

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia sebagian besar masih di topan dari sektor pertanian, dan Indonesia dikenal sebagai negara agraris. Peran sektor pertanian merupakan sektor yang memberikan kontribusi paling besar. Sebagian besar masyarakat Indonesia bermata pencaharian sebagai petani karena Indonesia memiliki tanah yang subur.

Sektor pertanian dibagi dalam lima subsektor, yaitu tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, kehutanan, perikanan, dan peternakan. Salah satu subsektor yang berperan besar dalam kemajuan pertanian Indonesia yaitu subsektor tanaman pangan dan hortikultura. Hortikultura merupakan bidang pertanian yang cukup luas yang mencakup buah-buahan, sayur-sayuran dan bunga yang secara keseluruhan dapat ditemukan pada ketinggian 0–1000 m di atas permukaan air laut, maka dari itu areal yang ada di Indonesia sangat berpotensi dalam budidaya tanaman hortikultura. Pembangunan sub sektor tanaman hortikultura pada dasarnya merupakan bagian integral dan tidak terpisahkan dari pembangunan pertanian dalam upaya mewujudkan program pembangunan secara nasional (Rahardi et. al., 2003).

Pembangunan sektor pertanian bertujuan untuk pemenuhan pangan dan gizi serta menambah pendapatan (kesejahteraan) masyarakat, hal ini dapat diwujudkan dengan menggalakkan pembangunan pertanian dengan sistem agribisnis, dimana pembangunan sistem agribisnis ini diharapkan dapat

meningkatkan kuantitas, produktivitas, kualitas pemasaran dan efisiensi usaha pertanian.

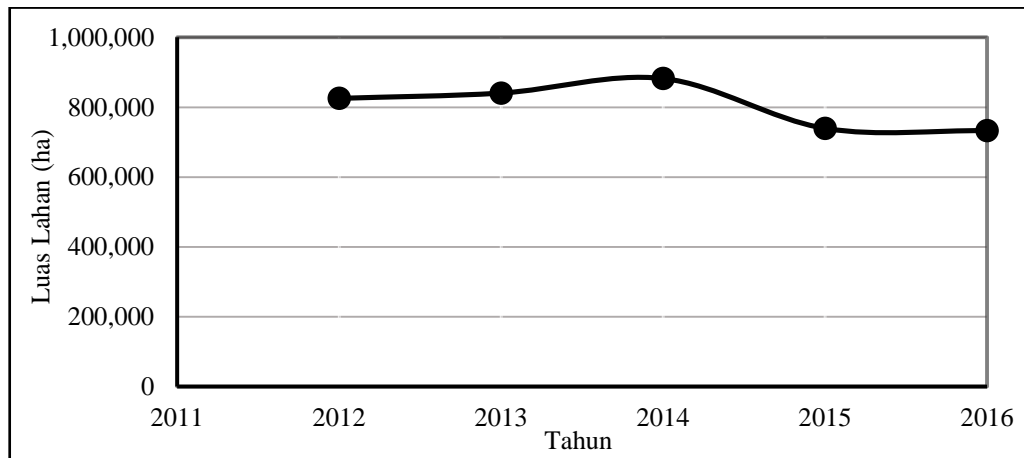
Produk hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi, kemajuan perekonomian menyebabkan permintaan produk hortikultura semakin meningkat. Disisi lain wilayah Indonesia sangat berpotensi dalam pengembangan hortikultura buah-buahan. Perkembangan dan luas panen produksi buah-buahan di Indonesia Tahun 2012- 2015 disajikan dalam Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Perkembangan Luas Panen dan Produksi Buah-buahan di Indonesia
Tahun 2012-2016

Tahun	Luas Panen (ha)	Pertumbuhan (%)	Produksi (ton/ha)	Pertumbuhan (%)
2012	825.571	-	19.659.835	-
2013	840.767	1,84	19.240.331	-2,13
2014	882.401	4,95	20.830.653	8,27
2015	739.593	-16,18	21.243.233	1,98
2016	733.047	-0,89	19.849.898	-6,56
Rata-rata	804.276	-2,57	20.164.790	-0,39

