

## **BAB. I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, karena merupakan tumpuan hidup sebagian besar penduduk Indonesia. Lebih dari setengah angkatan kerja di negeri ini menumpukan hidup pada sektor pertanian. Oleh sebab itu pulalah sektor pertanian merupakan sektor yang terus dipacu perkembangannya. Indonesia sebagai Negara agraris harus mampu menjadikan sektor pertanian sebagai basis industri dalam rangka mengembangkan dan memajukan pembangunan nasional.

Kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan di Indonesia sangat besar. Pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha. Sektor pertanian memiliki lima subsektor, yaitu subsektor tanaman pangan dan hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan (Soekartawi, 2003). Salah satu subsektor dari sektor pertanian yang harus terus dipacu pertumbuhannya adalah sector holtikultura terutama sayur - sayuran.

Sumatera Barat merupakan salah satu daerah sentral pertanian di Indonesia. Iklim dan kondisi sebagian wilayah Sumatera Barat sangat cocok untuk dijadikan tempat pertanian. Oleh karena itu pertanian merupakan penyumbang terbesar

terhadap PDRB di Sumatera Barat (Lampiran 1). Sector hortikultura merupakan salah satu subsector yang banyak diusahakan oleh masyarakat Sumatera Barat, terutama di daerah dataran tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lahan yang dapat dimanfaatkan untuk lahan pertanian terutama sector hortikultura pada masing – masing Kabupaten di Sumatera Barat (Lampiran 2). Ketersediaan lahan pertanian tersebut juga dibarengi oleh jumlah produksi tanaman hortikultura yang juga cukup tinggi di wilayah Sumatera Barat (Lampiran 3).

Peningkatan terhadap produksi tanaman hortikultura ternyata belum searah dengan dinamika permintaan pasar dan perubahan selera konsumen. Petani sebagai produsen harus memikirkan hal menyangkut kualitas, ukuran, tampilan, dan sebagainya sesuai dengan tuntutan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa sudah seyakinya dilakukan re-orientasi kebijakan dari pendekatan peningkatan kuantitas komoditas ke arah pengembangan produk hortikultura.

Perubahan lingkungan strategis dalam perekonomian secara umum, khususnya sektor pertanian turut mempengaruhi dinamika pasar produk hortikultura. Hal tersebut bisa dilihat dari implikasi liberalisasi perdagangan dan integrasi pasar yang mendorong pertumbuhan pasar modern menjadi semakin pesat selain pasar tradisional. Tingkat penetrasi pasar telah sampai ke pelosok pedesaan dan arus lalu lintas produk hortikultura baik antar wilayah dalam negeri maupun ekspor impor menjadi semakin terbuka.

Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki peranan yang cukup penting adalah cabai (*Capsicum sp*). Tanaman ini merupakan tanaman perdu dari terong – terongan (*Solanaceae*) dan memiliki sekitar 90 genus dan sekitar 20 spesies yang

sebagian besar tumbuh di Amerika. Di Indonesia cabai merupakan sayuran penting setelah tomat, dan bahkan hampir diseluruh wilayah di Indonesia mengkonsumsi cabai dalam masakan.

Cabai dikonsumsi masyarakat tanpa memperhatikan tingkatan sosial. Umumnya masyarakat mengkonsumsi cabai sebagai bumbu masakan, atau dalam bentuk segar untuk memberikan rasa, aroma, warna maupun untuk memenuhi kebutuhan gizi. Sedangkan dalam bentuk olahan, masyarakat banyak mengkonsumsi cabai dalam bentuk saos. Cabai penting artinya bagi penyediaan gizi masyarakat sebagai salah satu komoditas sayuran penting (Setiadi, 1996). Secara umum buah cabai memiliki banyak kandungan gizi yang masing – masing jenisnya berlainan (Lampiran 4).

