

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Rakyat Indonesia sebagian besar penghidupannya ditopang oleh sektor pertanian, diantaranya aktivitas seperti usahatani tanaman, ternak dan ikan, buruh tani, atau usaha industri berbahan baku produk pertanian (agroindustri) dari yang berskala usaha kecil sampai yang berskala usaha besar. Hal tersebut karena wilayah Indonesia didukung oleh sumber daya alam yang cocok untuk budidaya tanaman, ternak ataupun ikan. Kegiatan-kegiatan tersebut dikenal dinegara kita dengan sebutan pertanian. Pertanian pada saat itu sampai awal-awal Indonesia merdeka didominasi oleh pertanian subsistem yakni berorientasi pada kebutuhan konsumsi semata. Pertambahan jumlah manusia penuntut penggunaan lahan untuk pemukiman dan oleh karenanya akan mengurangi luas lahan pertanian. Produk-produk pertanian perlu diolah lebih lanjut menjadi produk yang lebih bernilai tambah. Hal inilah yang disebut dengan kegiatan agroindustri (Darmansyah, 2012).

Strategi pembangunan yang berwawasan agribisnis pada dasarnya menunjukkan arah bahwa pengembangan agribisnis merupakan suatu upaya yang sangat penting untuk mencapai beberapa tujuan. Diantaranya menarik dan mendorong munculnya industri baru disektor pertanian, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan nilai tambah, meningkatkan penerimaan devisa, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan (Azhari, 2004).

Pembangunan perkebunan sebagai bagian dari pembangunan suatu wilayah harus sejalan dengan tujuan pembangunan nasional yang berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga pembangunan perkebunan harus diarahkan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat (Arsyad, 2001).

Gula kelapa telah dikembangkan hampir diseluruh wilayah Indonesia, termasuk di Kabupaten Tasikmalaya. Adanya potensi dalam pengembangan tersebut harus dimanfaatkan dengan sebaik mungkin untuk dapat meningkatkan

tingkat pendapatan bagi setiap warga khususnya pengrajin gula kelapa. Upaya diversifikasi hasil tanaman kelapa semakin berkembang, salah satu produknya adalah gula kelapa yang terbuat dari nira kelapa. Namun, baru sebagian kecil kelapa Indonesia yang dimanfaatkan niranya untuk gula, umumnya masih merupakan usaha sampingan, padahal harga dan eksportnya terus meningkat (Safari, 2006).

Kabupaten Tasikmalaya memiliki sentra produksi gula kelapa diantaranya Kecamatan Cikalong, Karangnunggal, Pancatengah, Manonjaya dan Cipatujah. Dan yang memiliki sentra gula kelapa terbesar diantara lima wilayah tersebut adalah Kecamatan Cikalong, untuk lebih jelasnya tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Gula Kelapa di Kabupaten Tasikmalaya tahun 2016

No	Kecamatan	Produksi Gula Kelapa (Ton)
1	Cikalong	10.894,78
2	Karangnunggal	3.480,00
3	Pancatengah	2.199,05
4	Manonjaya	1.981,05
5	Cipatujah	1.767,68

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya, 2016

Salah satu desa di Kecamatan Cikalong yang memiliki potensi produksi gula kelapa paling tinggi yaitu Desa Kalapagenep yang mempunyai jumlah produksi gula kelapa sebesar 534,86 ton (BP3K Kecamatan Cikalong, 2016). Desa Kalapagenep adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya dimana di desa tersebut merupakan pusat kegiatan agroindustri pengrajin gula kelapa. Pengolahan gula kelapa ini diusahakan oleh beberapa rumah tangga pengrajin, bentuk agroindustri yang dilakukan adalah turun temurun yang telah dilakukan dari dulu sampai sekarang.

Daerah Kecamatan Cikalong sampai saat ini masih ada beberapa kendala yang menyebabkan pendapatan pengrajin gula kelapa masih rendah, diantaranya pengolahan gula kelapa yang masih bersifat tradisional dan panjangnya rantai pemasaran produk gula kelapa.

