

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor Pertanian memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia. Hal ini didasarkan pada kontribusi sektor pertanian yang berperan dalam pembentukan PDB (Produk Domestik Bruto), penyediaan lapangan pekerjaan bahkan mampu mengurangi jumlah orang miskin di pedesaan, penyediaan panganekaragaman menu makanan dan karenanya sektor pertanian sangat mempengaruhi konsumsi dan gizi masyarakat, sektor pertanian mampu mendukung sektor industri, baik industri hulu maupun industri hilir dan ekspor hasil pertanian yang semakin meningkat menyumbang devisa yang besar (Soekartawi,1999:3).

Hortikultura merupakan salah satu sektor pertanian yang berperan penting dalam kontribusinya untuk pendapatan nasional. Seperti yang ditunjukkan kontribusi PDB atas harga yang berlaku tahun 2010 untuk subsektor hortikultura pada tahun 2014 sebanyak 1,51% yang mana meningkat dari tahun sebelumnya yaitu 2013 yang hanya sebanyak 1,44% dengan laju pertumbuhan pada tahun 2014 sebanyak 4,19%. Peningkatan PDB tersebut tercapai karena terjadi peningkatan produksi di berbagai sentra dan kawasan, peningkatan luas area produksi dan areal panen (Direktorat Jendral Hortikultura, Kementerian Pertanian, 2015).

Subsektor hortikultura meliputi komoditas sayuran, buah, tanaman hias dan biofarmaka. Hortikultura di Indonesia memiliki prospek pengembangan yang sangat baik karena memiliki nilai ekonomi yang tinggi serta potensi pasar yang terbuka lebar, baik dalam negeri maupun luar negeri (Zulkarnain, 2009 :7-8). Tanaman Sayuran adalah kelompok tanaman hortikultura yang banyak ditanam dan dikembangkan di Indonesia. Sayuran memiliki nilai komersial yang tinggi karena sayuran merupakan produk pertanian yang dikonsumsi setiap saat. Prospek tanaman sayuran di masa depan cukup prospektif sejalan dengan meningkatnya taraf hidup dan bertambahnya jumlah penduduk.

Salah satu tanaman sayuran yang banyak dikonsumsi adalah kubis. Kubis juga merupakan salah satu sayuran yang berhasil menembus pasar ekspor. Kubis (*Brassica oleracea*) termasuk salah satu diantara 18 jenis sayuran komersial yang dihasilkan di Indonesia dan mendapat prioritas pengembangan dalam setiap Repelita. Tanaman Kubis mempunyai nilai ekonomi dan sosial cukup tinggi, karena dijadikan salah satu andalan sumber nafkah para petani dalam rangka meningkatkan pendapatan dan taraf hidup mereka, juga sebagai komoditas ekspor (Rukmana, 1994 : 12).

Kabupaten Kerinci merupakan salah satu daerah yang menjadi sentra produksi komoditas kubis di Provinsi Jambi hal ini dapat dilihat dengan luas panen, produksi dan produktivitas kubis yang berfluktuasi setiap tahunnya (lampiran 2) (Dinas Pertanian Pangan Kabupaten Kerinci, 2014). Daerah produksi kubis di Kabupaten Kerinci terdapat di Kecamatan Kayu Aro. Kecamatan Kayu Aro merupakan sentral pertanian di Kabupaten Kerinci karena keadaan Geografis dan Iklim yang sangat berpotensi untuk mengembangkan sektor Pertanian. Jumlah produksi kubis tahun 2013 di Kecamatan Kayu Aro sebesar 3.929 Ton (BPS Kabupaten Kerinci, 2015).

Kecamatan Kayu Aro adalah salah satu daerah produksi kubis terbesar di Kabupaten Kerinci. Kecamatan ini berada di dataran tinggi di sekeliling kaki Gunung Kerinci. Kondisi agroklimat daerah ini cocok untuk ditanami berbagai tanaman sayuran, seperti kubis, kentang, cabai, bawang, dan bunga kol. Kubis yang dipasarkan oleh petani-petani di daerah ini adalah kubis segar, yaitu kubis yang dikonsumsi sebagai sayuran oleh konsumen.

Kubis segar merupakan produk pertanian yang tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama, berbeda dengan kentang yang cukup tahan lama. Hal ini dikarenakan kubis segar bersifat mudah rusak (*perishable*), sehingga kubis harus segera didistribusikan ke konsumen. Proses pendistribusian kubis ke konsumen melalui proses pemasaran. Pemasaran kubis pada dasarnya merupakan institusionalisasi pelayanan untuk menjembatani berpindahnya kubis dari sisi produksi ke sisi konsumsi. Pemasaran kubis yang baik akan mengalirkan kubis dari petani ke konsumen dan memberi indikasi tentang perubahan penawaran dan permintaan kubis kepada petani.