Selama ini hasil panen dari komoditas cabai harus melalui mata rantai perdagangan yang cukup panjang sampai ke tangan konsumen. Mata rantai tersebut dimulai dari pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kota, pedagang antar kota sampai kepada pengecer. Sehingga kemungkinan untuk terjadinya fluktuasi harga eceran cabai sangat besar. Selain itu harga cabai juga lebih banyak ditentukan oleh pedagang kota atau pedagang besar lainnya.

Penentuan harga ini ditentukan oleh pasokan dan permintaan akan cabai di pasar. Bila pasokan cabai tetap sedangkan permintaan cabai meningkat maka akan melonjak tajam, tetapi apabila jumlah pasokan membajiri pasar sedangkan permintaan tetap maka harga akan turun. Sehingga dengan begitu dapat disimpulkan harga yang terjadi / penentuan harga bukan didasarkan oleh biaya produksi yang dihadapi oleh petani, akan tetapi oleh mekanisme pasar. Hal ini menyebabkan petani

berada pada posisi yang lemah dan tidak menguntungkan karna hanya bisa menerima harga yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul.

Ketidakefisienan dalam sistem pemasaran cabai merah ini tentunya akan sangat merugikan masyarakat sebagai konsumen akhir cabai merah. Dimana sebagai salah satu bahan makanan pokok, maka masyarakat membutuhkan cabai merah tersedia setiap harinya dan dengan tingkat harga berapapun masyarakat akan tetap mengkonsumsinya. Oleh karena itu pemasaran cabai merah ini perlu untuk diatur agar tidak adanya mafia pasar yang dapat bermain dan merugikan konsumen ataupun petani produsen.

Salah satu pendekatan dalam permasalahan pemasaran adalah dengan menggunakan pendekatan *Structure–Conduct–Performance* (SCP), dimana pendekatan ini mengkaji sistem pemasaran dari sudut struktur, tingkah laku serta penampilan pasar. Dengan melakukan pendekatan SCP ini diharapkan permasalahan mengenai ketidakefisienan dalam pemasaran cabai merah dari Kabupaten Agam ke Kota Pekanbaru ini akan dapat dipecahkan. Dengan melakukan analisa terhadap struktur dan tingkah laku maka diharapkan akan diketahui keadaan pasar dan persaingan yang terjadi dalam pemasaran tersebut sehingga dapat ditentukan kebijakan yang cocok untuk penyelesaian keadaan yang terjadi dalam pasar tersebut. Dengan melakukan analisa terhadap keragaan maka dapat diketahui hubungan antara suatu pasar dengan pasar lainnya serta keuntungan yang diterima oleh pelaku pasar.

## 1.2 Perumusan Masalah

Kabupaten Agam Sumatera Barat merupakan wilayah dataran tinggi yang memiliki tingkat kesuburan tanah yang sangat baik, sehingga dikenal sebagai daerah pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu mata pencaharian pokok hampir sebagian besar dari masyarakat di daerah ini (Lampiran 5), sehingga sektor pertanian memiliki peranan penting bagi perekonomian daerah ini. Sektor pertanian merupakan sektor yang dominan dalam memberikan kontribusi dalam PDRB sektoral Kabupaten Agam (Lampiran 6). Selain itu Kabupaten Agam merupakan salah satu daerah yang memiliki peranan penting bagi pendapatan Provinsi Sumatera Barat, dimana Kabupaten Agam dalam beberapa tahun terakhir mampu menjadi penyumbang terbesar kedua setelah Kota Padang terhadap PDRB Sumatera Barat (Lampiran 7)

