

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan pembangunan ekonomi jangka panjang. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil kebutuhan pangan, sandang dan papan, penyediaan lapangan kerja dan penyumbang pendapatan nasional yang tinggi. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis pengembangan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian, yaitu agribisnis dan agroindustri. Pertumbuhan sektor pertanian yang positif secara konsisten berperan besar dalam menjaga laju pertumbuhan ekonomi nasional (Putra dkk, 2017).

Di Indonesia sektor pertanian terbagi dalam lima subsektor, yaitu subsektor pangan dan hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor kehutanan, subsektor peternakan, dan subsektor perikanan. Subsektor pangan dan hortikultura menjadi salah satu subsektor yang berguna dalam memenuhi konsumsi pangan setiap individu. Khusus komoditas hortikultura terdiri dari tanaman buah-buahan, tanaman sayur, tanaman bunga dan tanaman obat. Usahatani hortikultura khususnya buah-buahan selama ini hanya dipandang sebagai usaha sampingan yang ditanam dipekarangan dengan luas areal terbatas dan penerapan teknik budidaya penanganan pasca panen yang masih sederhana (Hiskia, 2021).

Hortikultura merupakan salah satu tanaman sebagai bahan pangan yang cukup penting bagi kebutuhan masyarakat sehingga perlu ditingkatkan produksinya untuk memenuhi kebutuhan secara nasional. Dengan demikian pertanian hortikultura sudah seharusnya mendapat perhatian yang serius terutama menyangkut aspek produksi dan pengembangan sistem pemasarannya (Andayani, 2018).

Sayuran merupakan salah satu jenis hortikultura yang setiap hari dikonsumsi oleh banyak orang. Permintaan konsumen terhadap sayuran semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran manusia terhadap kesehatan. Pada sayuran terdapat sumber vitamin dan mineral yang sangat penting untuk memenuhi asupan gizi manusia (Harahap M dan Sunaherman, 2018).

Komoditas hortikultura yang banyak dikembangkan dan merupakan salah satu kebutuhan masyarakat adalah cabai merah. Cabai adalah salah satu komoditas sayuran unggulan nasional dengan daya adaptasi dan nilai ekonomi tinggi. Cabai termasuk komoditas strategis pertanian yang mendapat perhatian serius dari pemerintah dan pelaku usaha karena kontribusinya terhadap perekonomian nasional (Wulandari, 2020).

Cabai adalah salah satu komoditas sayuran yang banyak mendapat perhatian karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan diperlukan oleh seluruh lapisan masyarakat untuk menambah cita rasa pedas pada makanan. Secara umum cabai memiliki banyak kandungan gizi dan vitamin, diantaranya kalori, protein, lemak, karbohidrat, kalsium, vitamin A, B1, dan vitamin C. Cabai juga mengandung lasparaginase dan capsaicin yang berperan sebagai zat anti kanker (Swatika, dkk. 2017).

Cabai merah adalah jenis produk dengan prospek cerah karena permintaan yang cukup tinggi untuk produk ini. Cabai Merah dibutuhkan oleh manusia karena mengandung Vitamin C (Karbohidrat dan Mineral dalam cabai merah keriting bukan pengganti makanan pokok). Tanaman cabai merah merupakan produk hortikultura yang penting di Indonesia dan dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk, tanpa memandang tingkat sosial. Selain sebagai produk yang mampu meningkatkan tingkat pendapatan petani, cabai merah juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Novitarini, 2020).

Cabai merah di tingkat nasional memiliki luas lahan mencapai 323.007 Ha dengan produksi mencapai 3,34 juta ton pada tahun 2022 (BPS, 2023). Berdasarkan hasil Survei Badan Pangan Nasional (Bapanas) 2023, masyarakat Indonesia rata-rata mengonsumsi cabai merah sebanyak 2,42 kilogram (kg)/kapita/tahun. Konsumsinya naik 4,3% dibanding tahun 2022, serta menjadi rekor tertinggi dalam lima tahun terakhir. Jika dihitung menggunakan proyeksi jumlah penduduk tengah tahun (2020-2023), total kebutuhan cabai merah untuk konsumsi rumah tangga nasional secara kumulatif mencapai 675 ribu ton pada 2023, dan jumlah ini meningkat 5,7%.

