

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Peran sektor pertanian dalam perekonomian di Indonesia sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat, serta sebagai sumber devisa negara yang cukup besar (Kemenperin, 2014). Sumbangan PDB tahun 2014 terbesar berasal dari subsektor tanaman perkebunan sebesar Rp. 397,90 triliun, disusul subsektor tanaman pangan sebesar Rp. 343,95 triliun, subsektor peternakan dan tanaman hortikultura masing-masing sebesar Rp. 167,08 triliun dan Rp. 159,52 triliun. Salah satu tanaman pangan yang berkontribusi adalah kedelai. Kedelai memiliki 2 jenis, yaitu kedelai kuning dengan nama latin *Glycine max* dan *Glycinesoja* (kedelai hitam) (Pusdatin, 2015). Kedelai atau tanaman pangan non beras mempunyai peluang yang cukup baik, tidak hanya sebagai penyedia bahan pangan bagi penduduk Indonesia, namun juga memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian nasional.

Kedelai (*Glycine max*) yaitu tanaman semusim yang memiliki potensi cukup bagus untuk dikembangkan, mengingat konsumsi utama kedelai di Indonesia yaitu dalam bentuk tempe dan tahu yang merupakan lauk utama. Kedelai dapat diolah berupa kecap, tauco dan susu kedelai. Indonesia merupakan negara produsen tempe terbesar di dunia dan menjadi pasar kedelai terbesar di Asia. Berdasarkan data Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) tahun 2014 yang dirilis oleh BPS 2015, konsumsi tempe rata-rata per orang per tahun di Indonesia sebesar 6,95 kg dan tahu 7,068 kg. Pemenuhan kebutuhan akan kedelai yang merupakan bahan baku utama tempe dan tahu, 67,28% atau sebanyak 1,96 juta ton harus diimpor dari luar negeri (Pusdatin, 2015). Hal ini terjadi dikarenakan produksi kedelai dalam negeri tidak mampu mencukupi permintaan produsen tempe dan tahu serta penurunan areal panen tanaman kedelai.

Provinsi Jawa Timur pada tahun 2013, mendapatkan predikat sebagai provinsi penghasil kedelai terbesar di Indonesia. Mengingat kontribusi yang dihasilkan yaitu sebesar 329.461 ton (42,52%) dari produksi nasional yang mencapai angka 779.992 ton, dengan Kota Banyuwangi sebagai lumbung kedelai, Bojonegoro, Pasuruan, Lamongan, Sampang dan Jember (BPS, 2015). Oleh

karena itu produktivitas yang tinggi sangat penting terhadap sumbangan kebutuhan pangan nasional. Meskipun secara agregat luas panen kedelai nasional lima tahun terakhir mengalami penurunan sebesar 0,36% (Pusdatin, 2015). Penurunan areal luas panen dikarenakan alih fungsi lahan pertanian menjadi lahan non pertanian di Pulau Jawa dinilai sangat tak terkendali, menyusul pesatnya perkembangan sektor industri dan pemukiman di Indonesia yang setiap tahunnya terus meningkat. Namun hal ini justru berbanding terbalik, penurunan luas lahan panen kedelai tidak berarti produktivitas kedelai juga ikut menurun. Berdasarkan data Pusdatin (2015) maka produksi kedelai nasional lima tahun terakhir meningkat dengan rata-rata 2,49% per tahun.

Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu penyumbang produksi kedelai nasional. Kisaran rata-rata produksi tahun 2014 sebesar 1,8 ton/Ha, sedangkan target produktivitas nasional di Jawa Timur sebesar 1,4 ton/Ha. Sebanyak 11 Kecamatan di Kabupaten Pasuruan yang menyumbang produksi kedelai diantaranya Kecamatan Beji (Surya, 2014). Kecamatan Beji merupakan salah satu kecamatan yang menyumbang produksi kedelai di Kabupaten Pasuruan. Produktivitas kedelai yang mampu dihasilkan rata-rata untuk luasan areal panen 1 Ha dapat mencapai  $\pm$  1,8 ton. Kecamatan Beji juga menjadi pengembangan penangkar kedelai seluas 10 Ha. Meskipun sebagai salah satu penyumbang produktivitas kedelai yang cukup tinggi, akan tetapi masih terdapat kendala pada saat melakukan kegiatan pemasaran. Selain itu harga jual hasil panen kedelai masih tergantung dengan tengkulak dan juga panjangnya saluran pemasaran yang ada membuat pendapatan yang diterima petani masih rendah.

