

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara berkembang yang dikenal dengan negara agraris yang mengunggulkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan, dimana sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam meningkatkan perekonomian dan pembangunan daerah. Selain itu Indonesia juga dikenal dengan negara yang kaya akan hasil pertanian dengan kondisi tanah dan musim yang cocok untuk kegiatan pertanian. Hasil pertanian yang dihasilkan dari kegiatan pertanian belum menjadikan Indonesia terangkat ke internasional, bahkan untuk memenuhi kebutuhan pangan di negara sendiri masih jauh dari harapan (Ashari, 2006).

Peningkatan di sektor pertanian bisa dilakukan dengan melakukan pengembangan tanaman hortikultura di kawasan pertanian yang memiliki potensi tinggi. Subsektor hortikultura merupakan subsektor pertanian yang memiliki prospek untuk meningkatkan pembangunan pertanian. Hortikultura adalah aplikasi ilmu pengetahuan dan seni untuk memecahkan masalah dan mengembangkan teknologi tanaman buah, sayuran, bunga, dan tanaman hias dan tanaman biofarmaka serta sumberdaya alam yang mendukungnya agar bermanfaat sebagai sumber pangan, serat, kesehatan, keindahan, kenyamanan, dan memperkaya budaya sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik dan alam semesta tetap lestari (Roendhy dan Susila, 2013).

Tanaman cabai merupakan salah satu komoditi penting di Indonesia. Cabai merah termasuk komoditas hortikultura yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Buah cabai merah sangat disukai karena memiliki rasa pedas dan dapat meningkatkan selera makan. Cabai Merah (*Capsicum annuum L*) merupakan tanaman perdu yang memiliki rasa buah pedas yang disebabkan oleh kandungan capsaicin. Pada umumnya cabai merah mempunyai banyak kandungan gizi dan vitamin, seperti : kalori, lemak, protein, karbohidrat, kalsium, vitamin A, vitamin B1, dan vitamin C (Prayudi, 2010).

Menurut data Badan Pusat Statistik (2020), produksi cabai merah di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 produksi

cabai merah adalah 1.206.265, pada tahun 2018 sebanyak 1.206.750 dan pada tahun 2019 sebanyak 1.214.419. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020), salah satu kawasan sentra produksi cabai terbesar di Indonesia adalah propinsi Sumatera Barat. Propinsi Sumatera Barat merupakan sentra produksi cabai merah yang menduduki posisi ke empat di Indonesia, pada tahun 2019 produksi cabai merah di propinsi Sumatera Barat mencapai hampir 140 ton (Lampiran 1). Menurut data Direktorat Pengolahan dan Pemasaran Hasil Hortikultura Kementerian Pertanian, bahwa kebutuhan konsumsi cabai merah mencapai 254.670 ton per bulan dengan produksi 281.712 ton atau surplus 27.042 ton. Berdasarkan data produksi dan konsumsi diatas terlihat bahwa cabai merah sebagai salah satu komoditas yang penting dalam komoditi pertanian.

Menurut Bank Indonesia tahun 2013, cabai merah mendapat perhatian karena harganya sangat berfluktuasi dan harganya juga sering tidak stabil. Dimana lonjakan harga terjadi sekitar bulan Desember - Januari dan bulan Juni - Juli. Fluktuasi harga musiman ini terjadi hampir setiap tahun dan sangat meresahkan konsumen cabai merah. Kenaikan harga cabai terjadi karena produksi cabai bersifat musiman, faktor iklim, biaya produksi serta panjangnya saluran pemasaran. Selain itu, fluktuasi harga cabai merah yang sering terjadi, pada umumnya disebabkan karena persediaan pasokan cabai merah yang tidak merata sepanjang tahun akibatnya harga cabai akan naik drastis ketika pasokan persediaan dipasar sedikit, terutama saat mendekati hari besar nasional atau keagamaan. Sebaliknya harga komoditas cabai merah akan turun ketika pasokan dari sentra produksi meningkat di pasar.

