

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai penggerak perekonomian, sektor pertanian harus didukung keberadaannya agar berbasis pada sumber daya lokal. Pada sektor pertanian, hortikultura menempati posisi yang penting sebagai produk yang berpotensi untuk dikembangkan karena bernilai komersial tinggi dan mempunyai peran strategis dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Sejalan dengan pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan rumah tangga dan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang gizi, kebutuhan sayur dan buah di masa mendatang diperkirakan akan terus mengalami peningkatan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa peluang pasar produk hortikultura akan semakin besar di masa mendatang baik di pasar dunia maupun pasar dalam negeri (Nisa, 2009).

Pada saat ini konsumsi masyarakat pada tanaman hortikultura khususnya sayuran di Indonesia masih tergolong rendah. Menurut data *Agroprima Fresh, Fruit and Vegetables* (2010), tingkat konsumsi sayuran masyarakat Indonesia pada tahun 2005 masih sebesar 35,30 kg/kapita per tahunnya, kemudian pada tahun 2006 sebesar 34,06 kg/kapita setiap tahun dan tahun 2007 meningkat menjadi 40,90 kg/kapita/tahun. Jumlah konsumsi masyarakat Indonesia tersebut masih berada di bawah standar konsumsi sayur yang direkomendasikan oleh FAO yaitu sebesar 73 kg/kapita per tahun.

Salah satu komoditi hortikultura yang berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia khususnya di Kota Malang adalah cabai rawit. Cabai rawit merupakan komoditas sayuran yang banyak mendapat perhatian karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi dan banyak dibudidayakan di daerah tropis (Bahar, 1999). Cabai rawit digunakan untuk konsumsi rumahtangga dan untuk ekspor ke negara-negara beriklim dingin dalam bentuk cabai rawit kering. Cabai rawit kering tersebut digunakan untuk bumbu, saus dan produk-produk makanan kaleng.

Tanaman cabai rawit merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia. Jenis sayuran ini banyak dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk tanpa melihat tingkat sosialnya. Komoditas ini mempunyai prospek cerah karena dapat menaikkan pendapatan petani maupun pedagang pasar karena bernilai

ekonomi tinggi dan melihat kegunaannya sebagai bahan baku industri yang berpeluang untuk ekspor. Kebutuhan cabai rawit juga dapat berfungsi sebagai bumbu masak dan sumber vitamin C (Widiawati, 2010).

Cabai rawit termasuk komoditas hortikultura yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Permintaan cabai rawit cukup tinggi dan kontinyu, yaitu rata-rata sebesar 4,6 kg per kapita per tahun (Setiadi 2000). Waktu yang dibutuhkan untuk penanaman juga relatif singkat dan adanya berbagai alternatif teknologi yang tersedia serta relatif mudahnya teknologi tersebut diadopsi petani merupakan rangsangan tersendiri bagi petani (Hutabarat&Rahmanto, 2002). Menurut Sutiarmo (1999), cabai rawit dikategorikan sebagai komoditi komersial karena sebagian besar ditunjukkan untuk memenuhi permintaan pasar. Karakteristik perkebangannya memungkinkan komoditi tersebut dikonsumsi dalam bentuk segar maupun olahan, oleh karena itu pengusaha cabai rawit dapat ditunjukkan untuk memenuhi permintaan industri pengolahan baik di pasar domestik maupun ekspor.

Permintaan cabai rawit di Kota Malang semakin meningkat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk dan semakin meluasnya agroindustri pangan olahan di Malang. Adanya peningkatan permintaan masyarakat terhadap cabai rawit menjadikan prospek pengembangannya cukup bagus dan harus diimbangi dengan peningkatan produksi yang berkelanjutan. Oleh sebab itu, upaya perluasan sentra produksi dan pengusaha cabai rawit perlu dilakukan untuk mengantisipasi peningkatan permintaan tersebut.

Pasar Tradisional Blimbing merupakan salah satu sentra penjualan cabai rawit di Kota Malang. Letaknya yang strategis di tengah kota membuat pasar tersebut menjadi pilihan produsen dan konsumen melakukan jual beli, salah satunya untuk komoditas cabai rawit. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kota Malang tahun 2012, permintaan cabai rawit dari tahun ke tahun cenderung mengalami peningkatan sedangkan produksinya mengalami fluktuasi. Permintaan cabai rawit pada tahun 2010 adalah sebesar 152.083 kwintal sedangkan produksi cabai rawit pada tahun 2010 hanya sebesar 118.631 kwintal. Pada tahun 2011 permintaan cabai rawit mengalami peningkatan sebesar 173.034 kwintal, sedangkan produksi tahun 2011 mengalami peningkatan sangat signifikan sebesar

201.306 kwintal dan pada tahun 2012 permintaan cabai rawit mengalami peningkatan lagi sebesar 203.153 kwintal, sedangkan produksi cabai rawit pada tahun 2012 mengalami penurunan produksi sebesar 142.157 kwintal.

