

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris, karena sektor pertanian menjadi mata pencaharian mayoritas penduduk di Indonesia. Oleh karena itu, memiliki sumber daya alam yang baik untuk dikembangkan dan semakin tinggi jumlah penduduk di Indonesia mendorong sektor pertanian untuk lebih banyak menghasilkan bahan pangan. Komoditas pertanian yang potensial untuk dibudidayakan dan dikembangkan salah satunya yakni komoditas hortikultura (Ngamal, *et.al.*, 2019).

Hortikultura adalah subsektor pertanian sangat berpotensi untuk membagikan bantuan yang signifikan pada pertumbuhan ekonomi, karena memainkan peran penting dalam penyerapan tenaga kerja, perdagangan, dan sumber pendapatan petani. Empat kelompok utama tanaman hortikultura di Indonesia mencakup tanaman hias, tanaman biofarmaka, tanaman buah-buahan, dan tanaman sayuran (Riansyah et al., 2022). Dilihat dari sektor pemasaran, tanaman hortikultura memiliki prospek pengembangan yang cukup menjanjikan karena konsumsi produk hortikultura dan kesadaran masyarakat akan pentingnya nilai gizi makanan selalu meningkat. Maka pakcoy merupakan salah satu jenis sayuran yang memiliki nilai komersial dan prospek yang mendukung baik secara teknis, ekonomis, maupun sosial, sehingga layak untuk dikembangkan di Indonesia (Situmorang, *et.al.*, 2015).

Menurut Yuliani (2015) menyatakan bahwa salah satu tanaman hortikultura yang paling banyak digunakan, pakcoy (*Brassica rapa L.*) termasuk sawi, dan sawi putih. Ini juga memiliki nilai ekonomi yang signifikan. Sawi Pakcoy merupakan varietas yang paling banyak dibudidayakan petani. Jenis sawi ini lebih sering digunakan oleh masyarakat dalam berbagai menu masakan karena daun dan batangnya lebih lebar dan warnanya lebih hijau dari sawi biasa, dikarenakan kandungan gizi sayuran pakcoy yang memiliki mineral dan vitamin berguna untuk mempertahankan kesehatan tubuh dan adanya prospek bisnis untuk petani, karena tanaman ini dapat dibudidaya dengan mudah dan tahan terhadap hujan.

Kabupaten Banyumas memiliki beberapa Kecamatan yang menghasilkan komoditas tanaman sayuran pakcoy. Selain itu, pada tahun 2021 Kecamatan Sumbang menempati posisi pertama sebagai daerah penghasil tanaman pakcoy terbanyak di Kabupaten Banyumas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Tanaman Pakcoy Menurut Kecamatan di Kabupaten Banyumas

No	Kecamatan	Produksi	Persentase	Produksi	Persentase	Produksi	Persentase
		(kw) 2019	(%) 2019	(kw) 2020	(%) 2020	(kw) 2021	(%) 2021
1.	Sumbang	6	0,10	1.136	96,93	15.491	85,48
2.	Baturaden	5.888	98,94	-	-	2.376	13,11
3.	Wangon	15	0,25	-	-	168	0,93
4.	Kembaran	-	-	-	-	65	0,36
5.	Purwojati	-	-	-	-	23	0,13
6.	Ajibarang	-	-	34	2,90	-	-
7.	Gumelar	-	-	2	0,17	-	-
8.	Pekuncen	42	0,71	-	-	-	-
	Total	5.951	100	1.172	100	18.123	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, 2022

Berdasarkan Tabel 1 menjelaskan bahwa Kabupaten Banyumas yang membudidayakan pakcoy sebanyak 8 kecamatan. Salah satu kecamatan yang produksi pakcoy tertinggi terdapat di Kecamatan Sumbang. Selama tiga tahun berturut-turut dari tahun 2019 sampai 2021 produksi pakcoy di Kecamatan Sumbang mengalami peningkatan. Jumlah produksi pakcoy tertinggi pada tahun 2021 mencapai 15.491 kw (kuintal) dengan persentase 85,48%. Hal ini terdapat perbedaan cukup signifikan apabila dibandingkan dengan beberapa kecamatan lain di Kabupaten Banyumas (BPS Kabupaten Banyumas, 2022). Selain pakcoy, di Kecamatan Sumbang terdapat berbagai macam sayuran unggulan lainnya yang dikelola masyarakat. Dapat dilihat pada Tabel 2 berikut terkait produksi tanaman sayuran di Kecamatan Sumbang.

Tabel 2. Produksi Tanaman Sayuran Menurut Jenis Tanaman di Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas

No	Komoditas Sayuran	Produksi	Persentase	Produksi	Persentase	Produksi	Persentase
		(kw)	(%)	(kw)	(%)	(kw)	(%)
		2019	2019	2020	2020	2021	2021
1.	Pakcoy	6	0,09	1.136	5,77	15.491	41,25
2.	Ketimun	1.588	24,02	2.706	13,74	8.025	21,37
3.	Terong	750	11,34	2.472	12,55	4.221	11,24
4.	Tomat	730	11,04	2.696	13,69	3.885	10,34
5.	Kacang Panjang	506	7,65	2.399	12,18	2.000	5,33
6.	Cabai Besar	1.536	23,23	3.816	19,38	1.706	4,54
7.	Cabai Rawit	1.167	17,65	3.366	17,09	1.430	3,81
8.	Buncis	329	4,98	1.104	5,61	800	2,13
Total		6.612	100	19.695	100	37.558	100

Sumber : Badan Pusat Statistik Kecamatan Sumbang, 2022

Dilihat berdasarkan Tabel 2, menurut Badan Pusat Statistik Kecamatan Sumbang bahwa masyarakat di Kecamatan Sumbang menanam berbagai jenis sayuran, termasuk pakcoy, ketimun, terong, tomat, kacang panjang, cabai besar, cabai rawit, dan buncis. Dari delapan jenis sayuran tersebut, pakcoy adalah yang paling banyak diminati. Jumlah produksi komoditas pakcoy dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini, karena dalam membudidayakan pakcoy sangat mudah secara teknis, waktu panen pakcoy singkat sekitar satu bulan sekali, memanfaatkan lahan tanah yang ada dan adanya peluang pasar serta banyaknya permintaan pedagang yang terus meningkat (BPS Kecamatan Sumbang, 2022).