Peran pemasaran pada komoditas cabai memberikan kontribusi penting dalam peningkatan kinerja usahatani. Pemasaran adalah aspek yang sangat penting dalam sistem agribisnis, apabila mekanisme pemasaran berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Saluran pemasaran yang tidak efisien akan terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan semakin kecil. Dengan demikian, maka perlu diadakan pengendalian efisien terhadap biaya-biaya penyaluran distribusi fisik, biaya-biaya yang ditimbulkan karena kerusakan dalam distribusi atau penyaluran dan keterlambatan penyerahan barang pada langganan (Kotler, P. 2000).

Pemasaran dikatakan efisien jika mampu menyalurkan hasil-hasil dari produsen ke konsumen akhir dengan biaya yang serendah-rendahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang seimbang dari semua harga yang dibayar oleh konsumen akhir dari semua pihak yang terlibat serta di dalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran barang itu (Martodireso dan Suryanto, 2002). Sementara tingginya biaya pemasaran disebabkan karena kurang tepatnya saluran pemasaran. Oleh karena itu, peran lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, eksportir, importir dan yang lainnya menjadi sangat penting. Biasanya pada negara berkembang, lembaga pemasaran untuk pemasaran hasil pertanian masih lemah (Soekartawi, 2003).

Proses pemasaran cabai merah membutuhkan manajemen tataniaga. Tataniaga adalah salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh para pengusaha, termasuk pengusaha tani dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk mendapatkan keuntungan, dan untuk berkembang. Berhasil atau tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya dibidang pemasaran, produksi, keuangan, dan Sumber Daya Manusia (Firdaus, 2008). Tataniaga pertanian merupakan kegiatan atau proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen sampai ke konsumen akhir atau pedagang perantara (pengumpul, pedagang besar dan pengecer) berdasarkan pada sistem tataniaga, kegunaan, dan fungsi- fungsi tataniaga (Rahim dan Hastuti, 2008).

Kelancaran tataniaga sangat tergantung pada kualitas produk yang dihasilkan oleh petani produsen dan juga upaya penyempurnaan kinerja lembaga-lembaga tataniaga dan sistem tataniaga itu sendiri sehingga pada akhirnya akan memperluas lapangan kerja dan peningkatan pendapatan serta kualitas tingkat kesejahteraan petani cabai merah yang memadai. Untuk itu perlu pengkajian kembali mengenai sistem tataniaga cabai merah yang paling efisien dilakukan, agar dapat memberikan kontribusi dan pendapatan yang proporsional bagi petani. Selain itu, dalam pemasaran cabai merah dilihat bahwa adanya perantara yang terlibat dalam aktivitas pemasaran. Perantara ini melakukan berbagai fungsi pemasaran yang akan berpengaruh kepada biaya pemasaran cabai merah.

B. Rumusan Masalah

Kabupaten Pesisir Selatan merupakan daerah yang potensial dalam pengembangan hortikultura, tanaman hortikultura yang akan dikembangkan di Kabupaten Pesisir Selatan sesuai dengan lahan dan ruang komoditi yang ada yaitu tanaman cabai merah. Kabupaten Pesisir Selatan merupakan salah satu daerah sentra produksi cabai merah terbesar di Sumatra Barat, dengan produksi cabai sebanyak 5.505,5 ton pada tahun 2020, dengan luas lahan 423 Ha (Lampiran 2). Salah satu Kecamatan yang memiliki potensi dan sumber daya yang sangat menunjang untuk melaksanakan usahatani cabai merah di Kabupaten Pesisir Selatan adalah Kecamatan Ranah Pesisir.

