

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hortikultura merupakan sektor penting untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia. Khususnya tanaman buah dan sayuran merupakan komoditas hortikultura yang berkembang pesat di Indonesia. Kebanyakan sayuran mempunyai nilai komersial yang cukup tinggi disebabkan produk hortikultura ini senantiasa dikonsumsi setiap saat. Komoditas unggulan Nasional hortikultura adalah pisang, mangga, manggis, jeruk, durian, anggrek, rimpang, kentang, bawang merah, dan cabai (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2008).

Cabai merupakan tanaman hortikultura yang cukup penting. Pada umumnya cabai digunakan untuk kebutuhan rumah tangga dan industri makanan. Cabai adalah tanaman tahunan dengan tinggi mencapai 1 meter, merupakan tumbuhan perdu yang berkayu, buahnya berasa pedas dan tumbuh di daerah dengan iklim tropis (Santika, 2006). Cabai merah besar (*Capsicum annum L*) merupakan komoditas sayuran yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Selain digemari sebagai bumbu masakan karena memiliki rasa yang pedas dan warna yang merah sehingga membuat tampilan masakan lebih cerah dan mampu meningkatkan selera masakan. Tingkat perkembangan konsumsi cabai merah di Indonesia selama beberapa tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Konsumsi Cabai di Indonesia, Tahun 2009 – 2014

Tahun	Konsumsi (Kg/Kapita/Tahun)			Pertumbuhan (%)
	Cabai Merah	Cabai Hijau	Cabai Rawit	
2009	1,523	0,235	1,288	-6,56
2010	1,528	0,256	1,298	1,20
2011	1,497	0,261	1,210	-3,72
2012	1,653	0,214	1,403	10,19
2013	1,424	0,198	1,272	-11,48
2014	1,460	0,214	1.262	1,45

Sumber: Pusat dan Sistem Informasi Pertanian (2015)

Konsumsi cabai merah selama periode tahun 2009 – 2014 cenderung lebih tinggi bila dibandingkan dengan konsumsi cabai hijau dan cabai rawit. Tingkat konsumsi cabai merah relatif berfluktuasi namun cenderung mengalami penurunan dari tahun ketahun, dapat dilihat pada Tabel 1, konsumsi cabai merah

pada tahun 2009 mencapai 1,523 kilogram/kapita kemudian berfluktuasi namun mengalami penurunan menjadi 1,460 kilogram/kapita pada tahun 2014. Tingkat konsumsi cabai setiap tahunnya berfluktuasi dan cenderung meningkat pada saat menjelang hari besar seperti hari raya. Keadaan ini harus didukung dengan peningkatan produksi cabai merah.

Cabai merupakan komoditas agribisnis yang besar pengaruhnya terhadap dinamika perekonomian nasional sehingga dimasukkan dalam jajaran komoditas penyumbang inflasi yang terjadi setiap tahun. Inflasi adalah kenaikan harga barang-barang yang bersifat umum dan terus menerus. Pada Gambar 1 menunjukkan sumbangan komoditi cabai terhadap inflasi pada kurun waktu Januari 2014 sampai dengan Juli 2016.



Sumber: Bank Indonesia, 2016

Gambar 1. Inflasi Cabai Merah di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Dalam hal ini inflasi yang terlihat adalah cabai merah. Bila dilihat pada Gambar 1. Keadaan inflasi mengalami fluktuasi setiap bulannya. Inflasi tertinggi dalam kurun waktu tersebut adalah pada bulan Maret tahun 2016 yaitu sebesar 0,26 dan tingkat inflasi terendah terjadi pada bulan April tahun 2014 yaitu -0,13. Dapat dilihat pada Gambar 1 terjadi perubahan yang cukup besar pada bulan Januari 2016 hingga Maret 2016 yaitu dari -0,08 hingga 0,26. Tingkat inflasi yang tinggi pada saat itu dikarenakan perubahan cuaca. Diketahui pada kurun waktu tersebut terjadi banjir di beberapa daerah di Pulau Bangka sehingga menyebabkan terhambatnya distribusi cabai ke konsumen. Beberapa petani tidak bisa memproduksi cabai merah karena tanaman yang diusahakan terkena banjir.

Kurangnya pasokan cabai baik dari lokal maupun non lokal menyebabkan kebutuhan masyarakat tidak bisa terpenuhi, sehingga akhirnya berdampak pada tingkat inflasi yang tinggi.