Menurut Saptana, dkk (2010), beberapa alasan penting pengembangan komoditas cabai merah, antara lain adalah (1) tergolong sebagai komoditas

bernilai ekonomi tinggi, (2) merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan nasional, (3) menduduki posisi penting dalam hampir seluruh menu masakan di Indonesia, (4) memiliki prospek ekspor yang baik, (5) mempunyai daya adaptasi yang luas, dan (6) bersifat intensif dalam menyerap tenaga kerja.

Sumatera Utara menjadi salah satu pusat atau sentra terbesar kedua produksi cabai merah diantara 32 provinsi di Indonesia. Luas lahan cabai merah di Sumatera Utara mencapai 14.473,72 Ha dengan produksi mencapai 265.468 ton pada tahun 2022 (BPS, 2023). Dapat dilihat pada lampiran 3, Kabupaten yang memproduksi tanaman cabai merah di Sumatera Utara dengan produksi terbesar adalah Simalungun, Karo, Dairi, Tapanuli Utara, dan Deli Serdang.

Kabupaten Deli Serdang merupakan salah satu sentra produksi cabai merah yang ada di Sumatera Utara, dan salah satu daerah sentra produksi cabai merah di Kabupaten Deli Serdang adalah di Kecamatan Beringin yang secara administratif terdiri dari 11 desa. Kecamatan Beringin memiliki luas lahan wilayah sekitar 52,69 Km² atau 5.269 Ha. Dapat dilihat pada lampiran 1, sebagian besar wilayah Kecamatan Beringin merupakan daerah tegal atau perkebunan yang digunakan untuk bercocok tanam tanaman hortikultura (BPS, 2022). Ada tiga komoditas hortikultura unggulan di Kecamatan Beringin yaitu, Cabai Merah, Mangga, dan Pisang.

Produksi cabai merah di Kecamatan Beringin semakin bertambah setiap tahunnya dengan jumlah produksi 20-25 ton/ha dengan luas lahan sebesar 5.269 Ha (Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura, 2021). Berdasarkan survei pendahuluan, Desa Sidodadi Ramunia merupakan desa penghasil cabai merah terbesar di Kecamatan Beringin. Dapat dilihat pada lampiran 1, Desa Sidodadi Ramunia merupakan salah satu desa di Kecamatan Beringin yang memiliki luas lahan tegal/kebun terbesar sekitar 86,38 Ha. Sebagian besar wilayah tersebut digunakan oleh masyarakat untuk membudidayakan tanaman cabai merah yang menjadi salah satu komoditas pertanian unggulan.

Sebagai sentra penghasil cabai merah, Desa Sidodadi Ramunia mencatat tren produksi yang terus meningkat selama beberapa tahun terakhir. Luas lahan tanam cabai merah tumbuh dari 45 ha pada tahun 2021 menjadi 50 ha pada tahun 2023, dengan produksi dari 982 ton (2021) naik menjadi 1.250 ton (2023). Hal ini

menegaskan pentingnya desa ini dalam skala produksi cabai di Kabupaten Deli Serdang.

Proses pemasaran cabai merah Di Desa Sidodadi, petani membutuhkan pedagang perantara dalam hal ini adalah pedagang pengumpul dan juga pedagang pengecer dalam memasarkan cabai merah agar produknya bisa sampai ke tangan konsumen. Keterlibatan pedagang perantara akan menyebabkan harga yang diterima petani produsen dan yang dibayarkan konsumen akan jauh berbeda. Panjang pendeknya saluran pemasaran mempengaruhi harga diterima petani dan konsumen.

Sistem pemasaran harus mempertimbangkan efisiensi pemasaran untuk meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen. Karena melalui efisiensi pemasaran tidak hanya kelayakan pendapatan petani yang terlihat tetapi kelayakan pendapatan dari lembaga pemasaran juga dapat terlihat. Efisiensi pemasaran juga dapat mengurangi selisih antara harga yang diterima petani atas produknya dan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Oktaviani, 2019).

Pemasaran cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang melalui beberapa lembaga pemasaran yang sudah pasti mengambil keuntungan dan membutuhkan biaya pemasaran. Keuntungan dan biaya pemasaran tersebut akan membebani harga jual cabai merah di tingkat lembaga akhir bahkan harga yang akan diterima oleh petani produsen.

