

ANALISIS PEMASARAN CABAI MERAH (*Capsicum annum*) DI DESA GOMBONG KECAMATAN BELIK KABUPATEN PEMALANG

Ekawati Budi Utaminingsih, Watemin, dan Dumasari

Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Jl. Raya Dukuwaluh PO Box 202 Purwokerto 53182

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemasaran cabai merah dan farmer share di Desa Gombang Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa lokasi petani di lokasi penelitian membudidayakan cabai merah sebagai tanaman utama. Responden dalam penelitian ini terdiri dari petani sebanyak 30 orang dan pedagang sebanyak 6 orang. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan perhitungan sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di lokasi penelitian terdapat 3 (tiga) pola saluran pemasaran cabai merah dengan farmer share tertinggi pada saluran ke tiga yaitu 76 %.

PENDAHULUAN

Cabai merupakan tanaman perdu dari famili terung-terungan (*Solanaceae*). Tanaman cabai memiliki sekitar 90 genus dan sekitar 2000 spesies yang terdiri dari tumbuhan herba, semak dan tumbuhan kecil lainnya. Tanaman cabai (*Capsicum annum*) terdiri dari 20 spesies yang sebagian besar tumbuh di Amerika. Jenis cabai yang sering dimanfaatkan dalam kehidupan manusia adalah *Capsicum annum* (cabai besar), *Capsicum frutescens* (cabai kecil), *Capsicum baccalum*,

Capsicum pubescens dan *Capsicum chinense* (Setiadi, 1999).

Jenis cabai yang dibudidayakan secara umum di Indonesia adalah *Capsicum annum* dan *Capsicum frutescens*. Menurut Biro Pusat Statistika, rata-rata luas areal cabai antara tahun 1987-1991 adalah 232.000 ha/tahun dengan produktivitas rata-rata 2,6 ton/ha. Produktivitas ini merupakan hasil dari usahatani cabai merah (*Capsicum annum*) dan cabai rawit (*Capsicum frutescens*) ini tergolong masih sangat rendah. Berdasarkan data primer produktifitas

rata-rata yang layak itu mencapai 20 ton/ha. Kebutuhan akan cabai terus meningkat setiap tahun sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perkembangan industri yang membutuhkan bahan baku cabai. Walaupun kebutuhan cabai terus meningkat, tetapi produksi cabai di Indonesia tergolong masih rendah, karena kenaikan produksi nasional rata-rata baru mencapai 3,3-3,5 ton/ha (Santika, 2002). Usahatani cabai yang berhasil memberikan keuntungan besar bagi petani. Akan tetapi, untuk usahatani cabai yang intensif memerlukan keahlian dan modal besar. Petani cabai sering menemui kegagalan dalam proses produksi sehingga menyebabkan kerugian yang besar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan ketrampilan dalam penerapan pengetahuan dan teknik budidaya cabai yang sesuai dengan daya dukung agroekosistemnya. Dari aspek agronomisnya perlu diperhatikan tentang pemilihan bibit yang baik, pemilihan lahan yang sesuai, ketersediaan air dan yang terpenting

adalah teknik budidaya dalam mengatasi kemungkinan serangan hama dan penyakit. Proses produksi pertanian khususnya cabai bersifat komersil, pada pemasaran cabai perlu diciptakan perlakuan yang dapat meningkatkan nilai tambah melalui pemanfaatan nilai tempat, guna bentuk dan guna waktu. Dengan demikian, pemasaran hasil pertanian dapat memberikan nilai tambah sebagai kegiatan produktif.

Berbagai jenis sayuran di pasar termasuk juga cabai merah mempunyai beberapa saluran pemasaran yang berbeda. Dari pemasaran ini, petani mendapat hasil penjualan untuk meningkatkan pendapatannya. Pemasaran cabai yang efektif tentunya berpengaruh terhadap efisiensi yang menentukan pendapatan petani. Jika saluran pemasaran terlalu panjang tentu menambah biaya dan berimbas pada harga produk ditingkat petani. Begitu sebaliknya, saluran pemasaran yang pendek akan mendorong naiknya harga produk di tingkat petani sehingga pendapatan petani meningkat. Pada

umumnya lokasi pertanian ada di daerah pegunungan sehingga untuk memasarkan hasil pertanian terutama cabai merah, petani membutuhkan pedagang perantara (pengumpul dan pengecer). Begitu juga dalam hal pemasaran, para pedagang tidak hanya menjual hasil usahatani terutama cabai merah pada pasar lokal saja, tetapi pedagang juga menjualnya ke pasar induk bahkan ada yang di ekspor.