Komoditi utama pertanian di Kabupaten Agam adalah tanaman hortikultura. Jumlah luas panen untuk tanaman hortikultura di daerah ini selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun (Lampiran 8), hal ini juga sejalan dengan peningkatan jumlah produksi tanaman hortikultura yang mampu dihasilkan oleh Kabupaten Agam (Lampiran 9). Salah satu tanaman hortikultura yang banyak dihasilkan di Kabupaten Agam adalah cabai merah. Dari data lima tahun terakhir kecenderungan produksi cabai mengalami peningkatan dari tahun 2007 dengan produksi sebesar 31.787 ton. Pada tahun 2009 jumlah produksi cabai merah meningkat menjadi 35.777 ton, tahun 2010 menjadi 39.557 dan pada tahun 2011 jumlah produksi cabai merah ini mencapai 47.899 ton. Data di atas memperlihatkan pertumbuhan produksi cabai merah sebesar 21,09% (Deptan, 2011) (Lampiran 10)

Peningkatan jumlah produksi yang terjadi di Provinsi Sumatera Barat disebabkan adanya kebijakan pemerintah yang dicanangkan pada tahun 2010, tentang perlunya penanaman cabai di wilayah baru seperti di Kabupaten Pesisir Selatan. Hal ini tentunya akan meningkatkan jumlah luas panen cabai di Provinsi Sumatera Barat (Lampiran 11). Kebijakan ini dimaksudkan untuk memenuhi permintaan cabai dan mencegah masuknya cabai impor yang meresahkan petani. Peningkatan jumlah produksi cabai dengan pertumbuhan yang cukup tinggi ternyata tidak mengurangi intensitas fluktuasi harga di pasar konsumen. Penyebab utama berfluktuasinya harga cabai di Sumatera Barat disebabkan adanya pasokan cabai dari daerah Jawa (Solo), Curup (Bengkulu) dan Medan, sementara cabai produksi Sumatera Barat sendiri mengalir ke daerah lain seperti Riau dan Jambi.

Hampir sebagian besar dari cabai merah yang dihasilkan di Sumatera Barat dipasarkan keluar daerah Sumatera Barat. Dari survey pendahuluan yang dilakukan diketahui bahwa penyebabnya adalah kebiasaan konsumen di daerah Sumatera Barat, khususnya Kota Padang sebagai daerah konsumen utama mengkonsumsi cabai yang berasal dari daerah Jawa dan Medan. Rasa yang tidak terlalu pedas dan harga yang lebih murah dibandingkan cabe lokal merupakan factor yang menyebabkan masyarakat lebih suka mengkonsumsi cabai yang berasal dari luar daerah Sumatera Barat.

Salah satu daerah tujuan utama pemasaran cabai merah yang berasal dari daerah produksi di Sumatera Barat adalah Provinsi Riau. Dari data yang diperoleh diketahui bahwa setiap bulannya rata-rata provinsi Riau membutuhkan pasokan sekitar 60-70 ton cabai merah dari Sumatera Barat atau sekitar 50% dari cabai yang

dihasilkan dari Sumatera Barat dikirim ke provinsi Riau (Lampiran 12). Kota Pekanbaru merupakan daerah yang jumlah permintaannya cukup besar, karena sebagai ibukota dari Provinsi Riau kota Pekanbaru memiliki jumlah penduduk yang cukup padat dibandingkan dengan daerah lainnya di provinsi Riau (Lampiran 13). Tingginya jumlah penduduk di Kota Pekanbaru menjadi salah satu factor mengapa daerah ini membutuhkan pasokan cabai merah yang cukup besar pula. Dimana diketahui bahwa cabai yang dihasilkan di daerah provinsi Riau tidak sebanding dengan kebutuhan masyarakat akan cabai merah. Oleh karena itulah Kota Pekanbaru membutuhkan pasokan cabai dari daerah lain.

Dalam pendistribusiannya cabai merah akan melalui mata rantai tataniaga yang cukup panjang mulai dari pedagang pengumpul, pedagang antar kota sampai dengan pedagang pengecer. Tataniaga dan harga cabai lebih banyak ditentukan oleh pedagang besar dan pedagang pengecer, seperti yang terjadi pada produk – produk hortikultura lainnya. Petani pada umumnya adalah penerima harga. Kurangnya informasi yang dimiliki petani dan adanya mafia harga yang dikendalikan oleh pedagang sebagai pelaku pasar mengakibatkan mekanisme pasar tidak berjalan dengan semestinya. Harga cabai merah cenderung lebih berfluktuatif pada tingkat pasar konsumen (pedagang pengecer dengan konsumen)(Lampiran 14), bila dibandingkan dengan tingkat harga cabai merah yang terjadi di tingkat pasar produsen (petani dengan pedagang pengumpul) yang cenderung lebih stabil (Lampiran 15).