Pemilihan saluran pemasaran merupakan suatu masalah yang sangat penting karena banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat akan menentukan keuntungan yang diambil serta biaya yang dikeluarkan atas fungsi pemasaran yang telah dilakukan, sehingga harga yang terbentuk di tingkat konsumen akan berbeda-beda. Oleh karena itu, perlu untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Tingkat efisiensi saluran pemasaran perlu diketahui untuk memastikan bahwa setiap biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran tidak hanya mempengaruhi harga di tingkat konsumen. Dengan mengetahui tingkat efisiensi, petani memiliki landasan yang kuat untuk memilih saluran pemasaran yang paling menguntungkan dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

B. Perumusan Masalah

Desa Sidodadi Ramunia merupakan daerah yang memiliki lahan pertanian terluas di Kecamatan Beringin, Desa Sidodadi adalah sentra produksi cabai merah terbesar di Kecamatan Beringin, dibandingkan dengan desa-desa lainnya yang ada di Kecamatan Beringin.

Produk pertanian memiliki sifat yang mudah rusak dan memerlukan ruang yang luas untuk penyimpanannya, sehingga memerlukan penanganan khusus dalam pemasarannya. Termasuk komoditas cabai merah memerlukan penyaluran pemasaran yang cepat dan tepat untuk mengurangi resiko kerusakan dan penurunan harga jual di pasaran. Dalam hal ini saluran pemasaran memiliki peranan nilai efisiensi yang lebih tinggi dalam memasarkan cabai merah besar dibandingkan dilakukan sendiri oleh petani. Tetapi, semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui oleh para petani maka semakin banyak keuntungan pemasaran yang harus diambil oleh para pelaku pemasaran tersebut, sehingga akan semakin membuat harga yang diterima oleh konsumen akhir semakin besar atau tinggi..

Berdasarkan hasil wawancara prasurvei, pemasaran cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang memiliki permasalahan dalam transparansi informasi harga mulai dari petani sampai dengan pedagang pengecer. Hal ini dikarenakan harga cabai merah yang berfluktuatif, fluktuasi harga yang tinggi bisa memberikan kesempatan kepada pedagang untuk dapat memanipulasi harga di tingkat petani dan petani tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga pada tingkat konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh, harga jual cabai merah besar di tingkat petani pada bulan September 2024 berkisar antara Rp. 10.000/Kg – Rp. 18.000/Kg, sedangkan harga jual di tingkat konsumen akhir berkisar antara Rp. 22.000/Kg – Rp. 28.000/Kg.

Berdasarkan informasi tersebut terdapat margin pemasaran yang besar. Hal ini dapat disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran cabai merah sehingga selisih harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir menjadi besar. Margin pemasaran yang besar ini juga disebabkan karena adanya biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran cabai merah tersebut.

Oleh sebab itu, diperlukan analisa pemasaran dikarenakan saluran pemasaran dapat menggambarkan perbedaan harga yang terbentuk (marjin pemasaran), keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga pemasaran. Adanya rentang harga yang tinggi tersebut menunjukkan bahwa terdapat permasalahan pada saluran pemasaran cabai merah. Serta penilaian efisiensi untuk menentukan saluran pemasaran yang akan digunakan oleh para petani cabai merah agar petani produsen cabai merah di Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin mendapatkan kemudahan dan keuntungan dalam proses pemasaran bukannya membuat para petani produsen tertekan karna panjangnya saluran pemasaran sehingga mengharuskan petani mendapatkan harga yang kecil. Maka dari latar belakang dan permasalahan yang ada, peneliti merasa perlu melakukan analisis terhadap pemasaran cabai merah besar di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan perumusan masalah tersebut diperoleh beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Saluran Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) Di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara**”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi dan mendeskripsikan saluran pemasaran cabai merah serta fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.
2. Menganalisis marjin pemasaran dan mengetahui efisiensi pemasaran cabai merah besar di Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, diantaranya :

1. Bagi petani, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat mengenai saluran pemasaran yang akan digunakan sehingga dapat membantu petani dalam memasarkan hasil produksinya.
2. Bagi pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana informasi untuk melakukan penelitian terkait selanjutnya.
3. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan dan sebagai media untuk menambah pengalaman.