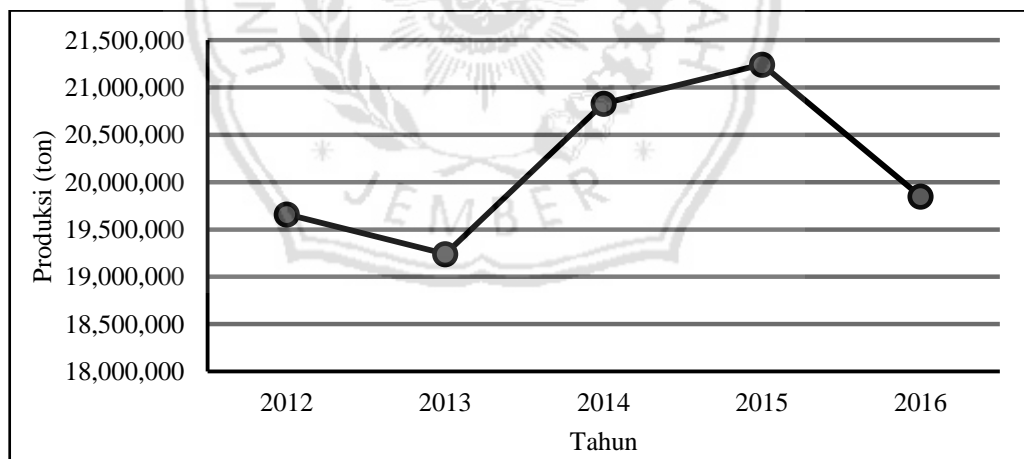
Sumber: Direktorat Jendral Hortikultura, 2017.

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa luas panen buah-buahan pada Tahun 2012 seluas 825.571 ha, kemudian terjadi peningkatan sebesar 1,84% menjadi seluas 840.767 ha pada Tahun 2013, hingga Tahun 2014 buah-buahan di Indonesia mengalami peningkatan kembali sebesar 4,95% menjadi seluas 882.401 ha. Sementara pada Tahun 2015 angka pertumbuhan buah-buahan mengalami penurunan sejumlah 16,18% sehingga angka luas lahan menjadi 739.593 ha, dan pada Tahun Tahun 2016 kembali mengalami penurunan sebesar 0,89% sehingga luas panen menjadi 733.047 ha. Sehingga rata-rata luas panen buah-buahan di Indonesia pada Tahun 2012-2016 mengalami penurunan sebesar 2,57%.



Gambar 1.1
Pertumbuhan Luas Panen Buah-buahan di Indonesia Tahun 2012-2016

Fluktuasi yang terjadi pada luas panen buah-buahan di Indonesia pada Tahun 2012-2016 tersebut berpengaruh kepada produksi buah-buahan di Indonesia sebagaimana telah disajikan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.2
Pertumbuhan Produksi Buah-buahan di Indonesia Tahun 2012-2016

Produksi buah-buahan di Indonesia yang telah disajikan pada Tabel 1.1. dan diperkuat oleh Gambar 1.2 menunjukkan bahwa produksi buah-buahan pada Tahun 2012 sebesar 19.659.835 ton, namun terjadi penurunan pada Tahun 2013 yaitu sebesar 2,13% sehingga produksi menjadi sebesar 19.240.331 ton. Pada

Tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 8,27%, sehingga produksi meningkat menjadi 20.830.653 ton. Hingga pada Tahun 2015 kembali mengalami peningkatan sebesar 1,98%, dengan perolehan produksi sebesar 21.243.233 ton. Penurunan kembali terjadi pada Tahun 2016 sebesar 6,56% sehingga produksi menjadi 19.849.898 ton.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan buah di Indonesia cenderung fluktuatif, hal tersebut tak lepas dari jumlah produksi atau buah-buahan di Jawa Timur yang justru cenderung meningkat, untuk lebih jelasnya mengenai jumlah produksi buah-buahan di Jawa Timur dapat dilihat pada Tabel 1.2.

