

**KINERJA KELEMBAGAAN AGRIBISNIS CABAI MERAH
KABUPATEN REJANG LEBONG BENGKULU
(Study Kasus Kecamatan Selupu Rejang)**

Herlena Bidi Astuti dan Rudi Hartono

Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Bengkulu,
Jl. Irian Km 6,5 38119. Telp (0736) 345568. E-mail : bidizafirah@yahoo.co.id

ABSTRAK

Fluktuasi harga cabai selalu menjadi hal yang menarik namun mengkhawatirkan bagi petani dan pelaku pasar. Intensifnya peningkatan produksi disaat-saat tertentu sering menyebabkan anjloknya harga cabai di pasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja kelembagaan agribisnis cabai dan efisiensi pemasaran cabai di Kabupaten Rejang Lebong Bengkulu. Metode yang digunakan adalah studi kasus (*case study*) pada Kecamatan Selupu Rejang sebagai sentra komoditas cabai. Kinerja kelembagaan yang dianalisis adalah struktur, perilaku dan keragaan (*structure, conduct, and performance/SCP*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa cabai yang dihasilkan oleh petani Selupu Rejang dominan untuk memenuhi pasar Sumatera Selatan bukan untuk memenuhi permintaan pasar lokal. Saluran pasar dari produsen ke konsumen di Selupu Rejang memiliki tiga bentuk struktur rantai pasar dan semua produsen maupun pedagang tidak melakukan fungsi pengelolaan dan penyimpanan produk. Hasil analisis struktur pasar di Selupu Rejang menunjukkan adanya pasar persaingan sempurna, harga terbentuk karena bertemunya kekuatan permintaan dan penawaran. Dari hasil analisis efisiensi tataniaga diketahui bahwa saluran pasar I lebih Efisien daripada saluran lainnya.

Kata Kunci : Kelembagaan, Agribisnis, Cabai dan harga

ABSTRACT

Fluctuations in the price of chili Always Being is interesting but worrying for Farmers and Market Participants. Intensification of the increase in production while certain times often lead to falling prices of chilli in the market. The purpose of this study was to determine the institutional performance and efficiency of marketing chili in Rejang Lebong Bengkulu. The method used was a case study in the Selupu Rejang. Institutional performance analysis is the structure , behavior and the performance (SCP. The results showed that the chili is produced by farmers to meet market South Sumatra is not to meet the local market demand. Channel market from producers to consumers in Selupu Rejang has three forms of the market chain structure and all the producers and traders do not manipulate and store products. The results of the analysis of market structure in Selupu Rejang showed a perfectly competitive market , prices are determined for convergence of forces of demand and supply. From the analysis of the efficiency of business administration I known more Efficient market channels than any other channel.

Keywords : Institutional , agribusiness , chili and prices

PENDAHULUAN

Cabai merupakan komoditas hortikultura yang dikonsumsi semua kalangan di Indonesia, provinsi Bengkulu merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi untuk pengembangan komoditas cabai dengan sebaran penanaman dari dataran rendah hingga dataran tinggi yang menunjukkan tanaman cabai memiliki daya adaptasi yang baik. Dengan rasa pedas yang khas membuat komoditas ini selalu diminati dan memiliki permintaan yang tinggi. Berdasarkan data dari FAO sepanjang tahun 2000-2013 Indonesia menduduki urutan pertama sebagai negara dengan luas panen cabai dan paprika di ASEAN. (Kementan, 2015)

Istilah agribisnis sering juga diartikan sama dengan pemasaran atau tataniaga atau semacam kegiatan ekonomi yang membawa dan menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Menurut Sihombing (2010) kegiatan pemasaran adalah sebagian dari kegiatan distribusi dan juga dapat mengusahakan agar pembeli memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu dan bentuk serta harga yang tepat.

Penumbuhan sentra produksi cabai merah selama ini sudah sering dilakukan melalui upaya ekstensifikasi dengan mempertimbangkan kesesuaian lahan dan agroklimat, potensi pasar dan potensi sumberdaya manusia, namun beberapa program belum begitu efektif dalam pencapaian tujuan akhir yaitu peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani. Problem komoditas cabai merah menyangkut fluktuasi harga selalu menjadi kekhawatiran petani. Sangat intensifnya peningkatan produksi disaat-saat tertentu sering menyebabkan anjloknya harga cabai dipasaran hal ini karena permintaan yang cenderung tetap dalam jangka pendek sementara produksi melimpah (Hartono dkk, 2015). Keterlibatan pedagang akan membuat harga ditingkat petani dan pedagang jauh berbeda hal ini disebabkan pedagang perantara melakukan berbagai fungsi yaitu, pengangkutan, penjualan, pembelian penyimpanan dan pengolahan yang semua ini menimbulkan biaya baru bagi pedagang perantara. (Gitosudarmo,1994).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja kelembagaan agribisnis cabai dan efisiensi pemasaran cabai di Kabupaten Rejang Lebong Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah di Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong , metode yang digunakan adalah metode survey terhadap 6 orang pedagang pengumpul yang ditentukan secara purposive dan 30 orang petani produsen cabai yang diambil dengan metode simple random sampling.