Kabupaten Bangka Tengah merupakan salah satu daerah yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang berpotensi di sektor pertanian. Hal itu dikarenakan menurut data dari BPS, 2015 terdapat beberapa jenis tanaman yang bisa diusahakan di Bangka Tengah seperti lada, karet, padi dan lain sebagainya. Salah satu potensi pada sektor pertanian hortikultura yang ada di Bangka Tengah adalah usahatani cabai merah. Bangka Tengah telah ditetapkan menjadi daerah pertanian cabai merah oleh pemerintah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sejak tahun 2014. Hal itu terbukti dari dikeluarkannya Surat Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor: 45/Ktps/PD. 200/1/2015 tentang Penetapan kawasan cabai, bawang merah, dan jeruk nasional di kawasan Bangka Tengah. Ditetapkannya Bangka Tengah sebagai daerah pertanian cabai merah karena pemerintah beranggapan bahwa selain kondisi tanah yang cocok, beberapa petani di daerah Bangka Tengah sudah biasa bertanam cabai merah. Dengan adanya lokasi yang ditetapkan sebagai sentra tanaman cabai merah diharapkan bisa mencukupi kebutuhan masyarakat di daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Tabel 2. Perkembangan Luas Tanam, Luas Panen dan Produktivitas tanaman Cabai Besar di Kabupaten Bangka Tengah tahun 2009-2015.

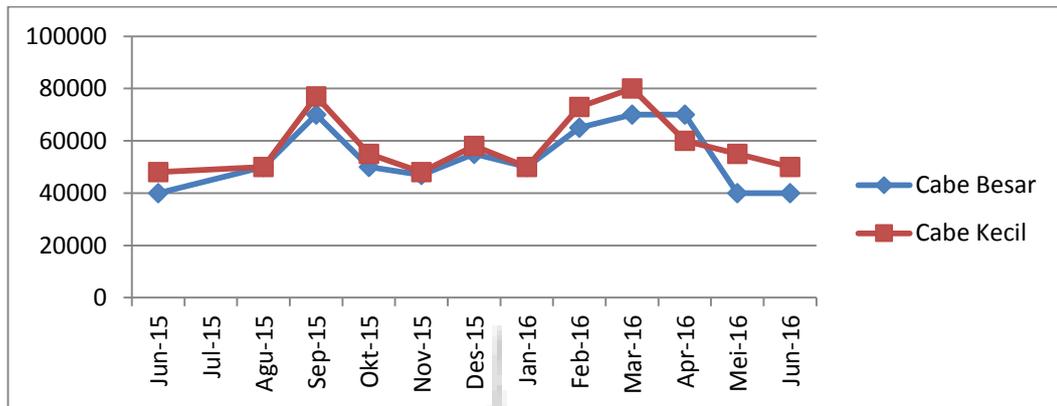
Tahun	Luas Tanam (ha)	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
2009	203	166	830	5,0
2010	171	142	681,6	4,8
2011	157	125	868,8	7,0
2012	141	109	545	5,0
2013	77	65	309,30	4,76
2014	85,0	75,0	357,9	4,8
2015	55,0	45,0	193,6	4,3

Sumber: Dinas Pertanian Bangka Tengah, 2016

Bila dilihat dari Tabel 2, Perkembangan luas tanam tanaman cabai merah tahun 2009-2015 di Kabupaten Bangka Tengah setiap tahunnya cenderung mengalami penurunan. Luas tanam terendah pada tabel 2 terdapat pada tahun 2015 yaitu sebesar 55 ha berbeda jauh bila dibandingkan pada tahun 2009 yaitu

sebesar 203 ha. Sedangkan bila dilihat dari tingkat produksinya terjadi penurunan yang cukup signifikan yaitu pada tahun 2009 produksi sebesar 830 ton dan pada tahun 2015 tingkat produksi sebesar 193,6 ton. Penurunan jumlah produksi cabai merah di daerah Bangka Tengah terjadi karena keadaan petani yang sebelumnya menanam cabai merah sebagai kegiatan sampingan. Pemerintah telah memberikan bantuan baik dalam bentuk modal ataupun bantuan dalam bentuk pupuk dan bibit tetapi tidak dimanfaatkan dengan baik oleh petani. Kurangnya tanggung jawab yang dirasakan petani dalam menanam cabai karena tidak mengeluarkan biaya menyebabkan petani tidak serius dalam mengusahakan cabai merah. Mereka tidak merasa rugi apabila usahatani cabai merah yang telah diusahakan gagal atau tidak memberikan hasil yang sesuai. Petani beranggapan bertanam cabai merah memiliki resiko dan biaya yang besar serta tidak menjanjikan untuk diusahakan, sehingga petani kemudian beralih ke usahatani lain yang secara otomatis mengurangi luas lahan untuk menanam cabai merah. Keadaan ini pada akhirnya menyebabkan berkurangnya jumlah cabai merah yang akan ditawarkan ke pasaran.