Aspek pemasaran merupakan aspek yang penting, bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, broker, eksportir, importer atau lainnya menjadi sangat penting. Lembaga pemasaran ini, khususnya bagi negara berkembang, yang dicirikan oleh lemahnya pemasaran hasil pertanian atau lemahnya kompetisi pasar, akan menentukan mekanisme pasar (Soekartawi, 1999 : 117).

Dalam proses pemasaran, semakin efisien kerja lembaga-lembaga pemasaran, maka semakin menguntungkan bagi semua pihak. Bagi konsumen efisien dapat berakibat harga lebih murah dengan tingkat pelayanan yang sama. Sedangkan produsen dapat berakibat bertambahnya bagian keuntungan yang diterima. Bagi lembaga pemasaran efisien memberikan kemungkinan untuk menentukan biaya agar keuntungan lebih besar. Dalam kegiatan pemasaran melibatkan satu atau beberapa lembaga pemasaran sebagai penyelenggara pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir dan menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Untuk meningkatkan efisiensi pemasaran, lembaga – lembaga melakukan koordinasi melaksanakan fungsi – fungsi pemasaran (Puspitawati & Whardani, 2013 :74).

Pemasaran kubis di Kecamatan Kayu Aro tidak hanya dipasarkan pada pasar induk di Kabupaten Kerinci, tetapi juga pasar – pasar yang berada di luar Kabupaten Kerinci. Semakin jauhnya pasar yang dituju maka semakin banyaknya lembaga-pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kubis. Disamping itu kesenjangan harga juga terjadi di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen akhir pada komoditas kubis. Kesenjangan harga yang terjadi biasanya disebabkan karena petani kubis kurang mengetahui informasi pasar sehingga harga ditetapkan oleh lembaga pemasaran lainnya.

Dengan demikian, penelitian mengenai efisiensi pemasaran komoditas kubis ini penting, karena banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dapat mempengaruhi besarnya biaya pemasaran. Besarnya biaya pemasaran akan mengarah kepada semakin besarnya perbedaan harga antara petani produsen dengan konsumen.

Perlunya mengetahui saluran pemasaran yang efisien dalam pemasaran kubis sehingga dapat memberikan pembagian yang adil bagi setiap lembaga yang terkait dalam pemasaran kubis.

B. Rumusan Masalah

Salah satu produk pertanian hortikultura adalah sayuran kubis. Kabupaten Kerinci merupakan salah satu daerah yang menjadi sentra produksi komoditas kubis di Provinsi Jambi. Daerah produksi kubis terbesar di Kabupaten Kerinci yaitu Kecamatan Kayu Aro. Sebagai seorang petani kubis tentu mengharapkan keuntungan dari produk yang dihasilkannya. Untuk mendapatkan keuntungan, petani harus mampu memasarkan produknya dengan baik.

Komoditi pertanian merupakan komoditi yang mempunyai sifat khusus dalam pemasaran seperti sifat *bulky* (volume besar tetapi nilainya yang relative kecil), diproduksi musiman, selalu segar, mudah rusak (*perishable*), lokal dan spesifik (tidak dapat diproduksi di semua tempat). Maka ciri ini akan mempengaruhi mekanisme pemasaran. Oleh karena itu sering sekali terjadi harga produksi pertanian yang dipasarkan menjadi naik turun (berfluktuasi) secara tajam maka yang sering dirugikan adalah pihak petani atau produsen (Soekartawi, 1999 : 117).

Kecamatan Kayu Aro merupakan salah satu kecamatan yang menyumbang dalam produksi kubis setiap tahunnya di Kabupaten Kerinci. Daerah tujuan pemasaran kubis tidak hanya dilakukan pada pasar – pasar yang ada di Kabupaten Kerinci, tetapi juga di pasar – pasar induk daerah lain seperti Provinsi Jambi, Palembang, Lampung, Riau, Jakarta dan Sumatera Barat jika ada permintaan. Dalam hal ini dapat dilihat fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran pada komoditi kubis sehingga dapat menjangkau pasar yang jauh dari daerah produksi. Sedangkan tanaman sayuran tidak memiliki daya tahan yang lama dan mudah rusak.

