

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pertanian merupakan sektor yang memanfaatkan sumber daya alam untuk digunakan dalam berbagai kepentingan manusia, seperti penghasil bahan baku industri dan sumber energi. Pembangunan di sektor ini dapat membantu dalam upaya membangun pondasi ekonomi. Karena jika pembangunan sektor pertanian dilakukan, maka kebutuhan pangan dapat tercukupi dan kesejahteraan penduduk di pedesaan dapat ditingkatkan. Sektor pertanian telah banyak memberikan kontribusinya terhadap kemajuan pembangunan pertanian saat ini yaitu peningkatan hasil dan mutu produksi dalam mendorong pertumbuhan dan dinamika ekonomi pedesaan, yang pada gilirannya akan memberikan peluang mensejahterakan kehidupan masyarakat secara lebih layak khususnya di daerah pedesaan (Adila Efundari, 2013).

Peranan sektor pertanian di Indonesia sangat penting dalam memberikan kontribusi yang besar dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja. Memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, dan memberikan devisa bagi negara (Arsyad, 2015). Pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani tergantung pada tingkat pendapatan petani dan keuntungan yang didapat dari sektor pertanian itu sendiri.

Masyarakat Indonesia karena sebagian besar masyarakat Indonesia tinggal di pedesaan dan bekerja di sektor pertanian. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis dalam mengembangkan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri (Soeharjo, 2017).

Salah satu sektor pertanian yang menjadi andalan petani Indonesia adalah hortikultura. Hortikultura merupakan salah satu sektor pertanian yang berperan penting dalam kontribusinya untuk pendapatan nasional. Subsektor hortikultura meliputi komoditas sayuran, buah, tanaman hias dan biofarmaka : tanaman dan obat- obatan. 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, 2014).

Tanaman sayuran dan buah-buahan adalah kelompok tanaman hortikultura yang banyak ditanam dan dikembangkan di Indonesia. Sayuran dan buahan memiliki nilai komersial yang tinggi karena sayuran dan buahan merupakan produk pertanian yang dikonsumsi setiap saat. Prospek tanaman sayuran dan buahan di masa depan cukup prospektif sejalan dengan meningkatnya taraf hidup dan bertambahnya jumlah penduduk. Salah satu tanaman hortikultura adalah tanaman cabai merah (*Capsicum Annum L.*) (Zulkarnain, 2014).

Cabai merah (*Capsicum annum L.*) merupakan komoditas sayuran yang banyak mendapat perhatian karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Kebutuhan akan cabai terus meningkat setiap tahun sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri yang membutuhkan bahan baku cabai (Setiadi, 2013). Seperti pada Tahun 2021

Hingga 2022 pasar harga cabai merah melonjak tinggi sampai mencapai Rp. 100.00 per kilogram. Namun harga tinggi ini berdampak langsung terhadap petani cabai merah. Dengan tingkat harga cabai merah Rp. 100.000 per kilogram di konsumen akhir petani cabai merah merasakan tingkat kesejahteraan yang meningkat (karosatuklik.com).

Permintaan cabai menunjukkan indikasi yang terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan stabilitas ekonomi nasional lebih stabil, namun, harga cabai berfluktuasi dalam waktu yang singkat (Sutrisno, 2015). Fluktuasi harga cabai merah dapat disebabkan oleh besarnya jumlah penawaran dan besarnya jumlah permintaan. Semakin tinggi jumlah penawaran maka harga akan rendah, sedangkan semakin sedikitnya jumlah penawaran harga akan semakin meningkat (*ceteris paribus*). Harga cabai merah yang sangat fluktuatif menjadikan komoditas ini sulit untuk dapat diprediksi (Dety Sukmawati, 2014).

Fluktuasi harga merupakan salah satu fenomena pasar yang seringkali harus dihadapi oleh petani sayuran. Hal tersebut terjadi karena lemahnya posisi tawar petani, harga yang selalu tertekan, kualitas rendah dan rantai distribusi panjang. Sehingga barang cepat rusak. Inefisiensi dalam sistem pemasaran akan semakin meningkat bila tidak memperkuat tawar produsen. Salah satu untuk memperkuat posisi tawar petani adalah dengan memangkas rantai pemasaran atau rantai tata niaga. Dalam bidang agroindustri, untuk istilah distribusi lebih sering digunakan istilah tataniaga atau pemasaran (Dahlia Naully, 2016)

Tabel 1.1. Perkembangan Produksi Cabai Besar Di Sumatera Utara Tahun
2016-2021

No	Tahun	Jumlah Produksi
1	2016	187,833
2	2017	152,630
3	2018	159,131
4	2019	155,835
5	2021	154,008