Cabai merah merupakan salah satu jenis sayuran komersial yang sejak lama telah dibudidayakan di Indonesia, karena produk ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Dewi, 2009). Cabai merah mempunyai harga yang berfluktuasi setiap waktunya. Perubahan harga yang sering terjadi umumnya disebabkan oleh ketersediaan pasokan cabai merah yang berubah sepanjang tahunnya. Menurut Redaksi Agromedia (2008), Siklus kebutuhan cabai di Indonesia meningkat menjelang *event* tertentu, seperti memasuki bulan puasa dan lebaran, natal dan tahun baru. Pada saat-saat tersebut, permintaan cabai yang tinggi diiringi dengan harga yang melambung. Selain karena faktor di atas, harga cabai menjadi mahal karena saat *event* tersebut bertepatan dengan musim hujan. Biasanya, petani yang menanam cabai hanya sedikit dan banyak pula yang gagal panen karena serangan hama penyakit. Akibatnya, keberadaan cabai di pasaran menjadi langka dan secara otomatis harganya melonjak tajam. Dapat dilihat pada gambar 2 yang merupakan perkembangan harga cabai merah di Bangka Tengah dari bulan Juni 2015 sampai dengan Juni 2015.



Sumber: Disperindagkop Bangka Tengah 2015-2016

Gambar 2. Perkembangan Harga Cabai Juni 2015 – Juni 2016 di Bangka Tengah

Perubahan harga cabai merah besar bila dilihat pada Gambar 2 mengalami fluktuatif. Kenaikan dan penurunan harga tidak menentu. Harga tertinggi cabai merah besar sebesar Rp 70.000 pada bulan September 2015, Maret dan April 2016, dan harga terendah cabai merah dalam kurun waktu tersebut adalah sebesar Rp 40.000 pada bulan Mei dan Juni 2016. Perubahan harga tersebut biasanya seiring dengan jumlah permintaan yang berubah pada setiap waktunya. Permintaan cenderung meningkat pada menjelang *event* tertentu selain dikarenakan oleh permintaan yang berubah, tingkat produksi yang berubah juga menyebabkan terjadinya perubahan harga. Ketika permintaan meningkat maka harga cabai otomatis akan meningkat karena pasokan cabai merah yang tidak bisa mencukupi seluruh permintaan konsumen. Harga yang tinggi juga bisa disebabkan panjangnya rantai distribusi yang terjadi pada suatu saluran pemasaran.

Seperti halnya komoditas hortikultura pada umumnya, peranan pemasaran pada komoditas cabai memberikan kontribusi penting dalam peningkatan kinerja usahatani komoditas cabai secara keseluruhan mengingat sifat unik dari komoditas hortikultura secara umum seperti mudah busuk, mudah rusak, *volumenious*, produksinya bersifat musiman sementara konsumsi terjadi sepanjang tahun. Sifat-sifat unik ini menuntut adanya perlakuan khusus berupa pengangkutan yang hati-hati, pengepakan yang baku dan baik, penyimpanan dengan suhu tertentu, dan berbagai metode pengawetan lain sehingga komoditas dimaksud dapat bertahan dalam waktu yang lama. Sementara itu, disisi lain para

konsumen menghendaki komoditas tersedia dekat dengan tempat mereka, dapat diperoleh sepanjang waktu dan dapat dikonsumsi dalam bentuk segar. Dua keinginan yang berbeda ini akan dapat dipenuhi dengan adanya suatu sistem pemasaran yang baik.