Harga kubis cenderung bervariasi setiap tahunnya di Kecamatan Kayu Aro. Hal ini dikarenakan harga kubis dipengaruhi oleh permintaan pasar dan juga iklim. Pada tahun 2015 harga jual kubis berkisar Rp 500 per kilogram di tingkat

petani hingga Rp 1.200 per kilogram sedangkan harga kubis di tingkat konsumen adalah Rp 3.000 per kilogram hingga Rp 6.000 per kilogram. Naik turun harga yang terjadi mempengaruhi pendapatan petani kubis di Kecamatan Kayu Aro. Dan juga terjadi ketidakseimbangan harga yang diterima petani dengan harga di tingkat pedagang pengecer. Hal ini biasanya dapat disebabkan oleh tingginya biaya pemasaran yang digunakan dalam kegiatan pemasaran kubis hingga ke konsumen tingkat akhir.

Petani kubis di Kecamatan Kayu Aro pada umumnya memiliki lahan dengan luas rata-rata 1 sampai 2 Ha. Luas lahan yang dimiliki petani ini cukup luas jika dibandingkan lahan yang dimiliki petani pada umumnya. Pemasaran kubis di Kecamatan Kayu Aro tidak hanya dalam skala kecil yaitu lingkup kecamatan dan kabupaten saja. Namun pemasaran juga dilakukan hingga ke Sumatera barat dan juga di bagian selatan seperti Jambi, Palembang, dan Lampung bahkan Pulau Jawa. Harga kubis yang tidak stabil atau berfluktuasi dipengaruhi oleh permintaan kubis yang menurun dari pusat yaitu Jawa. Permintaan turun disebabkan karena pasokan kubis dari Jawa Barat membanjiri Pasar Induk pusat dan menyebabkan permintaan kubis ke Kecamatan Kayu Aro menurun.

Selain itu, petani menjual semua kubis hasil panennya kepada pedagang perantara yang harganya berdasarkan kesepakatan yang dilakukan oleh pedagang dan petani dengan acuan harga di pasar. Namun tetap saja pedagang lebih dominan dalam menentukan harga kubis. Kondisi ini disebabkan karena informasi harga yang dimiliki petani mengenai perkembangan harga kubis di pasar hanya diketahui dari pedagang. Petani juga tidak memiliki alternatif pemasaran kubis sehingga memposisikan petani sebagai penerima harga (*price taker*). Posisi ini membuat peran pedagang lebih tinggi dalam menentukan harga dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya tujuan pemasaran kubis di Kayu Aro tidak hanya dilakukan di sekitar daerah produksi kubis saja. Semakin jauh daerah tujuan pemasaran kubis, maka semakin banyak lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran kubis dari petani ke konsumen. Analisis sistem pemasaran

pada kubis dilakukan untuk mengetahui lembaga yang terlibat dalam pemasaran kubis dan fungsi yang dilakukan masing-masing lembaga, serta saluran pemasaran yang tercipta.

Saluran pemasaran dapat menggambarkan rentang harga yang terbentuk serta hubungan antara biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh dari masing-masing lembaga saluran pemasaran kubis di Kecamatan Kayu Aro. Besarnya biaya pemasaran akan mengarah kepada semakin besarnya perbedaan harga antara petani produsen dengan konsumen. Perlu nya diketahui saluran mana yang lebih efisien untuk petani hingga pedagang. Bagaimana permasalahan-permasalahan yang dijabarkan sebelumnya. Apakah juga mempengaruhi efisiensi pemasaran kubis di Kecamatan Kayu Aro.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem pemasaran kubis di Sentra Produksi Kubis di Kecamatan Kayu Aro, Kabupaten Kerinci?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran kubis di Sentra Produksi Kubis di Kecamatan Kayu Aro, Kabupaten Kerinci ?

Berdasarkan hal diatas, maka peneliti melakukan suatu penelitian dengan judul, **“Analisis Efisiensi Pemasaran Kubis (*Brassica oleracea*) di Sentra Produksi Kubis di Kecamatan Kayu Aro, Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi”**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi sistem pemasaran kubis di Sentra Produksi Kubis di Kecamatan Kayu Aro, Kabupaten Kerinci.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran kubis di Sentra Produksi Kubis di Kecamatan Kayu Aro, Kabupaten Kerinci.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi kepada petani dalam upaya melakukan efisiensi pemasaran kubis sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani. Bagi Pemerintah daerah, sebagai bahan masukan dalam membuat kebijakan untuk mengefisienkan pemasaran kubis.
2. Bagi penulis, sebagai bahan referensi dalam meningkatkan kemampuan penulis dalam mengidentifikasi masalah, menganalisis dan merumuskan solusi atas permasalahan yang terjadi sebagai perwujudan penerapan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.