Ketidakstabilan harga jual di tingkat petani dikarenakan luas areal panen yang dimiliki oleh petani cenderung lebih sempit, yaitu kurang dari 1 Ha, menyebabkan petani tidak mampu untuk menetapkan harga jual ke tengkulak, sehingga harga jual hasil panen hanya tergantung pada tengkulak. Sementara petani dengan jumlah produksinya yang sedikit lebih memilih menjual kedelai melalui pedagang pengumpul. Tidak adanya lembaga pemasaran yang menampung hasil panen para petani, dikarenakan Koperasi Unit Desa (KUD) yang berada di Kecamatan Beji sudah beralih fungsi menjadi tempat pembayaran listrik. Hal ini perlu dilakukan pengkajian lebih lanjut terhadap sistem pemasaran

kedelai yang ada di Kecamatan Beji. Selama ini sistem pemasaran yang ada kurang mendapat perhatian, sehingga masih dihadapkan pada persoalan sistem pemasaran yang belum optimal.

Pemilihan saluran pemasaran sangat penting untuk dilakukan, saluran pemasaran dapat dikatakan efisien apabila, pemasaran tersebut mampu menyampaikan hasil produsen hingga sampai ke konsumen tentu saja dengan memperhatikan biaya yang digunakan. Apabila biaya yang digunakan rendah sehingga mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan biaya yang dibayarkan oleh konsumen, pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran hingga petani produsen. Sementara tingginya biaya pemasaran disebabkan kurang tepatnya penggunaan saluran pemasaran.

Berkaitan dengan hal tersebut, untuk meningkatkan pendapatan petani perlu diimbangi dengan sistem pemasaran yang efisien, sehingga pendapatan yang diterima petani menjadi lebih tinggi (Baladina, 2007). Pemasaran yang efisien dapat dilihat dari *margin* yang tidak terlalu besar yang di terima petani. Apabila *margin* pemasaran semakin tinggi, maka penerimaan yang didapat petani menjadi lebih sedikit. Hal ini yang mengakibatkan pendapatan yang diterima petani masih rendah (Anindita, 2004). Sistem pemasaran yang efektif akan memberikan dampak positif terhadap pendapatan yang diterima petani. Oleh sebab itu, kelancaran dari sebuah pemasaran tidak lepas dari kualitas kedelai yang dihasilkan petani dan juga upaya lembaga pemasaran yang terkait dalam melakukan fungsi pemasaran.

Penelitian mengenai struktur, perilaku, dan kinerja pasar memberikan informasi kondisi kedelai kepada petani kedelai di Kabupaten Pasuruan. Pemasaran kedelai di Kecamatan Beji memiliki permasalahan yang menarik dilihat dari petani yang menginginkan harga jual kedelainya tinggi sedangkan terkendala dengan luasan lahan yang dimiliki kurang dari 1 Ha sehingga menyebabkan *bargaining power* petani rendah, sementara konsumen menginginkan harga yang lebih murah, dan lembaga pemasaran tentu saja menginginkan keuntungan yang lebih tinggi. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan mengingat Kecamatan Beji merupakan salah satu penyumbang produksi kedelai di Kabupaten Pasuruan dan juga memiliki potensi

yang cukup baik dalam produktivitas yang dihasilkan, daerah berpotensi sebagai pengembangan penangkar kedelai, tetapi tingkat pendapatan yang diterima petani masih tergolong rendah. Penelitian ini juga menganalisis hubungan yang terbentuk antara tingkat efisiensi pemasaran yang dilihat dari SCP dan tingkat pendapatan usahatani kedelai. Analisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar kedelai diharapkan dapat meningkatkan efisiensi pemasaran kedelai yang mampu meningkatkan pendapatan petani.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Pada dasarnya setelah melakukan kegiatan budidaya hal yang penting dilakukan selain penanganan pasca panen yaitu kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan oleh petani untuk mengembangkan kegiatan budidaya berikutnya, untuk memenuhi kebutuhan pribadi petani dan juga pembeli (Soekartawi, 1993). Keberhasilan suatu pemasaran pada dasarnya merupakan hasil perpaduan antara kualitas barang yang dihasilkan dengan harga barang serta bagaimana cara menjualnya.

Salah satu kegiatan pemasaran yang perlu diperhatikan adalah efisiensi pemasaran. Menurut Anindita (2004) efisiensi pemasaran di bidang pertanian yaitu suatu tujuan utama berbagai pelaku kegiatan ekonomi seperti petani, pedagang, pemerintah maupun masyarakat sebagai konsumen. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (1993) dan Anindita (2004) yaitu dengan menggunakan pendekatan *structure, conduct, and performance* (SCP). Pendekatan SCP dikatakan sebagai pendekatan yang efektif untuk menganalisis efisiensi pemasaran, dikarenakan pendekatan SCP melihat dari kondisi pasar mulai dari konsentrasi pelaku pasar, pangsa pasar yang terlibat, diferensiasi produk yang ada, hambatan keluar masuk pasar maupun tingkat pengetahuan pasar yang membentuk struktur pasar tersebut.