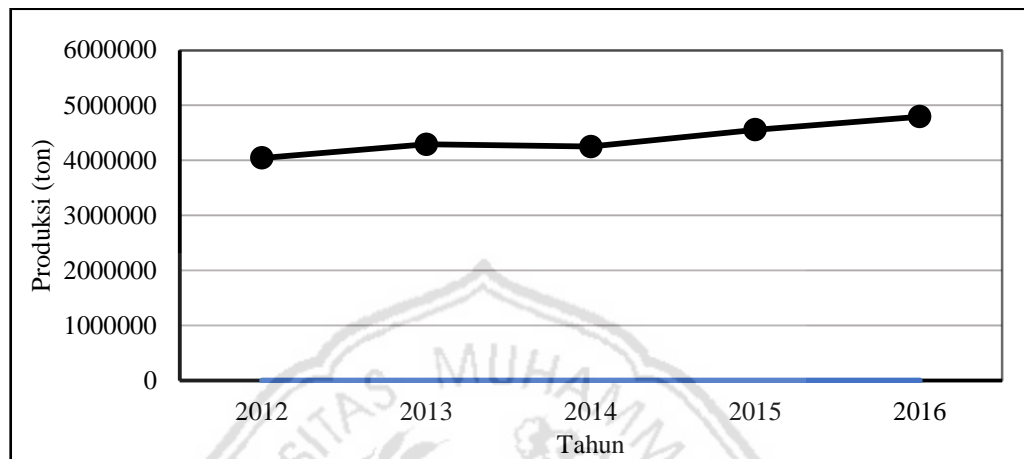
Tabel 1.2
Perkembangan dan Produksi Buah-buahan di Jawa Timur
Tahun 2012-2016

No.	Tahun	Produksi (ton)	Pertumbuhan (%)
1	2012	4.044.197	-
2	2013	4.292.385	1,06
3	2014	4.252.204	0,99
4	2015	4.557.285	1,07
5	2016	4.795.852	1,05
Rata-rata		4.388.384	3,53

Sumber: BPS Jawa Timur, 2017.

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan produksi buah-buahan di Jawa Timur Tahun 2011-2015 rata-rata per tahun dari Tahun 2012 sebesar 4.044.197 ton, Tahun 2013 mengalami kenaikan sebesar 4.291.385 1,06% menjadi sebesar 4.292.385 ton, pada Tahun 2014 mengalami peningkatan sebesar 0,99% menjadi sebesar 4.252.204 ton, pada Tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar 1,07% menjadi 4.557.285 ton, hingga pada Tahun 2016 mengalami peningkatan kembali

sebesar 1,05% menjadi 4.795.852 ton. Maka berdasarkan Tabel 1.2. produksi rata-rata selama Tahun 2012-2016 sebesar 4.388.384 ton dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 3,53.



Gambar 1.3
Pertumbuhan Produksi Buah-buahan di Jawa Timur 2012-2016

Produksi buah-buahan Jawa Timur berdasar Tabel 1.2 dan diperkuat Gambar 1.3, dapat dilihat bahwa cukup mengalami peningkatan yang cenderung stabil sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan buah-buahan di Jawa Timur cenderung meningkat.

Berdasarkan Tabel 1.2, menunjukkan bahwa buah-buahan masih sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan salah satu buah yang digemari masyarakat Indonesia yaitu buah naga. Buah naga merupakan buah yang berasal dari Meksiko, Amerika Selatan dan juga Amerika Tengah namun saat ini buah naga sudah ditanam secara komersial di Vietnam, Taiwan, Malaysia, Australia, dan Indonesia. Nama asing dari buah naga adalah "*Dragon Fruit*", dalam bahasa latin buah naga dikenal dengan "*Hylocereus polyrhizus*". Isi buah naga berwarna merah, dengan taburan biji-biji berwarna hitam yang boleh dimakan, tanaman

buah naga merupakan salah satu tanaman yang telah dibudidayakan di pulau Jawa seperti di Banyuwangi, Malang, Pasuruan dan daerah lainnya (Idawati, 2012).

