Rianto, J., Islam, U., Batu, L., No, J. H. M. Y., & Prapat, R. (2025). *Strategi Pemasaran Produk Hortikultura oleh Petani di Kabupaten Labuhan Batu Marketing Strategy of Horticultural Products by Farmers in Labuhanbatu Regency*. 6(2), 223–230.

Tran, D. L., Nguyen, V. C., Tran, H., Illukpitiya, P., Nguyen, M. T., & Tran, M. T. (2025). Market accessibility and its impact on the agricultural income of farmers. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 1–17.  
<https://doi.org/10.1108/JADEE-12-2024-0431>

Muttaqin, A., Chetrine, E., & Endah, L. (2025). *Exploration of Digital Transformation Through Agricultural Product Marketing Business Management Information System in Farmer Groups in Labuhan Bilik*. 4(2), 27–35.

Untari, D. W. (2024). Kecakapan Akses Pasar Petani Berbasis Komunitas di Pedesaan Kawasan Pantai Yogyakarta Resourcefulness of Community-based Farmers ' Market Access in. *Penyuluhan*, 20(02), 298–312.

Permadi, R., & Winarti, L. (2025). Enhancing Market Access for Smallholder Farmers in Indonesia: The Role of Managerial Capacity and Member Motivation in Collective Action within Farmer Groups. *Agribis*