Tanaman sayuran pakcoy merupakan tanaman cepat rusak dan tidak bisa disimpan dengan waktu lama, oleh sebab itu pakcoy harus segera dijual ke konsumen, dengan saluran pemasaran yang tepat. Pada proses pemasaran, jika semakin menguntungkan semua pihak dapat dikatakan akan semakin efisien suatu lembaga pemasaran (Puspitawati, et.al., 2013). Kemampuan petani untuk berhasil mengendalikan pasar melalui saluran pemasaran yang efisien sangat berkontribusi terhadap penerimaan petani. Pendapatan petani dari selisih harga yang dibayar konsumen juga akan kecil jika pemasaran tidak efektif. Bagi petani sayur pakcoy, nilai keuntungan harus digambarkan dalam bentuk saluran pemasaran dan margin (Wicaknono *et al.*, 2021).

Berdasarkan data BPS Kecamatan Sumbang (2022) dan diperkuat oleh pendapat pak Tarto selaku ketua kelompok tani Karya Tani, menjelaskan bahwa Desa Gandatapa adalah salah satu desa yang memiliki potensi tanaman

hortikultura sayuran. Salah satu komoditas hortikultur sayuran unggulan di Desa Gandatapa adalah pakcoy, karena adanya pangsa pasar yang cukup tinggi terhadap permintaan pakcoy. Jumlah petani pakcoy yang ada di Desa Gandatapa sebanyak 115 petani pakcoy. Pemasaran yang dilakukan oleh masyarakat Desa Gandatapa, biasanya pakcoy dijual di Pasar Wage Purwokerto, Pasar Kemukusan Banaran, Pasar Sikapat, Pasar Baturaden dan Pasar diluar Kabupaten yaitu di Pasar Purbamas Purbalingga. Beberapa pangsa pasar yang ada menjadi tempat penyaluran hasil panen, tentunya hal tersebut akan melibatkan terjadinya beberapa saluran pemasaran yang akan muncul. Kondisi tersebut akan melibatkan hubungan kerja sama antara petani, pengepul serta lembaga pemasaran lainnya.

Pada saat ini, harga jual pakcoy rata-rata berkisar Rp6.000,00 sampai Rp7.000,00 per kilogram (kg), sementara harga beli pakcoy dari petani rata-rata hanya Rp3.000,00 sampai Rp4.000,00 per kilogram tentunya ini menunjukkan perbedaan harga yang cukup jauh harga jual, dan harga beli. Dalam hal ini, memungkinkan petani menjadi pihak yang kurang diuntungkan, salah satu faktor yang mendorong hal ini yaitu pembagian keuntungan masih kurang merata. Sistem penentuan harga yang dilakukan oleh beberapa pihak lembaga pemasaran pada dasarnya tidak memperhitungkan pembagian keuntungan yang berada pada petani, informasi terkait dengan penentuan harga sering kali tidak tersebar dengan rata terhadap para petani, sehingga petani hanya dapat mengikuti harga jual yang telah ditentukan oleh beberapa pihak tertentu.

Dengan demikian, dari permasalahan yang sudah diuraikan diatas, penulis melakukan penelitian berjudul “Efisiensi Pemasaran Pakcoy di Desa Gandatapa Kecamatan Sumbang Kabupaten Banyumas”. Penelitian ini petani dapat mengetahui saluran pemasaran yang efisien atau tepat sehingga petani pakcoy mendapatkan keuntungan tinggi dan mendapatkan kepuasan dari aktifitas pemasaran. Efisiensi pemasaran ini dapat dilihat dari margin pemasaran, besarnya biaya pemasaran, harga jual ditingkat produsen dan harga jual ditingkat konsumen.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran pakcoy (*Brassica rapa L.*) di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas ?
2. Bagaimana penerapan fungsi pemasaran pakcoy (*Brassica rapa L.*) di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas ?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran pakcoy (*Brassica rapa L.*) di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran pakcoy (*Brassica rapa L.*) di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.
2. Untuk mengetahui penerapan fungsi pemasaran pakcoy (*Brassica rapa L.*) di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.
3. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pakcoy (*Brassica rapa L.*) di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pertanian dan sebagai bahan pengalaman dalam proses mencari ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

2. Bagi Petani

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada petani pakcoy dalam mengembangkan usahatani pakcoy di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan sebagai bahan informasi bagi pemerintah untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani pakcoy.

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan informasi yang berguna dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

E. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Adapun pembatasan masalah dan asumsi pada penelitian ini, antara lain :

1. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.
2. Subjek pada penelitian ini yaitu petani pakcoy, pedagang pengepul dan pedagang pengecer di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.

3. Masalah yang diteliti adalah saluran pemasaran pakcoy, fungsi pemasaran dan efisiensi pemasaran pakcoy di Desa Gandatapa, Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas.
4. Efisiensi pemasaran dipengaruhi oleh margin pemasaran, biaya pemasaran dan *farmer share*.
5. Harga pembelian dan penjualan didapat berdasarkan informasi dari responden.
6. Semua biaya pemasaran yang digunakan dianggap habis dipakai dalam satu kali proses pemasaran.
7. Data yang diambil adalah data satu kali musim tanam bulan April 2023.

