

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan wilayah yang sangat luas yang jumlah penduduknya mencapai 220 juta jiwa. Luas lahan untuk pertanian sekitar 107 juta hektar dari total luas daratan Indonesia sekitar 192 juta hektar, tidak termasuk Maluku dan Papua. Sekitar 43,19 juta hektar telah digunakan untuk lahan sawah, perkebunan, pekarangan, tambak dan ladang, sekitar 2,4 juta hektar untuk padang rumput, sekitar 8,9 juta hektar untuk tanaman kayu-kayuan, dan lahan yang tidak diusahakan seluas 10,3 juta ha (Hutabarat, 2013).

Pengembangan produk hortikultura merupakan salah satu aspek pembangunan pertanian. Tanaman yang termasuk dalam tanaman hortikultura yaitu sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan tanaman obat-obatan. Fungsi tanaman hortikultura selain sebagai penghasil bahan pangan tetapi juga memiliki fungsi yang lain. Secara sederhana fungsi lain tersebut dapat dibagi menjadi empat, yaitu sebagai fungsi penyedia pangan, fungsi ekonomi, fungsi kesehatan dan fungsi sosial budaya (Bahar, 2008). Salah satu produk tanaman hortikultura yang dikembangkan di Indonesia yang memenuhi keempat fungsi di atas dan diharapkan dapat mendukung sektor pertanian sebagai sektor penyokong perekonomian di Indonesia adalah tanaman buah-buahan. Komoditas hortikultura khususnya sayuran dan buah-buahan memegang peranan penting dari keseimbangan pangan sehingga harus tersedia setiap saat dalam jumlah yang cukup, mutu yang baik, aman

konsumsi, harga yang terjangkau, serta dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat (Situmorang, 2015).

Permintaan produk buah-buahan di pasar dunia cenderung (*trend*) terus meningkat dari tahun ke tahun. Pola perdagangan buah – buahan internasional antara lain ditentukan oleh tingkat konsumsi komoditas tersebut di setiap negara di dunia. Pada dasarnya, tingkat konsumsi buah-buahan di suatu negara dipengaruhi oleh empat faktor penentu, yaitu jumlah penduduk dan tingkat pendidikan atau kemajuan, pendapatan konsumen dan pemerataan pendapatan, harga buah-buahan dan pengganti (substitusinya), serta preferensi konsumen terhadap buah-buahan (Sastraatmadja, 1999). Buah-buahan sebagai salah satu komoditas hortikultura telah mendapat perhatian serius dari pemerintah. Pengembangan buah-buahan yang disyaratkan pemerintah dilakukan baik dalam peningkatan kualitas produksi melalui peningkatan budidaya dan sistem tataniaga hortikultura yang efisien (Sastraatmadja, 1984).

Stroberi merupakan salah satu komoditas buah buahan yang terpenting di dunia, terutama untuk negara-negara beriklim subtropis. Permintaan dunia akan buah stroberi cenderung terus meningkat dari tahun ke tahun. Seiring perkembangan ilmu dan teknologi pertanian yang semakin maju, kini stroberi mendapat perhatian pengembangannya di daerah beriklim tropis. Di Indonesia, stroberi ternyata dapat tumbuh dan berproduksi dengan baik dalam kondisi seperti di Indonesia (Budiman dan Saraswati, 2008). Menurut Badan Pusat Statistik (2012), produksi stroberi di Indonesia pada tahun 2009 sebesar 19.132 ton dan mengalami perkembangan produksi

29,87% (5.714 ton) di tahun 2010 yaitu mencapai 24.846 ton. Di tahun 2011 volume produksi stroberi meningkat lagi menjadi sebesar 41.035 ton dengan persentasi peningkatan 68%. (Manurung, Yohan 2015).

