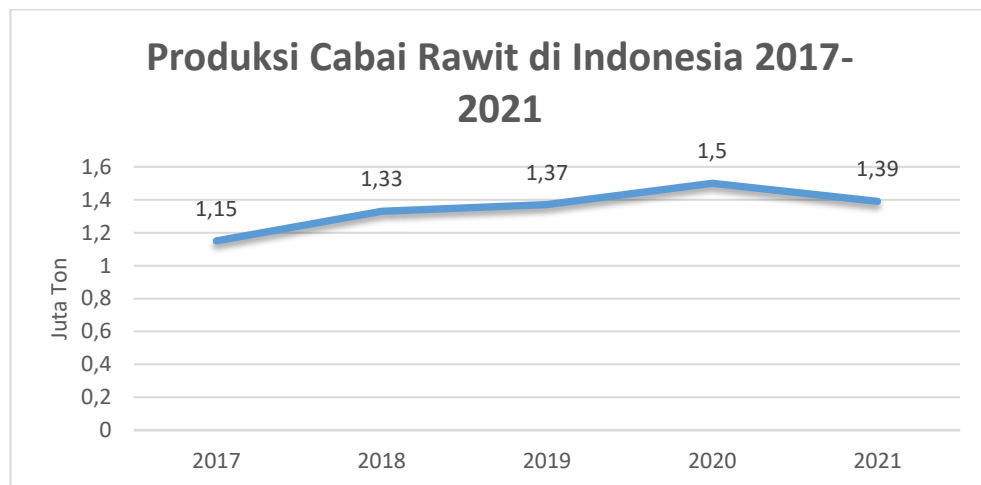


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara agraris, dimana sektor pertanian memiliki kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sektor pertanian terdiri dari subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan laut dan darat, serta kehutanan. Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi di Indonesia adalah cabai merah besar dan cabai rawit. Tanaman cabai merah besar dan cabai rawit ini tumbuh dengan baik di dataran tinggi maupun dataran rendah, terutama pada saat berbunga tidak tahan terhadap hujan, karena bunga-bunganya akan mudah gugur, serta rentan kerusakan karena perubahan iklim yang ekstrim (Nofita & Hadi, 2015).



Gambar 1.1 Grafik Produksi cabai rawit Indonesia
Sumber: BPS, 2022

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwasannya produksi cabai rawit di Indonesia mencapai 1,39 juta ton pada 2021. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah itu turun 8,09% dari tahun 2020 yang sebesar 1,5 juta ton. Penurunan produksi cabai rawit pada 2021 merupakan yang pertama kalinya dalam lima tahun terakhir. Pada 2017, produksi cabai rawit tercatat sebesar 1,15

juta ton, kemudian produksinya terus naik hingga tahun 2020. Pada 2021, produksi cabai rawit tertinggi terjadi di bulan Juli yaitu mencapai 134,4 ribu ton. Sementara yang terendah terjadi pada bulan Februari, yakni 94,54 ribu ton.

Jawa Timur menjadi provinsi dengan produksi cabai rawit terbesar di Indonesia, yakni mencapai 578,88 ribu ton pada 2021. Jumlah itu berkontribusi 41,75% terhadap produksi cabai rawit nasional. Sementara, Jawa Tengah berada di posisi kedua yang berkontribusi 12,93% dengan produksi mencapai 179,29 ribu ton. Adapun, Jawa Barat berkontribusi sebesar 9,91% dengan produksi mencapai 137,46 ribu ton.

Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu Desa di Kabupaten Mojokerto yang termasuk sentra penghasil cabai rawit. Hampir semua petani di Desa lakardowo menanam tanaman cabai rawit setiap tahun sebagai komoditas pertanian yang diandalkan sebagai penghasilan utamanya.

Cabai (*Capsicum annum L.*) merupakan tanaman hortikultura yang banyak diusahakan di Indonesia karena nilai ekonomisnya yang cukup tinggi. Permintaan akan cabai rawit di pasar pun dari waktu ke waktu cenderung terus ikut meningkat bahkan dapat diandalkan sebagai komoditas ekspor nonmigas. Untuk memenuhi seluruh kebutuhan cabai tersebut perlu tersedia pasokan cabai yang mencukupi. Apabila pasokan cabai berkurang atau lebih rendah dari permintaan maka akan terjadi kenaikan harga. Sebaliknya apabila pasokan cabai melebihi kebutuhan maka harga akan turun.