Walaupun demikian, masih banyak terdapat permasalahan dalam hal pemasaran cabai merah. Petani sebagian besar menjual hasil budidayanya kepada pedagang pengumpul. Selama ini petani cabai merah belum memperhitungkan efisiensi usahatannya karena terbatasnya pengetahuan petani tentang jalur pemasaran yang ada. Berdasar uraian tersebut di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemasaran cabai merah dan *farmer share* yang diterima oleh petani dari setiap saluran cabai merah di Desa Gombong, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gombong, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa di Desa Gombong mayoritas petaninya menanam cabai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survai, sehingga peneliti langsung mengamati permasalahan yang ada di lapangan. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposif sampling* (sengaja). Metode ini digunakan karena jumlah populasi yang diteliti banyak dan bersifat homogen. Dari populasi sebanyak 1.931 orang akan diambil sampel sebanyak 30 orang yang dapat mewakili populasi yang ada di Desa Gombong, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang. Jumlah sampel pedagang yang ditentukan adalah 10 persen dari total populasi yang ada, yaitu sebanyak 6 pedagang cabai merah dari 61 pedagang cabai merah. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui wawancara dengan responden. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis

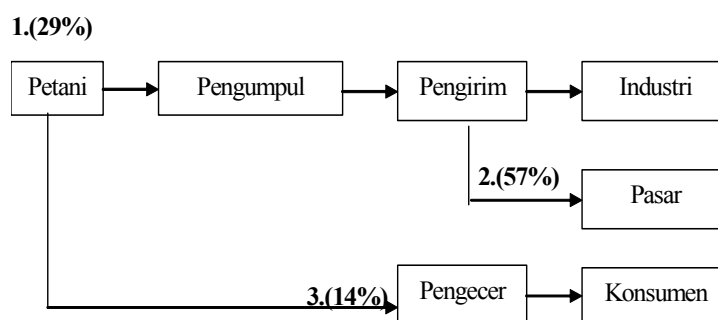
dengan menggunakan analisis sederhana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Para pelaku yang ada dalam kegiatan pemasaran cabai merah di Desa Gombang, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang eceran, pedagang pengirim, serta petani sebagai sumber perolehan komoditas dagang saluran pemasaran cabai merah ditampilkan pada Gambar 1.

Dari Gambar 1 terdapat tiga saluran pemasaran cabai merah yang ada di Desa Gombang Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang, yaitu :

1. Petani – pedagang pengumpul – pedagang pengirim - Industri (29%)
2. Petani – pedagang pengumpul – pedagang pengirim - pasar (57%)
3. Petani – pedagang eceran – konsumen (14%).



Gambar 1. Saluran Pemasaran Cabai Merah di Desa Gombang, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang.

Dari ketiga saluran yang ada di Desa Gombang melibatkan 3 pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul, pedagang pengirim, dan pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran pertama dan kedua melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang pengirim sedangkan pada saluran pemasaran ketiga hanya melibatkan pedagang pengecer saja. Keberadaan pedagang pengumpul dan pedagang pengirim ini dirasakan sangat berguna bagi petani dan konsumen, sebab adanya pedagang tersebut petani yang mempunyai hasil panen yang besar tidak perlu repot-repot menjual hasil panen ke pasar/konsumen disamping mengurangi biaya pemasaran, sedangkan bagi konsumen tidak perlu datang langsung ke petani yang letaknya cukup jauh.

Dalam pemasaran cabai merah yang terjadi di lokasi penelitian akan terjadi perbedaan harga antar lembaga pemasaran. Perbedaan tersebut disebabkan karena adanya biaya pada masing-masing lembaga pemasaran. Perbedaan harga tersebut disebut

dengan *margin*. Besar kecilnya margin akan berpengaruh besar terhadap harga ditingkat petani. Jika total marginnya tinggi maka akan menyebabkan harga yang diterima petani rendah. Bagian yang diterima petani dapat diketahui dengan membandingkan antara harga jual ditingkat petani dengan harga jual ke konsumen. *Farmer Share* adalah bagian yang diterima petani sebagai balas jasa atau kegiatan yang dilakukan dalam usahatani cabai merah. Besarnya bagian yang diterima petani pada masing-masing saluran dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan data pada Tabel 1, besarnya bagian yang diterima oleh petani pada ketiga saluran yang paling efektif dan efisien adalah pada saluran ketiga, karena pada saluran ketiga ini hanya menggunakan satu jasa perantara yaitu pedagang pengecer saja. Pada saluran pertama bagian yang diterima petani adalah 54,29 %. Bagian ini lebih rendah dari pada saluran yang kedua yaitu mencapai 69,09 %. Walaupun pada saluran pertama dan kedua sama-sama menggunakan dua jasa perantara

Tabel 1. *Farmer Share* Pada Masing-Masing Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Desa Gombong, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang.

Saluran Pemasaran	Harga Jual Rata-rata di Tingkat Petani (Rp/kg)	Harga Jual Rata-rata (Rp/kg)	<i>Farmer Share</i> (%)
1	1.900	3.500	54,29
2	1.900	2.750	69,09
3	1.900	2.500	76,00

Sumber : Data Primer yang diolah

yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengirim tetapi harga jual ke konsumen jauh berbeda, sehingga pada saluran kedua ini bagian yang diterima petani lebih tinggi dari pada saluran pertama.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran cabai merah memang tidak selalu berjalan dengan mulus. Tetapi pasti mengalami suatu permasalahan baik masalah mudah maupun masalah yang sulit. Pada Tabel 2. diuraikan tentang masalah yang dihadapi petani.