Data yang dikumpulkan meliputi identitas untuk mengetahui karakteristik responden, saluran pemasaran, kelembagaan untuk pemasaran cabai yang sudah terbentuk dan nilai margin dari setiap tahapan saluran pemasaran. Untuk melihat efisiensi tataniaga adalah selisih antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan atau dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$EP = \left(\frac{TB}{TNP} \right) \times 100 \%$$

Dimana

EP : Efisiensi pemasaran

TB : Total Biaya

TNP : Total nilai produk

Berdasarkan persamaan ini dapat diartikan bahwa ketika ada penambahan biaya pemasaran akan menyebabkan pemasaran menjadi tidak efisien. (Sherpherd,1962 dalam soekartawi 1989).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identitasa Responden

Rata-rata usia responden adalah 37, 39 tahun dan rata-rata pendidikan responden petani adalah 8,94 tahun dan pedagang rata-rata 12 tahun. Pendidikan sangat diperlukan untuk sebuah kemajuan dan taraf hidup dari petani maupun pedagang karena untuk petani yang telah berkembang tingkat pendidikannya akan mengalami perubahan struktur ekonomi dan karakter sosial, ekonomi dan politik tersendiri. Mereka dapat dapat mengembangkan kelembagaan atau organisasi yang sesuai dengan kondisi dan pemahaman mereka, misalnya mempertimbangkan kebutuhan spesifik komoditas yang mereka usahakan. (Syahyuti,2010).

Dalam Suratman (2015) dijelaskan tingkat pendidikan dan pengetahuan juga merupakan faktor penting dalam kecepatan pengambilan keputusan dari setiap gerak

usahatani. Responden yang berpendidikan lebih tinggi diharapkan lebih dinamis, cepat dan tepat dalam mengambil keputusan untuk kebaikan usahanya.

b. Kinerja Lembaga Pemasaran

Dalam pemasaran terdapat berbagai fungsi diantaranya adalah fungsi pengumpulan dan distribusi yang menyangkut transportasi dan penyimpanan, sehingga dalam proses perpindahan produk dari produsen dan konsumen akan menimbulkan biaya tambahan dari suatu produk sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang dapat memuaskan konsumen. (Umikalsum, 2013)

Seperti umumnya produk, untuk menyalurkannya sampai kekonsumen diperlukan perantara pemasaran dan dari pemasaran ini petani mendapatkan hasil penjualan untuk meningkatkan pendapatannya. Pemasaran yang efektif tentu akan berpengaruh terhadap efisiensi yang menentukan pendapatan petani. Jika saluran pemasaran terlalu panjang akan menambah biaya dan berimbas pada harga produk ditingkat petani. (Utaminingsih, 2009).

Pada daerah penelitian sebagian petani responden tidak menjual sendiri produknya sampai ketangan konsumen akhir. Perantara-perantara tersebut antara lain pedagang pengumpul, pedagang besar dan pengecer. Pada daerah penelitian ada beberapa pola pemasaran cabai yaitu dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Petani —→ Pedagang pengumpul 1 / pedagang besar (Antar Provinsi)
2. Petani —→ Pedagang pengumpul 1 —→ Pedagang pengumpul 2
—→ Konsumen.
3. Petani —→ Pedagang pengumpul 1 —→ Pengolah dan pengecer
—→ Konsumen

Dari ketiga saluran yang ada di Kecamatan Selupu Rejang melibatkan 3 pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul 1, pedagang pengumpul 2, dan pedagang pengecer. Pemasaran cabai di wilayah penelitian termasuk lancar karena belum banyak konflik fungsi yang terlibat. Pembelian oleh pedagang pengumpul dilakukan secara kontan. Dalam komoditas ini tidak ada fungsi standarisasi, jasa fungsi pengolahan dan penyimpanan. Cabai dipasarkan oleh petani ke pedagang pengumpul

satu semua dalam bentuk buah segar. Pada saat penelitian ini rata-rata harga cabai ditingkat petani adalah Rp. 15.000