Pedagang pengumpul cabai merah di Pasar Padang Luar Bukittinggi sebagai pasar sentral sayuran di Sumatera Barat berperan menyalurkan cabai dari daerah

produsen ke daerah konsumen. Adanya hubungan kemitraan antara pedagang antar kota disuatu wilayah pemasaran dengan pedagang pengumpul di beberapa wilayah produksi cabai baik di wilayah Sumatera Barat maupun di luar Sumatera Barat, menyebabkan pedagang memiliki kekuatan tawar menawar dalam menentukan harga cabai. Hal ini tentunya akan mempengaruhi harga cabai di tingkat konsumen. Jika mekanisme pasar cabai tersebut tidak diawasi dengan benar oleh pemerintah, maka dapat memungkinkan terjadinya perubahan harga yang sangat besar dan hal ini akan merugikan konsumen akhir dari komoditas cabai tersebut.

Oleh sebab itu perlu pengkajian lebih dalam mengenai pola pemasaran cabai di Sumatera Barat terutama tentang struktur pasar, perilaku pasar dan integrasi pasar yang diduga menjadi penyebab fluktuasi harga dan ketidak-efisienan pemasaran cabai merah. Pengkajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pola pemasaran cabai merah, kendala yang dihadapi dan kemungkinan kebijakan yang dapat disarankan untuk mengatasinya.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan sehubungan dengan penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana struktur pasar cabai merah mulai dari pasar produsen di Pasar Padang Luar sampai dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana perilaku pasar cabai merah mulai dari pasar produsen di Pasar Padang Luar sampai dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana keragaan pasar cabai di tingkat pasar produsen Kabupaten Agam dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru ?



Untuk dapat menjawab pertanyaan diatas Penulis ingin melakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Sistem Pemasaran Cabai Merah Dari Kabupaten Agam ke Kota Pekanbaru”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Menganalisis stuktur pasar cabai merah mulai dari pasar produsen di Pasar Padang Luar sampai dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru.
2. Menganalisis perilaku pasar cabai merah mulai dari pasar produsen di Pasar Padang Luar sampai dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru.
3. Menganalisa keragaan pasar cabai ditingkat pasar produsen Kabupaten Agam dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengambil kebijakan yang terkait dengan masalah pemasaran cabai di provinsi Sumatera Barat. Dengan mengetahui struktur pasar dan perilaku pasar serta tingkat integrasi antar pasar cabai maka diharapkan intervensi pemerintah berupa kebijakan pemasaran cabai dapat tepat sasaran dalam mencapai kestabilan terutama kestabilan harga cabai. Selain itu dengan penelitian ini diharapkan menjadi salah satu informasi bagi dunia pendidikan untuk mengetahui sistem pemasaran cabai merah yang meliputi struktur, perilaku dan integrasi pasar.

## 1.5 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan diatas, maka yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pemasaran cabai merah dari Kabupaten Agam Sumatera Barat ke Kota Pekanbaru tidak efisien dimana struktur pasar cabai merah tidak berada dalam kondisi persaingan sempurna.
2. Para pelaku pasar dalam pemasaran cabai merah melakukan kegiatan yang mencirikan bahwa pasar berada pada struktur persaingan tidak sempurna.
3. Sistem pemasaran tidak efisien dimana margin pemasaran tidak merata diantara pelaku pasar, serta tidak terjadi integrasi antar pasar cabai merah ditingkat produsen Kabupaten Agam dengan pasar konsumen di Kota Pekanbaru.