Sedangkan di wilayah Jawa Timur pengembangan buah naga salah satunya berada di daerah Banyuwangi. Kabupaten Banyuwangi secara geografis merupakan daerah yang subur dan memiliki potensi yang besar bagi peningkatan pengembangan produk pertanian, karena hampir semua komoditas pertanian khususnya tanaman pangan dan hortikultura dapat tumbuh dan berkembang. Dukungan kekayaan sumber daya alam yang melimpah serta permintaan pasar yang tinggi menempatkan komoditas hortikultura sebagai produk bernilai ekonomi tinggi, sehingga usaha hortikultura menjadi sumber pendapatan petani dan pelaku usaha lainnya dari skala mikro hingga makro di sebagian besar wilayah Kabupaten Banyuwangi. Tak heran jika berkat kiprahnya, Kabupaten Banyuwangi seringkali menjadi barometer perkembangan hortikultura di skala provinsi dan nasional. Tidak hanya durian dan manggis bumi Blambangan juga terkenal dengan buah naga sebagai salah satu komoditas hortikultura unggulan Kabupaten Banyuwangi popularitasnya semakin melesat dalam dekade terakhir mengimbangi pamor jeruk yang sudah tidak asing lagi di kalangan pecinta buah.

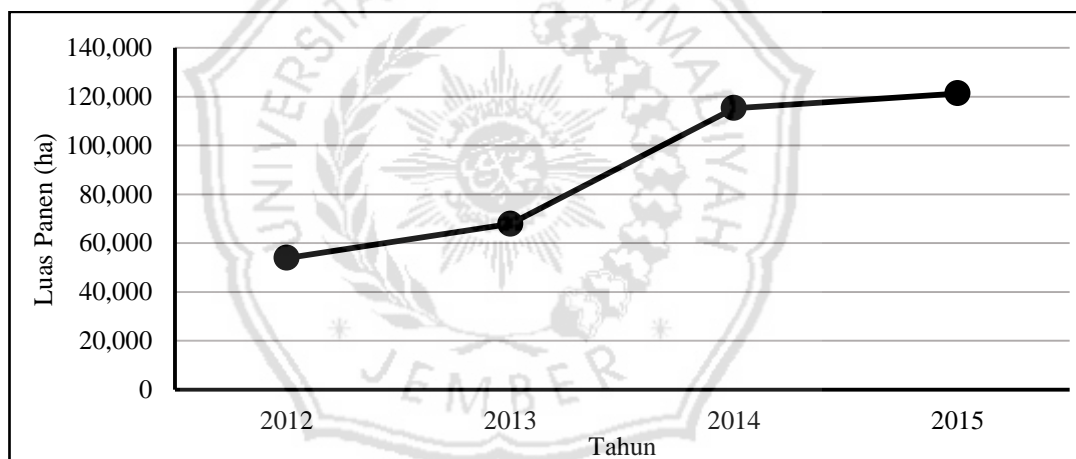
Salah satu jenis buah naga yang banyak dibudidayakan oleh petani di Kabupaten Banyuwangi adalah buah naga daging merah. Buah naga daging merah merupakan komoditas hortikultura yang prospektif untuk dikembangkan dan dibudidayakan, karena usaha tani buah naga telah terbukti memberikan keuntungan yang tinggi secara komersial bagi petani, sehingga dapat dijadikan

sebagai sumber pendapatan petani (www.banyuwangikab.go.id, 2014). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.3..