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa produksi cabai besar

Sumatera Utara mengalami fluktuasi produksi cabai merah dari tahun 2016 – 2021. Hal ini disebabkan tinggi rendahnya permintaan dan pasokan terhadap cabai. Produksi tertinggi cabai di terdapat pada tahun 2016 dan untuk produksi terendah pada tahun 2021. Cabai Besar yang dimaksud terdiri dari cabai merah besar, cabai hijau besar, cabai merah keriting, dan cabai hijau keriting dan bentuk hasil produksicabai besar adalah buah segar dengan tangkai. Berikut ini adalah data produksi tanaman cabai merah di Kabupaten Karo :

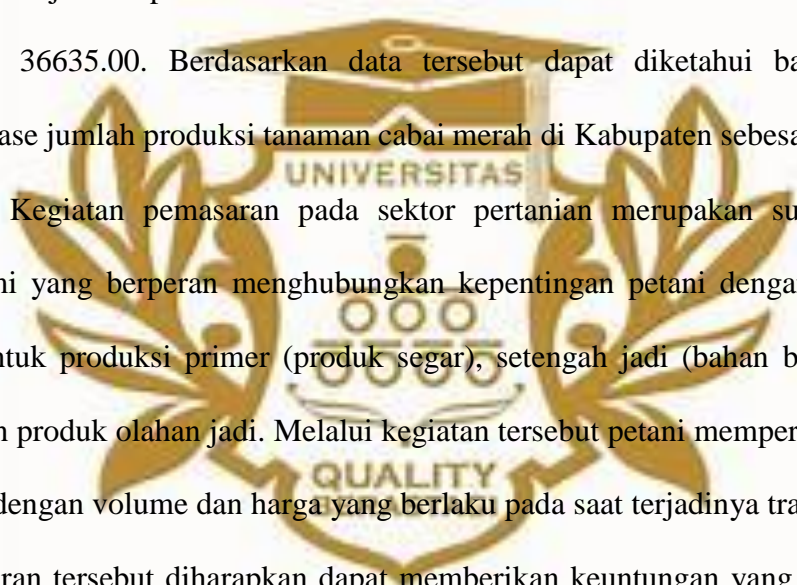
Tabel 2.1 Data Produksi Tanaman Cabai Merah Di Kabupaten Karo
Tahun 2021

No	Kecamatan	Produksi (Ton)
1	Mardingding	22.00
2	Laubaleng	1018.00
3	Tigabinanga	2615.00
4	Juhar	301.00
5	Munte	3034.00
6	Kutabuluh	2163.00
7	Payung	1246.00
8	Tiganderket	176.00
9	Simpang Empat	6152.00
10	Naman Teran	1742.00
11	Merdeka	945.00
12	Kabanjahe	1583.00
13	Berastagi	1976.00
14	Tigapanah	4252.00
15	Dolat Rakyat	528.000
16	Merek	1535.000
17	Barusjahe	4247.00
18	Karo	36635.00

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal

Dari data tabel 2.1 di atas Kabupaten Karo memiliki prospek yang cerah untuk pengembangan produksi tanaman cabai merah dimasa depan jika dilihat dari produktivitas kecamatan yang tinggi tingkat produksinya adalah kecamatan Simpang Empat dengan jumlah produksi (ton) sebesar 6152.00.

Hal ini menunjukkan bahwa wilayah kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo memiliki jumlah tingkat produksi tanaman cabai merah yang lebih besar di bandingkan dengan kecamatan lain yang ada di Kabupaten Karo. Jumlah hasil produksi tanaman cabai merah di kecamatan simpang empat sebesar 6152.00 sedangkan jumlah produksi tanaman cabai merah tahun 2021 di Kabupaten Karo sebesar 36635.00. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa tingkat presentase jumlah produksi tanaman cabai merah di Kabupaten sebesar 16%



Kegiatan pemasaran pada sektor pertanian merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berperan menghubungkan kepentingan petani dengan konsumen, baik untuk produksi primer (produk segar), setengah jadi (bahan baku industri) maupun produk olahan jadi. Melalui kegiatan tersebut petani memperoleh imbalan sesuai dengan volume dan harga yang berlaku pada saat terjadinya transaksi. Hasil pemasaran tersebut diharapkan dapat memberikan keuntungan yang proporsional bagi petani sesuai dengan biaya, resiko dan pengorbanan yang sudah dikeluarkan (Evi Asrianti, 2014)