Permintaan pasar yang semakin tinggi sedangkan produksi cabai rawit yang masih rendah membuat peluang pembudidayanya sangat baik. Keadaan produksi yang tidak menentu seperti itu akan membuat harga cabai rawit akan cenderung berfluktuasi dikarenakan tidak seimbang antara permintaan dan produksi cabai rawit. Dengan adanya permintaan yang tinggi dan juga manfaat yang penting dari cabai rawit maka kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang harus diperhatikan dalam proses penyaluran cabai rawit sehingga produk bisa sampai ke tangan konsumen dengan mutu yang baik.

Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat ataupun terjadinya pemenuhan kebutuhan atau keinginan dengan menggunakan alat pemuas yang berupa barang ataupun jasa dimana terjadi pemindahan hak milik antara penjual dan pembeli (Sudiyono, 2004). Problem komoditas cabai rawit menyangkut fluktuasi harga selalu menjadi kekhawatiran petani dan pedagang. Sangat intensifnya peningkatan produksi cabai rawit di saat-saat tertentu sering menyebabkan anjloknya harga cabai rawit di pasaran dan sebaliknya. Kondisi tersebut juga terjadi di Pasar Tradisional Blimbing, bahkan setiap satu minggu sekali mengalami kenaikan dan penurunan harga (Dinas Pasar, 2012).

Sistem pemasaran yang efisien akan terjadi jika selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen terdistribusi secara proporsional antara lembaga pemasaran (sudiyono, 2001). Dimana produsen dan lembaga pemasaran yang terlibat bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, sedangkan konsumen berusaha mendapatkan harga yang rendah dari produk yang dibelinya. Selisih harga yang tinggi terjadi karena harga yang dipakai adalah harga yang berlaku di pasaran, sehingga petani tidak berperan dalam penentuan harga jual cabai rawit. Melihat kenyataan tersebut maka peran pemasaran menjadi sangat penting untuk keberlangsungan usaha tani cabai rawit agar harga yang layak dapat diterima oleh produsen.

Pada umumnya untuk menyalurkan produk sampai ke tangan konsumen, produsen memerlukan 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 kepada konsumen akhir atau pemakai industri. Saluran pemasaran tersebut ada yang panjang ada pula yang pendek.

Pemasaran secara efisien merupakan faktor penting untuk meningkatkan keuntungan petani cabai rawit khususnya Kota Malang agar tidak ada pihak yang dirugikan, dalam hal ini yang dimaksud adalah petani dan konsumen akhir. Pengetahuan tentang efisiensi pemasaran akan dapat bermanfaat untuk menekan harga komoditi cabai rawit.

Dengan permasalahan yang terjadi dan melihat potensi cabai rawit yang cukup layak untuk dikembangkan karena permintaan pasar yang terus meningkat, maka penelitian tentang efisiensi pemasaran cabai rawit di Pasar Tradisional Blimbing Malang menjadi menarik untuk dilakukan. Diharapkan hasil penelitiannya dapat digunakan sebagai pengetahuan tentang efisiensi pemasaran bagi petani, pedagang dan konsumen cabai rawit agar tidak ada pihak yang dirugikan.

1.2 Rumusan Masalah

Pasar Tradisional Blimbing merupakan salah satu pasar tradisional yang penting bagi masyarakat di Malang. Lokasinya yang setrategis di tengah kota memudahkan akses pedagang maupun konsumen untuk melakukan transaksi secara langsung. Transaksi antara pedagang dan konsumen masih mempertahankan tradisi lama dengan tawar menawar harga sehingga pasar ini masih menjadi favorit masyarakat kota Malang.

Salah satu komoditas unggulan yang diperjualbelikan di Pasar Tradisional Blimbing adalah cabai rawit. Cabai rawit merupakan salah satu komoditas sayuran yang banyak diusahakan oleh petani Kota Malang. Menurut Dinas Pertanian, Kota Malang merupakan salah satu penghasil cabai rawit terbesar di Jawa Timur. Hal tersebut wajar mengingat lokasi Kota Malang sangat strategis untuk budidaya cabai rawit. Komoditas sayuran ini termasuk ke dalam kelompok rempah tidak bersubstitusi yang berfungsi sebagai bumbu penyedap makanan serta bahan obat tradisional.