Tabel 1.3
Perkembangan Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2012-2015

Tahun	Luas panen	Pertumbuhan	Produksi	Pertumbuhan	Produktivitas	Pertumbuhan
	(ha)	(%)	(ku/ha)	(%)	(ku/ha)	(%)
2012	53.900	-	1.293.600	-	24.000	-
2013	67.880	25,9	1.663.060	2,9	24.600	2,5
2014	115.280	69,8	2.882.000	7,3	25.000	1,6
2015	121.331	5,2	30.454.081	9,57	251.00	0,99
Rata-rata	89.598	33,7	9.037.185	3,53	18.463	-0,24

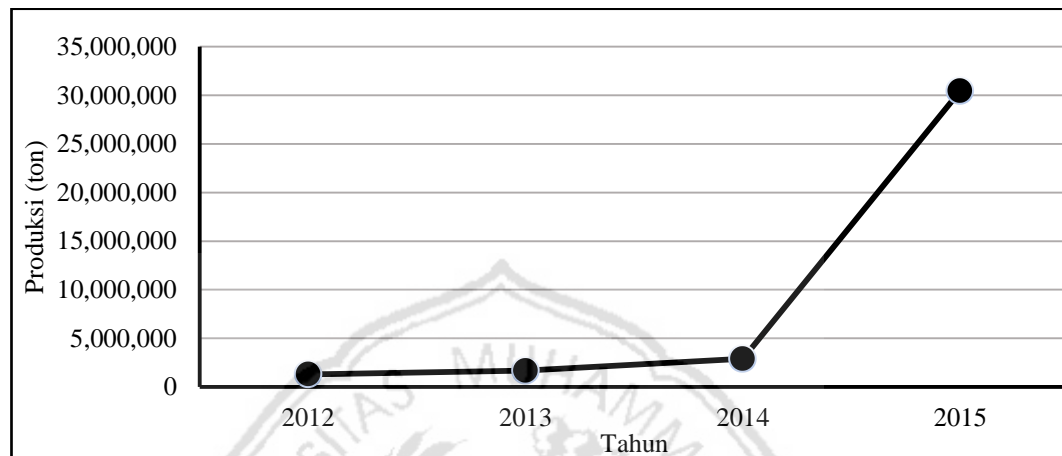
Sumber: BPS Kabupaten Banyuwangi, 2016.



Gambar 1.4
Pertumbuhan Luas Panen Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi 2012-2015

Berdasarkan Tabel 1.3, dapat dilihat bahwa produksi buah naga di Kabupaten Banyuwangi mengalami peningkatan pada setiap tahunnya, peningkatan yang signifikan tersebut terbukti dengan tingkat pertumbuhan 33,7% dan rata-rata luas panen sebesar 89.598 ha/tahun. Peningkatan laju pertumbuhan luas panen tertinggi terjadi pada Tahun 2014 dengan laju pertumbuhan sebesar 69,8% dan luas panen 115.280/ha. Sedangkan laju pertumbuhan luas panen

terendah terjadi pada Tahun 2015 yaitu dengan laju pertumbuhan 5.2% dan luas panen 121.332/ha. Perkembangan luas panen Tahun 2012-2015 dapat dilihat pada Gambar 1.4.

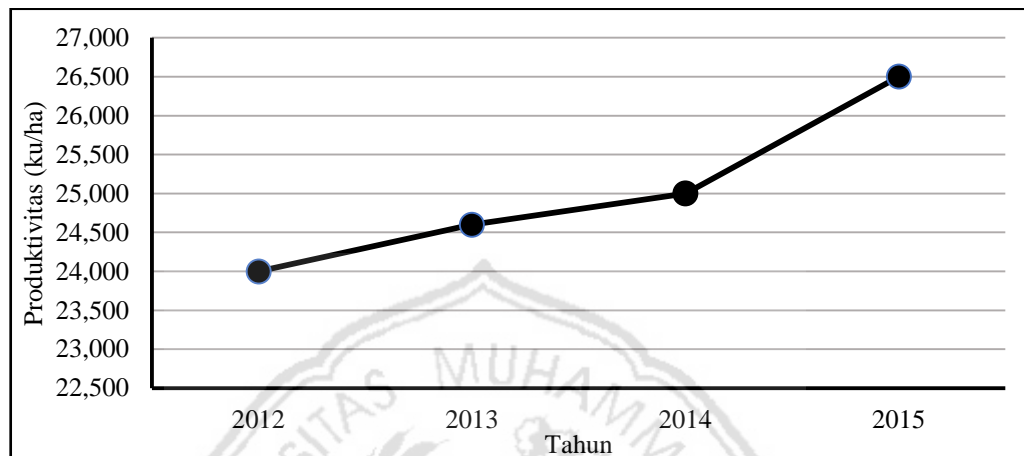


Gambar 1.5
Pertumbuhan Produksi Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi 2012-2015