Menurut Soekartawi (2002), mekanisme pasar yang belum sempurna cenderung membuat petani menerima harga yang ditetapkan pihak lain dengan

harga yang relatif murah. Mestinya perlu ada lembaga yang membantu petani memasarkan hasil pertaniannya pada tingkat harga yang memadai. peningkatan pendapatan petani tidak hanya dengan cara meminimumkan biaya usaha tani, tetapi juga mengalokasikan sumberdaya dengan jumlah tertentu seefisien mungkin untuk mendapatkan keuntungan yang maksimum.

Pemasaran produk perkebunan secara umum terdapat beberapa pihak selain produsen dan konsumen, yaitu lembaga-lembaga perantara yang menghubungkan sentra produksi dan sentra konsumsi dengan melakukan berbagai aktivitas yang memberikan nilai guna bagi produk yang dipasarkan. Menurut Augustina (2008), beberapa permasalahan produk perkebunan secara umum yang dihadapi oleh para pelaku adalah tingginya biaya pemasaran dan pembagian balas jasa yang adil bersifat asimetris, bahkan balas jasa tersebut atas fungsi pemasaran lebih besar mengelompok pada pedagang besar, sementara petani dan pedagang pengumpul bagiannya kecil. Dengan demikian, sebaran margin perdagangan cenderung tidak merata atau tidak efisien dan lebih mengelompok pada pedagang besar atau bandar, supplier, dan sebagainya. Mahalnya biaya pemasaran produk perkebunan merupakan akibat dari ketidakefisienan yang disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran.

Pemasaran agribisnis yang efisien apabila terdapat indikator-indikator antara lain : (1) menciptakan atau meningkatkan nilai tambah yang tinggi terhadap produk agribisnis, (2) menghasilkan keuntungan bagi setiap lembaga pemasaran yang terlibat sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, (3) *marketing margin* (biaya dan keuntungan) yang terjadi relatif sesuai dengan fungsi-fungsi atau aktivitas bisnis yang meningkatkan kepuasan konsumen akhir, dan (4) memberikan bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) yang relatif akan merangsang petani berproduksi ditingkat usahatani. Dengan demikian, proses pemasaran agribisnis yang efisien adalah yang memberikan kontribusi (*share*) yang adil, mulai dari petani, perusahaan, lembaga-lembaga pemasaran, sesuai dengan biaya yang dikeluarkan masing-masing dan konsumen puas (Asmarantaka, 2012).

Menurut Martodireso (2002), pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya-biaya

yang serendah-rendahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir dari semua pihak yang ikut serta didalam seluruh kegiatan produksi dan pemasaran barang itu. Sementara tingginya biaya pemasaran disebabkan oleh kurang tepatnya saluran pemasaran. Masalah pemilihan saluran pemasaran adalah suatu masalah yang sangat penting.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti ingin meneliti bagaimana saluran pemasaran gula kelapa, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, marjin dan menganalisis besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) gula kelapa di Desa Kalapagenep Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah yang dapat diidentifikasi bagaimana keragaan pemasaran gula kelapa dari Desa Kalapagenep yang terdiri dari :

1. Bagaimana saluran pemasaran gula kelapa di Desa Kalapagenep Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya?
2. Berapa besarnya marjin pemasaran pada pemasaran gula kelapa di Desa Kalapagenep Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya?
3. Berapa besarnya bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) gula kelapa dari harga yang dibayarkan konsumen akhir?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari permasalahan yang telah diungkapkan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Saluran pemasaran gula kelapa di Desa Kalapagenep Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.
2. Besarnya total marjin dan marjin disetiap lembaga pemasaran gula kelapa di Desa Kalapagenep Kecamatan Cikalong Kabupaten Tasikmalaya.
3. Besarnya bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) gula kelapa dari harga yang dibayarkan konsumen akhir.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti, untuk menambah pengetahuan mengenai pemasaran gula kelapa.
2. Produsen atau lembaga pemasaran, sebagai bahan tambahan informasi tentang pemasaran gula kelapa yang menguntungkan.
3. Dinas atau instansi terkait, sebagai bahan informasi dalam pengambilan keputusan dan pengembangan agroindustri gula kelapa di Kabupaten Tasikmalaya.
4. Peneliti lain, sebagai bahan atau referensi untuk penelitian sejenis selanjutnya.