Menjelang akhir tahun sampai awal tahun, harga cabai melonjak cukup tinggi mencapai lebih dari Rp100.000/kg, sedangkan pada saat tertentu harganya bisa jatuh di bawah Rp10.000/kg. Fluktuasi harga musiman ini terjadi hampir setiap tahun dan meresahkan masyarakat konsumen cabai. Lonjakan harga cabai ini disebabkan oleh pasokan yang berkurang, sementara permintaan konstan dan

kontinu setiap hari, bahkan meningkat pada musim tertentu. Farid dan Subekti (2012), menyatakan bahwa fluktuasi harga cabai terjadi karena produksi cabai bersifat musiman, faktor hujan, biaya produksi, dan panjangnya saluran distribusi.

Menurunnya produksi cabai rawit diakibatkan karena serangan hama yang mengakibatkan petani cabai gagal panen dan luas lahan pertanian cabai yang fluktuatif di setiap daerah. Karena setiap petani cabai cenderung tidak konsisten menanam cabai di setiap musim. Budaya petani cabai jika saat panen mengalami kerugian saat harga turun dibawa Rp 10.000/Kg maka bisa dipastikan tahun depan petani akan menanam komoditas lain. Hal tersebut yang mengakibatkan produksi cabai fluktuatif dan berdampak pada harga cabai yang fluktuatif setiap tahunnya.

Sampai saat ini belum ada solusi konkret dari pemerintah untuk mengendalikan lonjakan harga cabai, kecuali memantau harga dan impor cabai dari luar negeri. Cabai pada periode Oktober 2021 lalu melonjak sangat tajam. Kenaikan impor cabai tercatat 1.774%. Impor cabai pada Oktober 2021 tercatat sebanyak 44.591.583 kilogram (kg). Jumlah ini naik 1.774% dibandingkan Oktober 2020 yang hanya 2.378.576 kg. Dibandingkan dengan bulan sebelumnya, impor cabai juga naik 887,46% dari sebanyak 4.515.794 kg di September 2021. Sementara itu, untuk nilai impor cabai pada Oktober 2021 tercatat US\$ 5.359.072. Nilai ini meningkat 15,89% dibandingkan dengan Oktober 2020 (Badan Pusat Statistik, 2021).

Upaya untuk mengurangi lonjakan harga cabai adalah dengan tetap menyediakan pasokan cabai yang cukup di pasar melalui penanaman cabai sepanjang musim, termasuk pada musim hujan. Petani biasanya enggan menanam cabai pada musim hujan karena risiko gagal panen cukup tinggi.

Usaha peningkatan produksi cabai dapat ditempuh melalui dua cara, yaitu: dengan intensifikasi dan ekstensifikasi. Intensifikasi adalah dengan mengoptimalkan semua faktor yang memengaruhi produktivitas tanaman cabai

tanpa perluasan lahan, antara lain: pengolahan lahan, penggunaan bibit unggul, pengairan, pemberantasan hama dan penyakit, serta pemupukan yang berimbang. Usaha ekstensifikasi adalah usaha peningkatan produksi yang dilakukan dengan cara perluasan areal tanam (Nawangsih, 2003).

Pada umumnya, petani cabai tidak menjual langsung hasil produksinya ke pasar-pasar di kota besar disebabkan oleh keterbatasan yang dimiliki petani, seperti alat transportasi, pengepakan, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran komoditi tersebut. Selain itu, adanya keterikatan petani kepada pedagang pengumpul dalam permodalan untuk pembelian benih atau bibit, pupuk, pestisida, dan lainnya, yang berjumlah cukup besar. Hal ini mendorong petani untuk menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul. Sebaliknya, bagi petani yang tidak terikat pinjaman, bebas dalam menentukan pilihan kepada siapa ia akan jual hasil produksinya seperti menjual langsung kepada konsumen pemakai melalui pasar-pasar di tingkat desa atau pasar tingkat kecamatan. Biasanya petani yang demikian mencari pembeli dengan harga tertinggi (Hutabarat dan Rahmanto, 2002).

Untuk memperoleh nilai jual yang baik, maka mekanisme pemasaran harus berjalan dengan baik dengan tujuan agar semua pihak yang terlibat diuntungkan. Bagi konsumen, tingkat harga yang tinggi merupakan beban. Bagi petani produsen perolehan keuntungan dapat diterima rendah atau berkurang, karena rendahnya tingkat harga yang diterima. Pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh pemasaran hasil produksinya dan harga yang berlaku, dimana pemasaran yang kurang efisien adalah kecilnya bagian yang diterima petani dari harga yang dibayar konsumen akhir (Soekartawi, 2005).