Struktur dan perilaku pasar akan membentuk kinerja pasar, struktur pasar yang optimal akan memberikan atau menciptakan suatu kombinasi yang baik terhadap kinerja pasar yang terbentuk nantinya (Hasibuan, 1994). Apabila struktur pasar yang terbentuk mampu berlaku adil atau persaingan sempurna, maka semua

pelaku pasar (petani maupun lembaga pemasaran) akan mendapatkan keuntungan yang sama. Sementara struktur pasar semakin terkonsentrasi akan menyebabkan adanya kecenderungan dan kekakuan harga yang terjadi di pasar dan akhirnya berpengaruh pada perilaku pasar.

Rendahnya posisi tawar petani kedelai dan cenderung kurang mendapatkan perlindungan terhadap permainan harga yang ditentukan oleh para tengkulak maupun pedagang mengakibatkan posisi petani hanya sebagai *price taker*. Petani kedelai dapat memperbaiki keuntungannya dengan meningkatkan produksi. Namun hal tersebut sangat berkaitan dengan kondisi cuaca yang tidak menentu, sehingga produktivitas yang diterima petani tidak pasti. Akibatnya, petani hanya memperoleh keuntungan sedikit, karena keuntungan sebagian besar dinikmati oleh para lembaga pemasaran yang terlibat. *Bargaining power* yang lemah salah satu dikarenakan sempitnya areal panen kedelai yang dimiliki petani membuat produksi tidak terlalu tinggi sehingga petani tidak mampu menetapkan harga, serta tidak adanya KUD yang membantu menampung hasil panen tersebut. Petani di Kecamatan Beji rata-rata langsung menjual hasil panen kedelai ke tengkulak. Oleh sebab itu, dengan terbatasnya tingkat pengetahuan pasar yang diterima oleh petani, membuat petani hanya sebagai *price taker* atau menerima harga yang ditawarkan oleh tengkulak.

Variabel yang digunakan penelitian ini pada indikator struktur pasar menggunakan derajat konsentrasi pasar dengan variabel (*market share*, CR4, Indeks Hirschman Herfindahl dan Indeks Rosenbluth), hambatan keluar masuk pasar, tingkat pengetahuan pasar, diferensiasi produk. Indikator perilaku pasar menggunakan variabel penentuan harga, kelembagaan, kolusi taktik dan promosi. Indikator kinerja pasar menggunakan variabel *margin* pemasaran, *Share* harga petani, *share* biaya pemasaran, *share* keuntungan, dan R/C rasio. Analisis usahatani kedelai dan juga hubungan tingkat efisiensi pemasaran terhadap pendapatan petani.

Berdasarkan uraian di atas, perlu dilakukan penelitian tentang efisiensi pemasaran kedelai yang dilihat dari struktur, perilaku dan kinerja pasar. Hal ini dikarenakan sektor pertanian di Kecamatan Beji masih memiliki peran yang sangat penting, mengingat kedelai merupakan salah satu tanaman pangan namun

produktivitas yang ada tidak mampu mencukupi kebutuhan sehingga membuat kedelai menjadi rawan bagi ketahanan pangan Indonesia. Maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut; **“Sejauh mana tingkat efisiensi dari struktur, perilaku dan kinerja pasar berpengaruh pada pendapatan petani”**.

Secara rinci permasalahan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat efisiensi struktur pasar kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan?
2. Bagaimana tingkat efisiensi perilaku pasar kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan?
3. Bagaimana tingkat efisiensi kinerja pasar kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan?
4. Bagaimana pendapatan usahatani kedelai di Kecamatan Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan?
5. Bagaimana hubungan antara tingkat pendapatan usahatani kedelai dengan efisiensi pemasaran Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini dirumuskan seagai berikut:

1. Menganalisis tingkat efisiensi struktur pasar kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
2. Menganalisis tingkat efisiensi perilaku pasar kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
3. Menganalisis tingkat efisiensi kinerja pasar kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
4. Menganalisis pendapatan usahatani kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
5. Menganalisis hubungan tingkat pendapatan usahatani kedelai dengan efisiensi pemasaran di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat hasil penelitian diharapkan:

1. Menambah informasi untuk masukan upaya peningkatan efisiensi pemasaran usahatani kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
2. Menjadi masukan untuk kebijakan upaya peningkatan pendapatan usahatani kedelai di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
3. Menjadi masukan untuk penelitian lebih lanjut tentang pemasaran usahatani kedelai.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Fokus ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada:

1. Efisiensi pemasaran yang dilakukan menggunakan pendekatan struktur, perilaku dan kinerja pasar adalah efisiensi pemasaran kedelai yang dilakukan pada bulan Agustus-November 2016 di Desa Ngembe Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan.
2. Perhitungan pendapatan usahatani kedelai dibatasi pada pendapatan usahatani yang diterima petani dikurangi dengan biaya produksi usahatani kedelai dalam satu musim tanam (Agustus-November 2015).
3. Usahatani yang dimaksud dalam penelitian ini adalah usahatani kedelai yang dilakukan pada musim tanam Agustus-November 2015