Kecamatan Ranah Pesisir merupakan daerah penghasil tanaman hortikultura termasuk cabai merah. Kecamatan Ranah Pesisir adalah salah satu daerah sentra produksi cabai merah terbesar di Kabupaten Pesisir Selatan, yang mana mampu memproduksi sebesar 427 ton cabai merah pada tahun 2020 dengan luas lahan 31 Ha (Lampiran 3). Berdasarkan survei pendahuluan, cabai merah yang dihasilkan di Kecamatan Ranah Pesisir dipasarkan di sekitar daerah itu sendiri, cabai tersebut paling banyak dipasarkan ke pasar Balai Selasa. Petani cabai merah di Kecamatan Ranah Pesisir tidak menjual produknya secara langsung ke konsumen akhir, tapi melalui pedagang pengumpul. Adanya keterlibatan pedagang pengumpul dan beberapa pedagang perantara lainnya akan menyebabkan harga yang diterima petani dan yang dibayar konsumen akan jauh berbeda, sehingga keuntungan yang diterima petani sangat sedikit. Hal ini terlihat dari perbedaan harga ditingkat petani dan ditingkat konsumen akhir yang cukup besar.

Berdasarkan survei pendahuluan di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan pada tanggal 26 Mei 2021, bahwa harga cabai merah pada bulan Mei ditingkat petani adalah Rp.10.000/kg dan harga ditingkat konsumen yaitu Rp.15.000/kg. Untuk melihat harga cabai merah pada 3 bulan terakhir, dilakukan kembali survei kedua pada tanggal 12 September 2021, dimana pada bulan Juni harga cabai merah ditingkat petani yaitu Rp.20.000/kg dan tingkat konsumen Rp.25.000/kg. Sedangkan pada bulan Juli, harga cabai merah ditingkat petani yaitu Rp.20.000/kg dan ditingkat konsumen Rp.25.000/kg. Dari informasi harga tersebut terlihat bahwa terdapat margin pemasaran 25-50% dalam sistem

pemasaran cabai merah di Kecamatan Ranah Pesisir. Selain itu, ada biaya pemasaran ditanggung oleh pedagang dan ada biaya pemasaran yang ditanggung oleh petani. Biaya tersebut adalah biaya kemasan (biaya karung dan tali).

Petani tidak memiliki kekuatan dalam menentukan harga cabai merah sehingga petani hanya berperan sebagai *price taker* (penerima harga), sementara jika dilihat harga ditingkat konsumen terjadi kenaikan yang cukup signifikan. Dimana pada bulan mei ke bulan juli terjadi kenaikan harga sebesar Rp.10.000/kg atau 0,5 %. Besarnya biaya pemasaran, keuntungan yang diambil serta panjang pendeknya saluran pemasaran akan mempengaruhi besarnya selisih harga ditingkat petani dengan konsumen akhir. Oleh karena itu, perlu diketahui besarnya margin tataniaga untuk setiap saluran pemasaran dan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap pelaku (lembaga) pemasaran yang terlibat serta efisiensi tataniaga cabai merah di kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan.

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah di paparkan di atas, dapat dijabarkan beberapa pertanyaan yang diangkat dalam penelitian yang akan dilakukan di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran dan fungsi-fungsi tataniaga cabai merah yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan ?
2. Bagaimana margin tataniaga dan bagian yang diterima oleh petani cabai merah di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan ?
3. Bagaimana efisiensi tataniaga cabai merah di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan ?

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tataniaga Cabai Merah (*Capsicum Annum L*) di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan”**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian yang dilakukan di Kecamatan Ranah Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan bertujuan sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan saluran dan fungsi-fungsi tataniaga cabai merah yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga yang terlibat di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan
2. Menganalisis margin tataniaga dan bagian yang diterima oleh petani cabai merah di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan
3. Menganalisis efisiensi tataniaga cabai merah di Kecamatan Ranah Pesisir Kabupaten Pesisir Selatan

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Bagi petani, memberikan gambaran mengenai saluran pemasaran cabai merah dari tingkat petani sampai ke tingkat konsumen akhir. Serta sebagai bahan pertimbangan bagi petani dalam menentukan keputusan yang terbaik untuk usahataniannya.
2. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan dalam membuat kebijakan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani cabai merah.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang tataniaga cabai merah
4. Bagi pembaca, sebagai bahan referensi terkait tataniaga produk pertanian.