Buah stroberi adalah salah satu jenis komoditas yang banyak ditanam di Indonesia termasuk di Kabupaten Purbalingga. Buah stroberi merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Purbalingga. Tanaman stroberi sudah sejak lama berkembang di Kabupaten Purbalingga. Pengembangan stroberi di Purbalingga dengan cara pengembangan vegetatif, dengan tetap mempertahankan tanaman stroberi yang sudah ada sejak dahulu. Stroberi yang dikembangkan di Kabupaten Purbalingga bermacam jenisnya, beberapa diantaranya yaitu stroberi *grade*, *sweet charlie*, dan *osogrande* namun masyarakat sekitar menyebutnya dengan *osogeni*. Jenis *osogeni* ini lah yang paling banyak di budidayakan di Purbalingga karena dari segi banyaknya buah yang dihasilkan dan cepat berbuah. Luas area yang ditanam tanaman stroberi di desa Karangreja adalah 65 hektare dan berjumlah 300 petani. Lokasi tanaman stroberi di Kabupaten Purbalingga berada di Desa Karangreja, Kecamatan Serang, Kabupaten Purbalingga.

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga. (Rohardi, 1993). Pemasaran yang efektif salah satu faktor yang harus mendapatkan perhatian utama yaitu tingkat harga dan

stabilitas harga, karena faktor ini sangat berpengaruh sekali terhadap petani, semakin tinggi harga yang ditawarkan untuk hasil usahatani, petani akan giat meningkatkan produksinya untuk memenuhi permintaan pasar (Husinsyah, 2005).

Di Desa Serang ini sistem pemasaran buah stroberi sangat unik yaitu terdapat beberapa peran lembaga dalam penyaluran distribusi buah stroberi hingga ke tangan konsumen. Lembaga – lembaga membentuk suatu pola tataniaga yang bermacam – macam, sehingga panjang pendeknya saluran pemasaran stroberi dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah kualitas stroberi, jarak, daerah atau wilayah penjualan, dan lain sebagainya. Lembaga – lembaga yang terlibat dalam saluran tataniaga ini bukan hanya lembaga dalam daerah atau di wilayah Kabupaten Purbalingga, melainkan juga ada beberapa lembaga yang berasal dari luar daerah. Oleh karena itu peneliti bermaksud ingin mengetahui bagaimana profil pelaku tataniaga stroberi, pola saluran tataniaga stroberi, dan *structure conduct performance* (SCP) di Desa Serang, Kabupaten Purbalingga maka di buat rumusan masalah seperti di bawah ini.

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah profil pelaku tataniaga stroberi di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga ?
2. Bagaimanakah pola saluran tataniaga stroberi di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga ?
3. Bagaimanakah *Structure, Conduct, Performance* pada pemasaran stroberi di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui profil pelaku tataniaga stroberi di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga
2. Untuk mengetahui pola saluran tataniaga stroberi di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga.
3. Untuk mengetahui *Structure, Conduct, Performance* tataniaga stroberi di Dusun Gunung Malang, Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, memberikan manfaat sebagai pengalaman dalam bidang pemasaran dan mengembangkan penalaran serta menambah wawasan ilmu pengetahuan yang dapat dijadikan bekal di masa depan. Selain itu, hasil penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

2. Bagi Petani

Memberikan wawasan dan pengetahuan kepada petani tentang tataniaga stroberi di daerahnya.

3. Bagi peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan informasi baru dalam penyusunan penelitian yang sejenis.

4. Sebagai pertimbangan bahan masukan pemerintah dalam menetapkan keputusan guna mengembangkan usaha budidaya buah stroberi dan mengembangkan sentra agrowisata buah stroberi di Kabupaten Purbalingga.

E. Pembatasan Masalah

1. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga.
2. Objek penelitian ini adalah petani stroberi, pedagang, dan lembaga lain pada pola saluran tataniaga stroberi di Desa Serang, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga.
3. Penelitian dilaksanakan selama Lima bulan yaitu bulan April – Agustus 2017 di Desa Karangreja, Kecamatan Serang, Kabupaten Purbalingga.
4. Data yang diambil adalah aktifitas tataniaga tahun 2016.
5. Harga stroberi yang diambil adalah harga rata – rata stroberi pada panen kecil, sedang, maupun raya.
6. Komoditas yang diteliti adalah stroberi segar
7. Analisis *structure* (struktur) menggunakan analisis pangsa pasar (*market share*), rasio konsentrasi (CR4, HHI) hambatan masuk (*minimum efficiency scale / MES*).
8. Analisis *conduct* (perilaku) menggunakan strategi penentuan harga, strategi pembayaran, strategi distribusi.
9. Analisis *performance* (kinerja) menggunakan analisis margin tataniaga dan analisis *farmer share* (bagian yang diterima oleh petani)