Dari penelitian yang sudah dilakukan, permasalahan yang ada pada setiap saluran umumnya sama, yaitu masalah pembayaran ke petani. Pedagang tidak membayar cabai merah ke petani secara kontan tetapi menunggu cabai merah itu laku ke

pedagang pengirim sedangkan pedagang pengirim itu sendiri menunggu pembayaran dari pasar sehingga memakan waktu yang lama untuk memperoleh pembayaran dari pedagang ke petani, sedangkan petani akan mempergunakan uang tersebut untuk modal dalam mengolah lahannya kembali sehingga dengan system pembayaran tersebut akan mempersulit petani. Petani juga mengalami kesulitan apabila harus memasarkan cabai merah itu sendiri langsung ke konsumen, selain jauhnya tempat pemasaran, produk cabai yang sedikit, modal yang dimiliki dan pengetahuan tentang pasar yang masih sangat sedikit juga menjadi kendala bagi petani.

Modal merupakan masalah yang dihadapi pedagang pada umumnya.

Tabel 2. Masalah yang dihadapi petani cabai merah di Desa Gombang, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang

No	Jenis permasalahan	Jumlah petani (orang)	Persentase (%)
1.	Pembayaran hasil pertanian oleh pedagang tidak secara kontan tetapi menunggu hasil pertanian itu laku di pasar.	30	100
2.	Kesulitan dalam memasarka cabai merah sendiri dikarenakan tempatnya jauh, produk sedikit,dan modal yang sangat sedikit.	27	90

Pedagang kebanyakan hanya mempunyai modal sedikit dari uang yang dimiliki sehingga dengan modal yang sedikit tersebut pedagang tidak bisa langsung membayar cabai merah secara kontan kepada petani.

Pada tabel 3 diuraikan tentang masalah yang dihadapi pedagang cabai merah di Desa Gombang, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang. Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa pedagang umumnya tidak mempunyai modal awal. Pedagang hanya mempunyai modal sedikit dari uang mereka, sehingga dalam membeli cabai merah petani tidak langsung dibayar tetapi menunggu cabai merah tersebut laku di pasaran atau berselang tiga hari

setelah pengiriman barang. Dari hasil pasar tersebut pedagang baru bisa membayar ke petani. Dengan keadaan yang seperti itu para petani tidak memperoleh kepastian harga dari pedagang karena pedagang itu sendiri tergantung dengan keadaan pasar. Sehingga hal tersebut sangat merugikan bagi petani.

Faktor permintaan pasar dan panen raya yang tidak menentu juga menjadi masalah bagi pedagang dan petani karena apabila permintaan pasar naik sedangkan hasil panen petani sedikit maka pedagang akan kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar tersebut, tetapi pada saat panen raya maka produk yang dihasilkan oleh

Tabel 3. Masalah yang dihadapi pedagang cabai merah di Desa Gombong, Kecamatan Belik, Kabupaten Pemalang

No	Jenis permasalahan	Jumlah pedagang (orang)	Persentase (%)
1.	Tidak adanya modal awal yang dimiliki pedagang	10	83
2.	Permintaan pasar dan panen raya yang tidak menentu	12	100
3.	Besar kecilnya cabai merah yang mempengaruhi permintaan pasar	10	83

petani sangat melimpah dan harga produk tersebut akan mengalami penurunan. Hal itu akan menyulitkan petani karena dengan harga yang rendah maka hasil penjualan yang di dapatkan sedikit bahkan modal yang dikeluarkan tidak kembali. Bagi pedagang akan mengalami kesulitan dalam memasarkan produk tersebut, karena antara produk yang ditawarkan lebih banyak dari produk yang diminta.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa besar kecilnya cabai juga berpengaruh terhadap permintaan. Cabai yang mempunyai nilai jual tinggi di pasaran adalah cabai tipe sedang, demikian pula permintaan cabai untuk industri. Demikian sebaliknya cabai tipe besar mempunyai

nilai jual yang lebih rendah, dan penjualannya hanya untuk pasar konsumsi saja dan tidak masuk dalam industri. Jarak pasar juga mempengaruhi bagi pedagang karena semakin jauh tempat pemasarannya maka semakin besar biaya transportasi tetapi dapat ditutup dengan harga jual cabai merah yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa:

1. Saluran pemasaran cabai merah di Desa Gombong Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang melalui tiga saluran pemasaran.

2. *Farmer share* atau bagian yang diterima petani paling tinggi pada saluran ketiga yaitu petani memperoleh bagian sebesar 76 %.

Saran

Perlu adanya lembaga yang mendistribusikan (meminjamkan) modal ke pedagang. Adanya modal pada pedagang maka produk yang dihasilkan oleh petani bisa langsung dibayar. Dengan adanya pembayaran *cash* dari pedagang maka perputaran modal petani tidak terhambat dan tidak ada pengurangan harga produk pertanian oleh pedagang kepada petani apabila terdapat kerugian dalam pemasaran produk hasil pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Santika, Adhi.2002. *Agribisnis Cabai*. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Setiadi.1999. *Bertanam Cabai*. Penebar Swadaya : Jakarta.
- Soekartawi. 1989. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori Dan Aplikasinya*. Edisi I. Rajawali : Jakarta.