Pemasaran adalah salah satu mata rantai terpenting dan memiliki peranan yang besar terhadap pendapatan petani. Stabilitas ekonomi kerakyatan di berbagai bidang dapat tercapai apabila tercipta kelancaran pedagang serta

kelancaran berbagai komoditas khususnya komoditas pokok dan penting. Tersedianya pasar untuk hasil pertanian akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan produksi. Sebab walaupun produksi mengalami peningkatan tetapi tidak dapat dipasarkan maka akan sia – sia upaya untuk meningkatkan produksi tersebut (Sunarto dalam Ningsih, 2012).

Proses aliran barang yang terjadi dalam pasar disebut pemasaran. Proses pengaliran barang dari produsen ke konsumen akhir disertai penambahan guna melalui proses pengolahan, penambahan guna tempat melalui proses pengangkutan dan penambahan guna waktu melalui proses penyimpanan. Tempat konsumen yang seringkali terpisah jauh dari produsen sehingga produk pertanian harus diangkut dan kemudian disalurkan dari lokasi produsen ke konsumen (Sudiyono, 2002).

Jarak yang dapat diisi antara produsen dan konsumen oleh berbagai perantara dikenal sebagai trade channels of distribution yang melakukan berbagai fungsi. Karena adanya jarak tersebut maka fungsi badan perantara sangat diharapkan kehadirannya untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen melalui aktifitas atau kegiatan yang dikenal sebagai perantara. Produsen tidak mungkin melaksanakan sendiri penyaluran hasil produksinya, karena tidak efisien, modal investasi yang besar, pengawasan lebih sulit, banyak prorsnil dan sebagainya serta daerah geografis yang luas sulit untuk dijangkau (Kotler dan Amstrong, 2004).

Efisien komoditas pertanian pada suatu sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyalurkan hasil – hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya semurah – murahnya dan mampu membagi adil dari keseluruhan harga yang telah dibayar oleh konsumen kepada semua pihak yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran. Efisiensi dapat tercipta jika:

- 1) Keuntungan pemasaran lebih tinggi dengan menekan biaya pemasaran.

- 2) Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi.
- 3) Tersedianya fasilitas fisik pemasaran.
- 4) Terdapat kompetisi pasar yang sehat.

Tingginya biaya pemasaran disebabkan karena kurang tepatnya saluran pemasaran. Pemilihan saluran pemasaran merupakan masalah yang sangat penting. Efisiensi pemasaran juga tergantung kepada saluran pemasaran. Pemasaran yang efisien dapat tercipta apabila produsen mampu menyalurkan barang ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya. Selain itu juga mampu membagi dengan adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut (Rosmawati, 2011).

Aspek dari sektor pertanian dapat dikembangkan adalah tanaman hortikultura.

Seperti diketahui bahwa produk-produk pertanian dari petani khususnya komoditas hortikultura mempunyai sifat mudah rusak atau tidak bisa tahan lama. Oleh karena itu, perencanaan tanam dan proses penyampaian hasil panen dari petani (produsen) ke pasar (konsumen) harus diperhatikan. Selain sebagai tempat bertemunya pedagang dan pembeli untuk transaksi, pasar menjadi penting bagi produk-produk pertanian. Tujuan dibangun suatu pasar adalah untuk memberikan tempat atau sarana bagi produsen untuk menyampaikan produknya ke konsumen melalui lembaga pemasaran, sehingga pasar merupakan konsumen akhir dan atau konsumen organisasional, yaitu konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang berwujud sebagai permintaan terhadap produk.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam menghadapi peningkatan permintaan cabai rawit, peningkatan produksi harus diikuti dengan peningkatan kualitas cabai rawit. Untuk menghasilkan cabai rawit bermutu tinggi dengan harga dan keuntungan yang layak, diperlukan penanganan yang baik mulai dari perencanaan tanam hingga pemasarannya ke konsumen. Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu daerah yang memproduksi cabai rawit dan merupakan salah satu penghasil cabai rawit di Provinsi Jawa Timur. Untuk data luas panen, produksi, dan produktivitas cabai rawit di Kabupaten Mojokerto di sajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Cabai Rawit Kabupaten Mojokerto Tahun 2017 – 2019

No	Tahun	2016	2017	2018	2019
1	Luas Panen (Ha)	2840	2.328	2.770	3.479
2	Produksi (Ton)	5.634,60	2.137,30	4.146,10	5.870,20
3	Produktivitas (Ton/Ha)	1,98	0,92	1,49	1,68

