

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor pertanian di Indonesia masih memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini ditunjukkan oleh banyaknya penduduk dan tenaga kerja yang hidup atau bekerja di sektor pertanian. Sejak awal pembangunan, peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Pembangunan sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong kesempatan berusaha (Mubyarto, 1995).

Hortikultura merupakan subsektor pertanian penting setelah pangan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Khususnya tanaman buah dan sayuran yang merupakan komoditas hortikultura yang berkembang pesat di Indonesia. Selain kebutuhan semakin meningkat, sektor ini didukung oleh potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, ketersediaan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan di luar negeri. Tanaman hortikultura merupakan salah satu tanaman yang menunjang pemenuhan gizi masyarakat sebagai sumber karbohidrat, mineral, protein, dan vitamin.

Berdasarkan arah pengembangan komoditas hortikultura maka ditetapkan jenis-jenis tanaman hortikultura yang dikembangkan secara meluas. Komoditas hortikultura yang dipandang mempunyai prospek yang baik untuk dikembangkan yaitu sayuran. Jenis sayuran yang sering diusahakan diantaranya yaitu cabai.

Cabai termasuk komoditas hortikultura yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Permintaan cabai cukup tinggi dan relatif kontinyu, yaitu rata-rata sebesar 4,6 kg/ kapita pertahun (Setiadi, 2000). Waktu yang dibutuhkan dalam proses penanaman pun relatif singkat, dan banyak berbagai alternatif teknologi, dan adopsi inovasi dari teknologi tersebut sehingga memberikan motivasi tersendiri bagi petani untuk mengembangkan produksi cabai.

Cabai akan terus dibutuhkan dengan jumlah yang semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perekonomian nasional karena merupakan bahan pangan yang dikonsumsi setiap saat. Cabai berguna sebagai penyedap masakan. Selain itu cabai juga mengandung vitamin yang bermanfaat untuk kesehatan manusia diantaranya meningkatkan kekebalan tubuh, meringankan rasa nyeri dan menurunkan berat badan. Selain digunakan untuk keperluan rumah tangga, juga dapat digunakan untuk keperluan industri diantaranya, industri bumbu masakan, industri makanan, industri obat-obatan, atau jamu. Cabai merah banyak sekali mengandung unsur-unsur yang diperlukan oleh tubuh manusia. Kandungan cabai merah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kandungan Gizi Cabai Merah Segar per 100 gram

No.	Kandungan Gizi	Satuan	Unit
1.	Air	%	90,9
2.	Kalori	Kal	31,0
3.	Protein	g	1,0
4.	Lemak	g	0,3
5.	Karbohidrat	g	7,3
6.	Serat	g	1,6
7.	Vitamin A	IU	470,3
8.	Thiamin	mg	0,05
9.	Riboflavin	mg	0,06
10.	Niasin	mg	0,9
11.	Vitamin C	mg	18,0
12.	Kalsium	mg	29,0
13.	Fosfor	mg	24,0
14.	Besi	mg	0,5

Sumber : Redaksi AgroMedia. 2011

Tabel 1. Memperlihatkan bahwa kandungan cabai merah setiap 100 gram memberi sumbangan sebagai karbohidrat, protein, kalsium, vitamin C, Fosfor dan besi. Cabai mempunyai kandungan yang lebih besar pada karbohidrat, serat dan protein kecuali untuk kandungan lemak. Adanya kandungan gizi yang baik pada cabai merah dapat meningkatkan usaha pengembangan cabai merah sebagai salah satu komoditas sayuran unggulan petani

Setiadi (2000) menjelaskan bahwa cabai merah termasuk komoditas yang tidak diatur tataniaganya dengan kata lain tidak ada campur tangan pemerintah dalam bentuk peraturan tertulis. Sehingga harga produk yang terjadi tergantung pada mekanisme pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adiyoga (1995), harga cabai merah diduga sangat dipengaruhi oleh pembentukan harga di tingkat pedagang besar. Hal ini terjadi karena melalui jaringannya, pedagang besar memiliki kemudahan untuk memperoleh informasi yang menyangkut situasi penawaran dan permintaan.

Tanaman cabai sebenarnya memiliki prospek yang cerah bila dilihat dari kebutuhan cabai di pasar lokal. Hal ini disebabkan karena banyaknya permintaan cabai yang selalu meningkat dari tahun ke tahun. Adapun wilayah yang merupakan sentra produksi cabai berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2016 penanaman cabai terbesar di Indonesia adalah Propinsi Jawa Barat 240.865 ton/tahun, Jawa Tengah 168.412 ton/tahun, Jawa Timur 91.135 ton/tahun, Sumatra Barat 63.403 ton/tahun, dan Aceh 52.907 ton/tahun. Jawa Barat menduduki peringkat pertama produksi cabai merah di Indonesia. Produksi cabai di Jawa Barat tersebar di beberapa wilayah diantaranya Kabupaten Garut, Cianjur, Tasikmalaya dan Bandung. Kabupaten Tasikmalaya termasuk sentra produksi cabai merah terbesar di Jawa barat setelah Kabupaten Garut. Garut dengan produksi sebesar 12,78%, sedangkan Tasikmalaya dengan produksi cabai merah sebesar 7,55% dari keseluruhan produksi cabai di Indonesia. Kecamatan Taraju merupakan salah satu daerah yang berada di Kabupaten Tasikmalaya penghasil cabai di Jawa Barat.

