

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia merupakan sektor terpenting bagi sebagian besar penduduknya. Sektor ini diharapkan mampu menjadi tonggak pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Selain itu, sektor ini juga cocok untuk menjadi kunci dalam pembangunan perekonomian nasional yang dilakukan dengan kegiatan agribisnis. Menurut (Yulia & dkk, 2017) Tujuan pembangunan ekonomi di sektor pertanian adalah untuk menghasilkan hasil dan kualitas produksi, meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani, tetapi pengolahan pasca panen, pedoman, harga yang wajar bagi petani dan produsen, infrastruktur yang baik.

Salah satu sektor pertanian penyumbang kontribusi terbesar dalam perekonomian Indonesia adalah subsektor hortikultura. Menurut badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018 subsektor hortikultura memiliki nilai ekspor tertinggi kedua setelah subsektor perkebunan. Subsektor hortikultura memiliki beberapa keunggulan dibandingkan subsektor lainnya antara lain mudah dalam proses pembudidayaan, tanaman hortikultura mudah untuk tumbuh di Indonesia, dan memiliki nilai ekspor yang tinggi. Dalam subsektor hortikultura terdapat berbagai macam komoditas, salah satu komoditas yang banyak dibudidayakan oleh petani adalah komoditas salak. buah salak merupakan buah yang berasal dari kawasan Asia Tenggara dan tumbuh subur di Indonesia.

Selain mudah dibudidayakan di Indonesia, tanaman salak memiliki prospek usahatani yang bagus bagi petani.

Salak menjadi salah satu tanaman tropis asli Indonesia. Terdapat kurang lebih 13 spesies salak yang tumbuh baik di Indonesia. Salak memiliki berbagai jenis, salah satunya yakni salak pondoh. Jenis salak ini mulai dibudidayakan di Indonesia pada tahun 1980 an di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, dan kemudian menjadi buah primadona di daerah tersebut karena rasanya yang manis dan renyah. Pengembangan agribisnis salak di Indonesia memiliki prospek pasar yang cukup menjanjikan baik untuk memenuhi pasaran domestik maupun pasaran internasional, sehingga dengan pengembangan buah salak ini dapat meningkatkan pendapatan petani.

Perkebunan salak pondoh saat ini telah meluas hingga ke beberapa wilayah di Indonesia, diantaranya meliputi Wonosobo, Banjarnegara, Banyumas, dan Kuningan. Salah satu daerah yang mengembangkan salak pondoh di Jawa Timur yaitu Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang. Salak Pronojiwo - Lumajang memiliki karakteristik berbasis kawasan yang justru lebih baik dibandingkan dengan asal bibitnya yaitu salak pondoh Sleman – Yogyakarta, diantaranya yaitu: buah lebih besar, lebih berair, rasanya sama-sama tidak ada pahit walaupun masih muda, lebih manis dan ada sedikit asamnya sehingga rasanya lebih segar.

Tanaman salak adalah spesies tanaman yang termasuk suku pinang-pinangan (*palmae*) yang sudah dikenal sebagai masyarakat indonesia. Tanaman salak pondoh (*Salacca zalacca edulis reinw*) adalah spesies tanaman

yang termasuk suku pinang-pinangan (*palmae*) yang sudah dikenal sebagai masyarakat indonesia. Menurut Direktorat Jendral Hortikultura pada tahun 2015, Indonesia menempati urutan kelima untuk jumlah produksi buah salak dengan nilai sebesar 1.118.953 ton atau sebesar 5,65% dari total produksi buah nasional. Pulau jawa menjadi sentra produksi buah salak di Indonesia yang mencapai 655.707 ton produksi atau sebesar 58,60% dari total produksi nasional. Memasuki era globalisasi, komoditi buah salak diharapkan dapat prioritas utama sebagai komoditas ekspor yang unggul dan handal, dimana buah salak memiliki peluang besar bagi para petani lokal untuk dikembangkan.

Tahun 2021 akhir Kecamatan Pronojiwo mengalami dampak erupsi semeru yang mana dampak tersebut mengakibatkan produksi salak menurun. Tanaman yang sudah terkena abu panas semeru, daun – daunnya banyak yang rusak terbakar. Selain itu, harga jual buah salak yang terpapar abu vulkanik semeru berdasarkan pengalaman sebelumnya hanya laku di pasaran Rp.2000 per kilogram.

Kemampuan dalam memasarkan barang yang dihasilkan akan dapat menambah aset dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan usaha. Pemasaran dapat dikatakan efisien jika ia memenuhi beberapa syarat, yakni mampu mendistribusikan hasil kepada konsumen dengan harga seminimal mungkin dan mampu membagi keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang secara adil (Mubyarto, 2013).

Mekanisme tataniaga merupakan salah satu rangkaian subsistem agribisnis yang memiliki keterkaitan erat dengan subsistem agribisnis lainnya, karenanya pemilihan rangkaian tataniaga, dalam hal ini saluran pemasaran produk pertanian, yang efisien dan efektif merupakan salah satu kunci pendorong kemajuan pertanian serta meningkatkan kesejahteraan baik itu dikalangan petani bahkan konsumen. Strategi teknis dan operasional tersebut harus mampu menciptakan efisiensi pemasaran yang pada akhirnya meningkatkan efektifitas sistem tata niaga yang mendorong kemajuan pertanian. Pemasaran yang efisien, digunakan sebagai indikasi kesejahteraan pelaku ekonomi produksi pertanian. Efisiensi pemasaran tersebut meliputi produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Pemasaran dapat digunakan untuk melihat adanya perbedaan pendapatan produsen dengan biaya konsumen. Disisi lain juga dapat melihat kelayakan pendapatan produsen dengan pendapatan pelaku pemasaran.