Pada saluran pemasaran satu petani menjual produk ke pedagang pengumpul satu yang merupakan pedagang besar dan mampu membeli hasil pertanian dalam jumlah yang banyak serta memberikan fasilitas karung dan jemput hasil panen di lahan petani. Pedagang pengumpul besar ini cukup membantu petani dalam mengurangi biaya pengangkutan dan karung. Pedagang besar ini tidak menjual hasil kepada pedagang pengecer sekitar melainkan menjadi pengepul untuk dijual kembali ke provinsi Sumatera Selatan dan yang dibawa oleh pedagang bukan hanya komoditas cabai melainkan juga komoditas hortikultura yang lainnya seperti wortel, buncis, arcis, tomat dan yang lainnya. Saluran pasar ini merupakan saluran pasar yang paling efisien karena petani bisa menjual hasil produksi dalam jumlah yang banyak dengan harga yang sama dengan yang lainnya namun petani tidak menanggung biaya pengangkutan dan juga karung yang sudah disediakan oleh pedagang. Pada saluran pemasaran kedua yaitu petani menjual hasil produksi ke pedagang pengumpul satu yang menjual kembali kepada pedagang pengumpul dua kemudian sampai ketangan konsumen. Baik pedagang pengumpul satu maupun pedagang pengumpul dua tidak melakukan pengolahan produk, semua dijual dalam bentuk cabai segar kepada konsumen. Rata-rata harga jual ditingkat pedagang pengumpul satu adalah Rp. 25.000 / Kg dan pedagang pengumpul 2 menjual kepada konsumen rata-rata senilai Rp. 35.000 / Kg.

Pada saluran pasar yang ketiga, petani menjual kepada pedagang pengumpul satu yang menjual kembali produknya ke pedagang pengecer yang tidak hanya menjual dalam bentuk cabai segar namun juga melakukan pengolahan terlebih dahulu. Pengolahan cabai ini dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar akan cabai giling halus dan cabai giling kasar namun demikian cabai olahan ini tetaplah cabai olahan segar yang tidak bisa disimpan lama oleh pedagang. Pada saluran pasar ini petani menjual produk rata-rata Rp. 15.000 / Kg, pedagang pengumpul satu menjual kembali seharga Rp. 25.000 / Kg sedangkan untuk pengecer menjual cabai Rp. 35.000 dan cabai olahan dijual seharga 45.000 / Kg. Pada tingkat pedagang pengecer fungsi dan kinerjanya adalah melakukan pengangkutan, pertukaran, penyimpanan dan penanggungan resiko. (Istiyanti, 2010)

Faktor permintaan pasar dan saat panen raya yang tidak menentu membuat petani dan pedagang kesulitan karena harga yang juga tidak menentu, banyaknya jumlah produk dari dalam dan luar provinsi di pasar menjatuhkan harga cabai dan dapat menimbulkan kerugian ditingkat petani maupun pedagang pengumpul. Semua cabai yang dijual oleh pedagang responden adalah untuk kebutuhan konsumsi belum ada untuk kebutuhan industri sehingga harga sangat dipengaruhi oleh kondisi permintaan dan persediaan produk di pasar.

KESIMPULAN

- a. Saluran pasar yang paling efisien dari ketiga saluran adalah saluran 1 yaitu dari petani disalurkan ke pedagang pengumpul besar yang menjualnya kembali ke luar daerah/provinsi
- b. Kinerja dari kelembagaan pasar cabai di Kecamatan Selupu ejang Sudah cukup baik dan tidak ada konflik dalam sistem pemasaran.
- c. Pedagang pengumpul menjalankan fungsi pengangkutan, pertukaran dan penyimpanan sedangkan pengecer menjalankan fungsi pengangkutan, penjualan, penyimpanan, pengemasan, pertukaran dan juga pengolahan cabai segar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dion Sihombing.2012. Pemasaran dan Cakupan Kegiatannya. www.dionisiussihombing.com diakses pada tanggal 20 September 2016.
- Gitosudarmo.1994. Manajemen Pemasaran.BPFE, Yogyakarta.
- Hartono Rudi, Emlan Fauzi, yahumri, herlena bidi Astuti,Mariana dan Johardi. 2015. Analisis Ekonomi Usahatani Cabai Di Provinsi Bengkulu. Laporan Akhir. LITBANG BPTP Bengkulu.
- Istiyanti Eni. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman.
- Soekartawi .1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Raja Grafindo Persada. Malang
- Syahyuti.2010. Lembaga dan Organisasi Petani Dalam Pengaruh Negara dan Pasar. Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi. Volume 28. No 1. Halaman 35-53
- Suratman Agus YY. 2015. Kontribusi Tenaga Kerja Dalam Keluarga Terhadap Pendapatan Usahatani Terong (*Solanum melongena*) di Keurahan Landasan Ulin Utara Kecamatan Liang Anggang Kota Banjar Baru. Jurnal ZIRAA'AH Volume 40. Nomor 3. Halaman 218-225.
- Umikalsum. 2013. Analisis Usahatani dan Keragaan Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin. Jurnal Ilmiah AgrIBA. No 2. Edisi September 2013. Halaman 127- 134.
- Utaminingsih Budi Ekawati, Watemin dan Dumasari. 2009. Analisis Pemasaran Cabai Merah (*capsicum annum*) di Desa Gombang Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang. Jurnal Agritech. Volume XI. No 2. Halaman 116-124.
- Kementerian Pertanian.2015. Outlook Komoditas Pertanian Subsektor hortikultura Cabai. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian Indonesia.