Keberhasilan pemasaran tidak terlepas dari adanya peranan lembaga pemasaran yang merangkai suatu saluran pemasaran dan merupakan satu kesatuan yang membentuk sistem pemasaran suatu komoditas, dimana setiap lembaga pemasaran mempunyai tugas masing-masing dan menjalankan fungsi pemasaran yang berbeda. Lembaga pemasaran berperan dalam distribusi produk hingga sampai ketangan konsumen. Setiap perlakuan dan distribusi produk dari lembaga pemasaran satu ke lembaga pemasaran yang lainnya dalam rantai pemasaran akan menghasilkan nilai tambah atau margin terhadap produk. Margin timbul sebagai akibat adanya peningkatan nilai atau manfaat produk, biaya tambahan dan pengolahan, seperti biaya proses, transportasi, penanganan, dan lain-lain (Niko Fahmi Priambodho, 2018)

Saluran pemasaran sangat mempengaruhi tingkat efisiensi lembaga pemasaran, pada umumnya semakin pendek mata rantai saluran pemasaran dari suatu komoditi pertani maka akan semakin efisien saluran pemasaran tersebut. Begitupula sebaliknya semakin panjang mata rantai dari setiap saluran pemasaran komoditi pertanian maka akan semakin tidak efisien pemasaran tersebut (I KomangHendra Sudiadnyana, 2015)

Desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo, adalah desa yang sebagian penduduknya merupakan petani cabai merah. Permasalahan yang sering dihadapi oleh petani cabai merah di Desa BudayaLingga adalah dalam proses pemasaran hasil produksi.

Pada umumnya pemasaran cabai merah di Desa Budaya Lingga, petani bekerjasama melalui lembaga pemasaran atau pedagang perantara untuk memasarkan hasil produksi. Pada dasarnya tingginya biaya pemasaran menyebabkan banyak petani yang bergantung pada lembaga pemasaran yang mampu memberikan fasilitas seperti transportasi dan kebutuhan yang diperlukan petani dalam memasarkan hasil (Marlinza, 2022).

Dalam proses pemasaran hasil produksinya petani cabai merah di Desa Budaya Lingga menggunakan jasa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan agen, hal ini disebabkan karena keterbatasan akses petani untuk langsung berhubungan dengan pihak pabrik atau eksportir. Dengan adanya penggunaan lembaga pemasaran maka menyebabkan perbedaan harga yang diperoleh oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh pihak pabrik/eksportir (Marlinza, 2022).

Ketergantungan petani cabai merah di Desa Budaya Lingga kepada lembaga pemasaran menyebabkan perbedaan margin pemasaran. besarnya margin pemasaran, farmer's share dan rasio keuntungan dan biaya akan menentukan efisiensi pemasaran di Desa Budaya Lingga. Sistem pemasaran yang efisien akan menciptakan kondisi yang akan menguntungkan bagi petani dan pelaku-pelaku pemasaran yang terlibat, sehingga untuk meningkatkan harga jual dan keuntungan petani diperlukan saluran pemasaran yang paling efisien dalam menyalurkan cabai merah ke konsumen (Marlinza, 2022). Berdasarkan fenomena panjangnya saluran pemasaran yang menyebabkan semakin tinggi harga di tingkat konsumen dan

Sering terjadinya fluktuasi harga yang diakibatkan oleh perbedaan musim tanam, maka penelitian ini akan membahas mengenai pemasaran cabai merah. Dengan melakukan penelitian yang berjudul : Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) Di Desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai merah (*capsicum annum l*) di desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo ?
2. Bagaimana margin pemasaran cabai merah (*capsicum annum l*) di desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo ?
3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran cabai merah (*capsicum annum l*) di desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai merah (*capsicum annum l*) di desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo
2. Untuk mengetahui margin pemasaran cabai merah (*capsicum annum l*) di desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai merah (*capsicum annum l*) di desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat

1.4 Batasan Penelitian

Agar permasalahan mempunyai ruang lingkup yang jelas, terarah dan sesuai dengan sasaran dan tujuan yang diharapkan, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada :

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo.
2. Sampel penelitian ini adalah Petani Cabai di Desa Budaya Lingga, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo, Pedagang Pengumpul, di pasar Singa, Pedagang Besar yang membeli cabai dan Pedagang Pengumpul di Pasar Singa, Pedagang Pengecer yang membeli dari Pedagang pengumpul di Pasar Singa Kabanjahe.
3. Waktu Penelitian Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret Tahun 2023

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Bagi petani, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pentingnya pemasaran sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani
2. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik dimasadatang
3. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan informasi dan referensi dalam penyusunan penelitian selanjutnya atau penelitian – penelitian sejenis