Produksi buah naga di Banyuwangi pada Tahun 2012-2015 mengalami peningkatan dengan rata-rata produksi per tahun sebesar 8,872,125 ku/ha dan dengan rata-rata pertumbuhan 3,53%. Pertumbuhan produksi tertinggi terjadi pada Tahun 2015 dengan laju pertumbuhan sebesar 9,57%, sedangkan produksi terendah terjadi pada Tahun 2013 dengan tingkat pertumbuhan sebesar 2,9%. Perkembangan tingkat produksi buah naga di Banyuwangi dapat dilihat pada Gambar 1.5.

Perkembangan produktivitas buah naga per tahun di Banyuwangi mulai Tahun 2011-2015 mengalami peningkatan dengan rata-rata tingkat pertumbuhan sebesar 3,36% dan rata-rata produktivitas sebesar 25.025 ku/ha. Pertumbuhan produktivitas buah naga mengalami peningkatan terbesar terjadi pada Tahun 2015 sebesar 6.0%. Hal ini terjadi karena pada tahun yang sama terjadi perluasan luas

panen areal buah naga. Sementara perkembangan pertumbuhan buah naga terendah terjadi pada Tahun 2013 sebesar 2.5%. Perkembangan produktivitas buah naga dapat dilihat pada Gambar 1.6 berikut.



Gambar 1.6
Pertumbuhan Produktivitas Buah Naga di Kabupaten Banyuwangi 2012-2015

Salah satu kecamatan yang menjadi perhatian pemerintah setempat berada di Kecamatan Purwoharjo, di kecamatan ini buah naga telah dikembangkan sejak beberapa tahun terakhir. Buah naga yang dikembangkan di kecamatan ini merupakan komoditas unggulan selain produk hortikultura lain misalnya jeruk. Usahatani buah naga terus dikembangkan oleh petani setempat, hal ini terbukti dari tingkat luas panen produksi yang tinggi di setiap desa untuk lebih jelasnya data luas panen dan produksi buah naga di kecamatan Purwoharjo dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Selama beberapa tahun terakhir petani di Kecamatan Purwoharjo banyak yang konsisten menanam buah naga. Pada Tabel. 1.4, dapat dilihat bahwa produksi buah naga setiap tahun terus meningkat. Keberadaan buah naga sebagai

komoditas unggul memberikan pengaruh besar terhadap pendapatan petani untuk meningkatkan kesejahteraan petani buah naga di Kecamatan Purwoharjo.

Tabel 1.4
Luas Panen dan Produksi Buah Naga Menurut Desa di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi Tahun 2016

No	Desa/Kelurahan	Luas Panen (ha)	Produksi (ku)
1	Grajagan	20,00	5.020.00
2	Sumberasri	20,00	5.020.00
3	Glagahagung	20,00	5.020.00
4	Karetan	17,00	4.267.00
5	Bulurejo	35,00	8.785.00
6	Purwoharjo	20,00	5.020.00
7	Sidorejo	20,34	5.105.34
8	Kradenan	21,00	5.271.00
	Jumlah	173,34	43.508.34

Sumber: BPS Kabupaten Banyuwangi, (2016).

Upaya peningkatkan produksi buah naga mempunyai peranan yang cukup tinggi dalam memenuhi kebutuhan pangan dan gizi, serta memenuhi permintaan pasar baik dalam negeri maupun luar negeri. Peningkatan produksi juga dapat memperluas kesempatan kerja dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani.