Meski produksi salak pondoh cukup banyak di daerah tropis, namun disisi lain masih dijumpai beberapa kelemahan petani dalam berusaha tani, antara lain kepemilikan lahan petani masih rendah. Dilihat dari kegiatan pemasaran salak pondoh terdapat berbagai pola saluran pemasaran yang selama ini dilalui petani dalam memasarkan produk salak pondoh, sehingga dengan sistem ini petani tidak memiliki kekuatan untuk tawar menawar. Secara keseluruhan komoditas hortikultura salak pondoh ini dihasilkan secara terpencar-pencar sehingga untuk kegiatan pemasaran dimulai dari pengumpulan produk di tingkat petani ke pedagang pengumpul dan pedagang pengecer baru kemudian proses

distribusi diakhiri pada konsumen akhir. Terdapatnya saluran atau lembaga pemasaran yang harus dilewati menimbulkan perbedaan harga pada tingkat pengecer (konsumen akhir) dengan harga ditingkat petani atau seringkali disebut margin pemasaran. Peneliti melakukan penelitian ini untuk melakukan analisis terhadap faktor-faktor yang berpengaruh pada margin pemasaran salak pondoh dan elastisitas tranmisi harga salak pondoh.

Berdasarkan masalah tersebut, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Analisis Saluran Pemasaran Salak (*Salacca zalacca edulis reinw*) di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang” karena Peneliti melihat banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran di Kecamatan Pronojiwo kabupaten Lumajang. Petani juga belum mengetahui perbedaan harga jual dengan harga beli di konsumen akhir, dan petani juga masih belum mengetahui bagaimana proses pemasaran salak yang efisien.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka permasalahan dari penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana saluran pemasaran komoditas salak pondoh di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?
2. Berapakah margin pemasaran, distribusi margin, dan farmer's share pada komoditas salak pondoh yang diperoleh pada masing – masing lembaga pemasaran di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?

3. Berapa besar tingkat efisiensi pemasaran komoditas salak pondoh di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang?

1.3 Tujuan

1. Menganalisis saluran pemasaran komoditas salak pondoh di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
2. Menganalisis margin pemasaran, distribusi margin, dan farmer's share pada komoditas salak pondoh yang diperoleh pada masing – masing lembaga pemasaran di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
3. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran komoditas salak pondoh di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.

1.4 Manfaat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, antara lain :

1. Dapat memberikan informasi mengenai efisiensi pemasaran pada komoditas salak.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan informasi untuk mengembangkan usahataninya.
3. Dapat dijadikan bahan pembanding dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.5 Definisi Operasional

Masing – masing variabel dan cara pengukurannya perlu diperjelas untuk memperoleh kesamaan pemahaman persepsi terhadap konsep-konsep dalam penelitian ini, antara lain:

1. Salak yang diteliti pada penelitian ini yaitu komoditas salak pondoh yang dipanen di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
2. Petani salak adalah seseorang yang melakukan kegiatan budidaya tanaman salak (orang), melakukan pemasaran salak, memiliki lahan di Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
3. Lembaga pemasaran adalah pelaku yang melakukan pemasaran dengan menyalurkan atau mendistribusikan salak dari Kecamatan Pronojiwo hingga berpindah ke tangan konsumen (orang).
4. Pedagang pengepul merupakan orang yang membeli salak dari beberapa petani yang akan dijual kembali ke pedagang besar (orang).
5. Pedagang besar kabupaten merupakan orang yang hanya menerima atau membeli salak dengan jumlah yang besar dan ruang lingkup usahanya hanya se-kabupaten saja.
6. Pedagang besar penyebar merupakan seseorang yang membeli salak dan langsung disebar ke beberapa pedagang di luar Kabupaten Lumajang.
7. Jumlah produksi adalah total hasil panen salak pada tahun 2012 hingga 2021.

8. Pemasaran adalah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberikan kepuasan dari barang atau jasa yang dipertukarkan kepada konsumen akhir dalam bidang pertanian, baik input atau produk pertanian.
9. Fungsi pemasaran dibagi menjadi 3 yaitu fungsi distribusi fisik, fungsi pertukaran dan fungsi perantara.
10. Saluran pemasaran adalah beberapa pihak atau lembaga pemasaran yang dilalui aliran produk salak di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
11. Efisiensi pemasaran adalah suatu kunci keberhasilan dari pemasaran yang dinilai berdasarkan besarnya sumber atau biaya untuk mencapai hasil kegiatan pemasaran yang dijalankan.
12. Margin pemasaran adalah perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen dan jumlah yang diterima petani (produsen) salak pondoh di Desa Pronojiwo Kecamatan Pronojiwo Kabupaten Lumajang.
13. Farmer's share adalah cara untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani yang dihitung dari perbedaan harga ditingkat produsen salak pondoh dari harga ditingkat konsumen.