Sumber: Badan Pusat Statistik Mojokerto, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 luas panen cabai rawit di Kabupaten Mojokerto terjadi kenaikan dan penurunan setiap tahun sehingga berpengaruh pada produktifitas cabai rawit. Berdasarkan survei awal usahatani cabai rawit di Kabupaten Mojokerto para petani cabai rawit memiliki masalah pada produksi yang tidak stabil dikarenakan luas lahan yang sempit, modal yang terbatas, tenaga kerja kurang wawasan mengenai teknik penanaman cabai rawit dan manajemen atau pengelolaan produksi belum maksimal sering terjadi telat dalam pemberian pupuk.

Produksi cabai rawit yang semakin banyak belum tentu menghasilkan pendapatan yang semakin besar, karena harga cabai rawit berpengaruh terhadap penerimaan. Harga jual cabai rawit di tingkat petani yang masih rendah menyebabkan pendapatan yang diterima petani juga rendah. Bahan pertimbangan bagi petani dalam mengambil keputusan untuk melaksanakan kegiatan usahatani cabai rawit selain aspek teknis tentang bagaimana cara petani mengalokasikan

faktor produksi untuk menghasilkan produksi yang tinggi, jumlah produksi yang dihasilkan dari hasil panen, dan juga aspek ekonomi yaitu tentang biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk melaksanakan kegiatan tersebut.

Pemasaran merupakan proses yang harus dilalui oleh petani sebagai produsen untuk menyalurkan produknya hingga sampai konsumen. Banyak lembaga atau saluran pemasaran yang terlibat di dalam kegiatan pemasaran. Komoditas pertanian biasanya memiliki rantai pemasaran yang panjang, sehingga proses pemasaran melibatkan banyak pelaku pemasaran. Hal ini dapat menyebabkan sistem pemasaran yang terjadi tidak efisien. Keadaan tersebut juga terjadi pada pemasaran cabai rawit di Kabupaten Mojokerto. Rantai pemasaran yang panjang dan melibatkan banyak pelaku pemasaran tanpa adanya batas harga yang diatur, menyebabkan harga cabai rawit yang berlaku tidak stabil. Untuk itu di perlukan perhatian pemerintah dengan melakukan pengendalian harga pasar cabai rawit agar bisa diatas harga *break even point*.

Sistem penjualan cabai rawit yang belum baik merupakan kendala, karena pendapatan petani selain ditentukan oleh jumlah komoditas yang dihasilkan, juga ditentukan oleh harga dari komoditas tersebut pada waktu panen. Petani cabai rawit bekerja sama dengan pedagang dalam penjualan cabai rawit. Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baik sebagai kelompok pembeli atau penjual. Kondisi pasar dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni jenis pasar cabai rawit, kelompok pembeli, daya beli, dan frekuensi pembelian cabai rawit. Proses penjualan cabai rawit juga dapat menentukan hasil yang akan didapatkan oleh petani cabai rawit di Kabupaten Mojokerto.

Berdasarkan uraian latar belakang maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana usia produktif petani cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto?

2. Faktor – faktor apa yang mempengaruhi produksi cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto?
3. Berapa jumlah pendapatan petani cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto?
4. Bagaimana pemasaran cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi karakteristik petani cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto
2. Untuk menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi produksi cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto.
3. Untuk menganalisis jumlah pendapatan petani cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto
4. Untuk menganalisis pemasaran cabai rawit di Desa Lakardowo Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat dan memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi yang berkenaan dengan manajemen usahatani dan sistem pemasaran terhadap produksi cabai rawit serta membantu dalam memberikan referensi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Agribisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta mempraktikkan teori – teori yang didapat dibangku kuliah agar dapat melakukan observasi dan menyajikan dalam bentuk tulisan dengan baik.

b. Bagi Lembaga

Untuk menambah pustaka perpustakaan bagi UPN “Veteran” Jawa Timur pada umumnya dan Fakultas Pertanian Pasca Sarjana jurusan Magister Agribisnis pada khususnya.

c. Bagi Dinas / Instansi

Diharapkan dapat menjadi masukan dalam penyusunan kebijakan teknis yang berkenaan dengan produksi dan pemasaran pada usahatani cabai rawit. Sebagai bahan pertimbangan produksi dan pemasaran pada usahatani cabai rawit untuk menjadi informasi dalam membangun koordinasi yang harmonis dalam kaitannya dengan peningkatan produksi dan pendapatan usahatani cabai rawit.