Berdasarkan potensi cabai merah di Tasikmalaya bahwa Kecamatan Taraju mengalami kenaikan dalam produksi. Namun demikian, adanya hasil produksi cabai ini harus diimbangi dengan sistem pemasaran yang baik pula karena sifat produk pertanian yang memerlukan tempat (*volumunius*), mempunyai berat (*bulky*), serta mudah rusak (*perishable*). Menurut Mubyarto (1995) bila adanya peningkatan produksi yang tidak dibarengi dengan perbaikan saluran pemasaran, maka akan mengurangi kegairahan petani dalam meningkatkan produksinya. Menurut informasi Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya (2016), tanaman

cabai mempunyai luas tanam, luas panen, dan produksi. Untuk lebih jelasnya lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Tanam, Luas Panen, dan Produksi Cabai Merah di Kecamatan Taraju Pada Tahun 2006-2015

No.	Tahun	Luas tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1.	2006	75	167	3.188
2.	2007	112	163	3.224
3.	2008	128	179	4.751
4.	2009	200	191	3.984
5.	2010	177	176	3.150
6.	2011	145	202	3.240
7.	2012	109	130	2.225
8.	2013	105	114	1.088
9.	2014	256	255	3.286
10.	2015	284	350	6.651

Sumber : Badan Pusat Statistik Kab. Tasikmalaya. 2016

Tabel 2. menunjukkan bahwa produksi cabai merah di Kecamatan Taraju pada tahun 2015 luas tanam mencapai 284 ha, luas panen mencapai 350 ha, dan produksi mencapai 6.651 ton. Hal ini menunjukkan bahwa Kecamatan Taraju merupakan daerah sentra cabai yang cukup potensial di wilayah Kabupaten Tasikmalaya.

Sudiyono (2002) mendefinisikan mengenai arti pemasaran yaitu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pelanggan. Adanya lembaga pemasaran sangat diperlukan dalam penyampaian barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Lembaga pemasaran yang berperan di pedesaan adalah pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer yang ada di pasar. Adanya perbedaan lembaga pemasaran menuntut petani untuk melakukan penjualan baik ke pedagang pengumpul atau ke pengecer.

Problema fluktuasi harga cabai merah selalu menjadi kekhawatiran bagi petani. Pada saat tertentu harga cabai anjlok karena beberapa faktor, diantaranya cuaca yang membaik yang mengakibatkan produksi melimpah sehingga pasokan

ke pasar meningkat sedangkan permintaan cenderung tetap. Melihat fenomena tersebut, maka peran lembaga pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan usahatani cabai merah agar harga yang layak dapat diterima oleh produsen.

Meningkatnya produksi yang dihasilkan serta diikuti dengan harga jual yang baik akan mempengaruhi efisiensi pemasaran, terlebih lagi didukung oleh sistem pemasaran yang baik. Oleh karena itu sistem pemasaran yang efisien sangat di butuhkan dalam memasarkan komoditi cabai. Pemasaran ini bertujuan untuk membangun dan menata hubungan pelanggan yang menguntungkan, memahami keinginan dan kebutuhan konsumen, serta menangkap nilai dari pelanggan.

Umumnya untuk menyalurkan produk sampai ke tangan konsumen, produsen perlu perantara pemasaran. Saluran pemasaran adalah suatu jalan yang diikuti dalam mengalihkan pemilikan secara langsung atau tidak langsung atas suatu produk dan produk akan berpindah tempat dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai industri (Clindiff & Still 1998).

Sebagai petani cabai merah di Kecamatan Taraju tidak menjual sendiri produknya langsung ke konsumen akhir, melainkan membutuhkan satu atau lebih perantara agar produknya bisa sampai ke tangan konsumen akhir atau pengguna industri. Perantara-perantara tersebut antara lain pedagang pengumpul (bandar), pedagang besar, pedagang pengecer dan barulah sampai ke konsumen. adanya keterlibatan pedagang perantara akan menyebabkan harga yang diterima petani dan yang dibayar konsumen akan jauh berbeda. Hal ini disebabkan adanya fungsi-fungsi yang harus dilakukan oleh perantara yaitu fungsi pertukaran, fungsi penyediaan fisik dan logistik, serta fungsi pemberian fasilitas sehingga menimbulkan adanya biaya pemasaran. Biaya pemasaran biasanya oleh perantara akan dibebankan kepada konsumen maupun kepada produsen. Besarnya biaya pemasaran dan dan keuntungan yang diterima pedagang perantara merupakan margin pemasaran.

Margin akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Semakin tinggi biaya dan keuntungan yang diperoleh saluran pemasaran, maka semakin besar pula margin pemasarannya. Semakin besar margin pemasaran akan menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani

dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen semakin kecil, yang berarti saluran pemasaran tidak efisien.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian “**Saluran dan Margin Pemasaran Cabai Merah Besar**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diutarakan, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana saluran pemasaran dan fungsi lembaga pemasaran cabai merah besar dari Kecamatan Taraju?
- 2) Berapa biaya, keuntungan, dan margin pemasaran cabai merah besar pada setiap saluran pemasaran?
- 3) Berapa *Farmer Share* pada setiap saluran pemasaran?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan ruang lingkup permasalahan yang dirumuskan di atas, penelitian ini bertujuan untuk meneliti :

- 1) Saluran pemasaran dan fungsi lembaga pemasaran cabai merah besar dari Kecamatan Taraju
- 2) Biaya, keuntungan dan margin pemasaran cabai merah besar pada setiap saluran pemasaran
- 3) *Farmer Share* pada setiap saluran pemasaran

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi berbagai pihak. Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan merupakan sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Siliwangi.
- 2) Bagi lembaga pemasaran, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi mengenai saluran pemasaran yang dapat memberikan keuntungan.
- 3) Bagi akademis, diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang sistem pemasaran cabai merah sehingga dapat menjadi acuan bagi peneliti yang berminat pada masalah yang sama.

- 4) Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan tentang harga dan pemasaran cabai yang lebih baik di masa yang akan datang.