Cabai rawit merupakan salah satu tanaman sayuran yang menjadi menu pokok hampir pada semua jenis masakan dengan fungsi sebagai penyedap masakan. Fungsi utama pada cabai rawit menunjukkan jumlah penggunaan pada tiap masakan yang memerlukan penyedap sayuran ini. Mayoritas masyarakat di Indonesia menggunakannya sehingga secara keseluruhan jumlah penggunaan cabai rawit sangatlah besar. Meskipun harga jual cabai rawit fluktuatif, usaha tani pada komoditas ini masih banyak diminati mengingat permintaan akan cabai rawit terus meningkat tidak hanya pasar di dalam negeri tetapi juga pasar ekspor.

Fluktuasi harga yang terjadi pada cabai rawit tentu saja menimbulkan banyak permasalahan. Permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran cabai rawit adalah faktor efisiensi pemasaran atau penyampaian produk dari produsen ke konsumen akhir atau saluran pemasaran. Sistem pemasaran yang efisien akan terjadi jika selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen terdistribusi secara proporsional antara lembaga pemasaran.

Produsen dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam rantai pemasaran cabai rawit memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, sedangkan konsumen berusaha mendapatkan harga yang rendah dari produk yang dibelinya. Selisih harga yang tinggi terjadi karena harga yang dipakai adalah harga yang berlaku di pasaran, sehingga petani tidak berperan dalam penentuan harga jual cabai rawit. Selain itu, biaya pemasaran yang tinggi karena kebutuhan cabai rawit seperti pengepakan, penyortiran dan pengiriman yang membutuhkan penanganan khusus menyebabkan tingginya selisih harga.

Permasalahan lain yang dihadapi dalam kegiatan usaha tani sayuran hortikultura cabai rawit khususnya di pasar Tradisional Blimbing Malang adalah permasalahan dalam pemasaran, hal ini disebabkan oleh saluran pemasaran yang panjang menyebabkan margin pemasaran yang tinggi. Dalam kegiatan pemasaran cabai rawit, petani berada pada posisi yang kurang menguntungkan. Petani mendapatkan harga jual yang rendah bila dilihat dari harga akhir di tangan konsumen yang disebabkan oleh posisi petani yang tak mampu menentukan harga jual produksinya dan cenderung menjadi penerima harga. Salah satu daerah pemasok cabai rawit di Pasar Tradisional Blimbing adalah dari Desa Tawang Argo Batu. Petani dari Desa Tawang Argo tidak menjual hasil panennya langsung

ke konsumen akhir karena seluruh hasil panen sudah dibeli oleh pedagang-pedagang besar dari Pasar Tradisional Blimbing.

Diketahui harga cabai rawit saat ini di tingkat petani berkisar Rp 7.000-Rp10.000/kg sedangkan harga di tingkat konsumen mencapai Rp 13.000-Rp 15.000/kg (Dinas Pasar, 2012). Selisih harga yang cukup besar tersebut menggambarkan besarnya ketimpangan harga yang cukup jauh antara produsen dengan konsumen.

Penyebab ketidak efisienan pemasaran cabai rawit terjadi karena beberapa hal antara lain banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran produk-produk pertanian khususnya cabai rawit sehingga mempengaruhi panjang pendeknya rantai pemasaran dan besarnya biaya pemasaran. Kemudian tingginya biaya pemasaran karena semakin besarnya perbedaan harga di tingkat produsen dan konsumen dan juga hubungan antara harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen sangat bergantung pada struktur pasar yang menghubungkannya dan biaya transfer. Semakin besar margin pemasaran akan menyebabkan harga yang diterima petani/produsen menjadi semakin kecil dan mengindikasikan ketidak efisienan sistem pemasaran yang terjadi (Sudiyono, 2001).

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa pemasaran cabai rawit di Pasar Tradisional Blimbing belum berjalan secara efisien sehingga masih perlu diadakan penelitian tentang pemasaran. Pertanyaan mengenai permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagaimanakah saluran pemasaran cabai rawit di Pasar Tradisional Blimbing?
2. Berapa biaya, keuntungan pemasaran dan *farmer's share* dari produsen sampai konsumen tingkat akhir?
3. Apakah pemasaran cabai rawit di Pasar Tradisional Blimbing sudah efisien?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit dari produsen sampai ke konsumen di Pasar Tradisional Blimbing.
2. Untuk mengetahui besarnya bagian harga yang diterima petani dari harga yang dibayar oleh konsumen (*farmer's share*)
3. Untuk mengetahui efisiensi di setiap lembaga pemasaran cabai rawit Pasar Tradisional Blimbing.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Menjadi informasi mengenai saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran cabai rawit khususnya bagi petani dan pedagang Pasar Tradisional Blimbing.
2. Sebagai wacana tambahan yang telah ada sehingga masyarakat juga memiliki pengetahuan tentang pemasaran cabai rawit dari hulu sampai hilir di Pasar Tradisional Blimbing.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lain untuk mengembangkan penelitian yang berbeda dengan tema yang sama.