Pemasaran komoditas pertanian selama ini mempunyai mata rantai yang sangat panjang mulai dari petani produsen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer hingga ke konsumen, sehingga mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diterima petani dan tinggi nya harga yang diterima konsumen. Pola pemasaran konvensional yang dilakukan petani menyebabkan tingkat harga yang diterima oleh petani pada umumnya relatif lebih kecil dibandingkan dengan harga yang diterima oleh pedagang. Pada sistem pemasaran ini akan menyebabkan terbentuknya fungsi pemasaran, struktur pasar, dan perilaku pasar.

Keadaan pemasaran yang kurang baik mengakibatkan konsumen harus menerima harga yang cukup besar dalam setiap pembelian cabai merah. Bila keadaan ini tidak diperbaiki kerugian juga akan dirasakan oleh petani karena tidak bisa menerima harga yang sesuai. Pada survei awal yang dilakukan ke petani dapat diketahui bahwa petani melakukan penjualan hasil pertaniannya tidak langsung ke konsumen. Para petani menjual cabai merah ke beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang besar dan pedagang pengumpul. Keadaan ini menyebabkan tingginya harga yang akan diterima oleh konsumen akhir. Rantai Nilai menunjukkan bagaimana sebuah produk bergerak dari tahap bahan baku ke pelanggan akhir. Rantai nilai menggambarkan berbagai kegiatan yang diperlukan untuk membawa produk atau jasa dari konsepsi, melalui berbagai tahapan produksi (melibatkan masukan dari berbagai produsen jasa), pengiriman pada konsumen akhir.

Pola pemasaran yang dilakukan oleh petani dengan melibatkan beberapa lembaga pemasaran menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan yang diterima oleh konsumen. Selain itu perbedaan harga juga terjadi antara harga ditingkat lembaga pemasaran di dalam sistem pemasaran. Perbedaan harga ini yang disebut dengan margin pemasaran. Pada umumnya besarnya margin pemasaran merupakan indikator yang paling sering digunakan

untuk mendeteksi terjadinya efisiensi pemasaran (Irawan, 2007). Selain margin pemasaran indikator lain yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Asmayanti (2012) dalam melihat efisiensi pemasaran yaitu dapat dilihat dengan *Farmer's Share* dan penyebaran rasio keuntungan dan biaya. *Farmer's Share* adalah harga yang diterima produsen dibandingkan dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dikalikan 100 persen, sedangkan rasio keuntungan dan biaya adalah persentase keuntungan yang diterima lembaga pemasaran terhadap biaya pemasaran yang secara teknis untuk mengetahui tingkat efisiensinya.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran adalah dengan menemukan model pemasaran yang tepat untuk pertanian cabai. Model pemasaran yang dimaksudkan adalah sistem yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling berkaitan dalam pemasaran tetapi tidak menyebabkan terjadinya margin pemasaran yang tinggi. Selain itu, model pemasaran alternatif dilihat dari proses yang terjadi dari sistem pemasaran tersebut dengan memperhitungkan fungsi-fungsi pemasaran, lembaga-lembaga yang terlibat. Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut maka perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk memberikan model pemasaran cabai merah yang efisien nantinya diharapkan bisa menjadi representasi pengendalian inflasi dan bisa memberikan dampak positif terhadap produsen dan konsumen.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana rantai nilai cabai merah di Kabupaten Bangka Tengah?
2. Berapa besar margin pemasaran, *farmer's Share* dan rasio keuntungan dan biaya dari pemasaran cabai merah di Kabupaten Bangka Tengah?
3. Bagaimana model saluran pemasaran cabai yang efisien di Kabupaten Bangka Tengah sebagai representasi pengendalian inflasi

C. Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan rantai nilai cabai merah di Kabupaten Bangka Tengah.
2. Menghitung besarnya margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya dari pemasaran cabai merah di Kabupaten Bangka Tengah.
3. Mendeskripsikan model saluran pemasaran cabai yang efisien di Kabupaten Bangka Tengah sebagai representasi pengendalian inflasi.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat berguna untuk:

1. Bahan informasi bagi para pengambil keputusan untuk pemasaran Cabai Merah
2. Membuat kebijakan pemerintah dalam sistem pemasaran cabai merah
3. Bahan referensi dan studi bagi pihak-pihak yang membutuhkan
4. Petani/pedagang sebagai informasi untuk membantu dalam perencanaan produksi dan pemasarannya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan petani
5. Mahasiswa, sebagai salah satu referensi mengenai sistem pemasaran Cabai Merah untuk menambah pengetahuan para pembaca.