Selain faktor produksi, pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam dunia usaha, tanpa adanya suatu pemasaran maka pendistribusian produksi hasil pertanian akan terhambat tidak sampai pada konsumen ataupun sasaran yang dituju. Oleh sebab itu, dalam pembangunan pertanian sistem agribisnis diharapkan dapat meningkatkan sistem pemasaran. Pemasaran komoditi pertanian di Indonesia merupakan bagian yang paling lemah dalam rantai perekonomian. Hal ini berarti efisiensi dibidang pemasaran masih rendah sehingga kemungkinan

untuk mempertinggi tingkat efisiensi masih besar (Mubyarto, 1995 dalam Erwanto, 2010).

Aspek pemasaran sangat penting bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu, peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, eksportir, importir atau lainnya menjadi amat penting. Lembaga pemasaran ini akan menentukan mekanisme pasar khususnya bagi negara berkembang, yang dicirikan oleh lemahnya pemasaran hasil pertanian (Soekartawi, 2001 dalam Erwanto, 2010).

Pemasaran buah naga di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi saja, akan tetapi juga dipasarkan keluar kabupaten, antara lain Kediri, Malang dan Yogyakarta. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas tersebut produsen tidak mampu apabila hanya mengandalkan penjualan langsung kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan adanya saluran distribusi yang berupa lembaga penyalur yaitu pedagang pengepul, pedagang besar, dan pedagang pengecer agar produk dapat tersalurkan dengan cepat dan efisien.

Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen akhir dengan harga yang semurah-murahnya dan memberikan keuntungan yang adil pada keseluruhan pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran buah naga.

Buah naga merupakan buah-buahan yang memerlukan penanganan yang cepat setelah dipanen dan pendistribusian segera mungkin sampai konsumen agar

kesegarannya terjamin karena buah naga memiliki sifat mudah rusak dan busuk. Permasalahan tersebut dapat menyebabkan produsen serta lembaga pemasaran mengalami kerugian. Banyaknya lembaga pemasaran yang ada menyebabkan petani menjual hasil produksinya dengan harga yang lebih rendah.

Petani cenderung tidak mau mencari informasi terkait harga buah naga atau pedagang yang mau membeli buah naga dengan harga yang lebih tinggi dimana kebiasaan petani menjual buah naga dengan sistem tebasan. Tingginya produksi setiap musim panen menyebabkan harga jual buah naga rendah.

Berdasarkan data yang diperoleh, produksi buah naga di Kabupaten Banyuwangi masih tinggi, akan tetapi timbul permasalahan yang sering terjadi yaitu fluktuasi harga. Oleh sebab itu, sistem pemasaran di daerah penelitian sangat perlu diperhatikan agar produsen mendapat keuntungan maksimal. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka peneliti terdorong untuk mengadakan suatu penelitian mengenai analisis pemasaran buah naga di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi untuk mengetahui keuntungan usaha tani buah naga, macam pola saluran pemasaran, besar margin pemasaran, dan saluran pemasaran yang efisien bagi petani.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah usahatani buah naga di Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi menguntungkan bagi petani?

2. Ada berapa macam pola saluran pemasaran buah naga di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi?
3. Apakah ada perbedaan margin pemasaran antar saluran pemasaran buah naga di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi?
4. Saluran pemasaran buah naga manakah yang paling efisien di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk mengetahui keuntungan usaha tani buah naga di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui berapa macam pola saluran pemasaran buah naga di Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi.
3. Untuk menganalisis perbedaan margin pemasaran antar saluran pemasaran buah naga di Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi.
4. Untuk mengetahui saluran pemasaran buah naga yang mempunyai efisiensi paling tinggi di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan langkah awal dari penerapan ilmu pengetahuan, menambah wawasan, dan pengalaman yang dapat dijadikan referensi

2. Sebagai bahan Informasi bagi pemerintah dan pertimbangan pemasaran buah naga di daerah penelitian.
3. Sebagai bahan informasi bagi peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian sejenis.
4. Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan bagi dunia ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), khususnya ilmu sosial ekonomi pertanian.

