

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang memberikan kontribusi cukup besar terhadap perekonomian Indonesia. Hal ini bisa dilihat dari jumlah tenaga kerja yang diserap dan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Kenyataan ini menyebabkan sektor pertanian menjadi tulang punggung penggerak roda perekonomian Indonesia. Hasil perkebunan rakyat semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS), tahun 2011 hasil perkebunan rakyat mencapai 2,160 juta ton dan meningkat di tahun 2012 menjadi 2,442 juta ton. Luas areal perkebunan rakyat hingga tahun 2012 mencapai 2,625 juta hektar. Subsektor tersebut diperkirakan mampu menyerap tenaga kerja sekitar 6 juta orang atau 15 persen dari total tenaga kerja pada sektor pertanian (BPS, 2012).

Cengkeh merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Cengkeh sebagai salah satu komoditas hasil pertanian yang diharapkan dapat membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Bagi Bangsa Indonesia, cengkeh memiliki nilai ekonomi yang sangat penting dan strategis karena komoditas ini merupakan bahan campuran pembuatan rokok kretek yang banyak menghasilkan pendapatan negara melalui cukainya. Selain sebagai bahan dasar pembuatan rokok kretek, cengkeh juga dapat berguna sebagai rempah rempah yang dibutuhkan dalam bidang pengobatan dan dapat juga dipakai sebagai bahan pembuatan minyak atsiri (Mareni, 2010: 3).

Desa Tombulilato yang terletak di Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango merupakan salah satu desa di Propinsi Gorontalo yang sebagian besar masyarakat merupakan petani cengkeh. Tanaman cengkeh yang ditanam oleh petani sebagian besar telah menghasilkan atau berproduksi dan sebagian kecil lainnya masih dalam proses pertumbuhan. Tanaman cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya per tahun selalu berproduksi. Namun, potensi tanaman cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango

harus diimbangi dengan sistem pemasaran yang baik, mengingat pemasaran memegang peranan dalam menghasilkan pendapatan yang maksimal. Naik-turunnya harga cengkeh dari tahun ke tahun dapat mempengaruhi pendapatan petani. Sesuai dengan yang dijelaskan Mosher dalam Ruauw *et al.* (2011: 40) bahwa setiap petani akan berusaha mengembangkan usaha taninya apabila ada jaminan harga terhadap produksinya. Jika harga menguntungkan maka petani akan berusaha lebih banyak lagi, sehingga harga dalam hal ini merupakan dapat mempengaruhi petani dalam menentukan jumlah yang akan di produksinya.

Sistem pemasaran sangat menentukan bagi petani cengkeh dalam menghasilkan keuntungan dari hasil penjualan cengkeh. Untuk itu, pemilihan saluran pemasaran yang baik sangat menentukan terhadap margin pemasaran. Namun menurut (Syahyunan, 2004: 1), pemilihan dan penentuan saluran distribusi bukan suatu hal yang mudah karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi akan dapat menggagalkan tujuan yang telah ditentukan. Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan penghamburan biaya atau pemborosan. Oleh sebab itu masalah pemilihan saluran distribusi akan sangat penting artinya bagi pemasar yang menginginkan perkembangan kegiatannya. Sehingga, marketer harus lebih jeli lagi dalam memilih saluran distribusi untuk produk mereka.

Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan biaya pemasaran dan dengan adanya biaya tersebut maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang saluran pemasaran maka biaya yang dikeluarkan akan semakin tinggi. Setiap pedagang berusaha mendapatkan keuntungan dari kegiatan usahanya untuk mendapatkan nilai tambah (Widitananto *et al.*, 2012: 62). Sesuai dengan pernyataan tersebut, untuk mendapatkan nilai tambah dan keuntungan yang banyak, pedagang cengkeh biasanya melakukan penekanan harga untuk membeli dari produsen atau petani cengkeh. Hal ini tentunya sangat merugikan bagi pihak petani dan sistem pemasaran cengkeh menjadi tidak efisien. Apabila harga yang diterima oleh produsen tidak jauh beda dengan harga di tingkat konsumen akhir maka sistem pemasaran dapat dikatakan berjalan secara efisien. Seperti dikemukakan oleh Saliem *dalam* Widitananto *et al.*, (2012: 62) bahwa

analisis semakin tinggi harga yang diterima produsen, semakin efisien pemasaran tersebut. Untuk itu analisis margin pemasaran sangat penting karena bertujuan untuk melihat efisiensi pemasaran.

Berdasarkan data statistik BPS (2012) produksi cengkeh di Indonesia pada tahun 2012 mencapai 71,4 ribu ton dengan luas areal perkebunan cengkeh mencapai 476,80 ribu ha. Hasil tersebut mencapai 2,95 % dari total hasil perkebunan secara keseluruhan. Adapun luas lahan perkebunan rakyat khususnya cengkeh sebesar 476,80 ribu hektar atau sebesar 18,16% dari total luas perkebunan rakyat keseluruhan. Hasil pertanian dan perkebunan yang disebutkan tidak lepas dari peran para petani, baik yang menggarap lahan basah maupun lahan kering. Akan tetapi menurut Mareni (2010: 3), keberadaan petani di Indonesia masih terpinggirkan. Kenyataan empiris sering tidak sejalan dengan tataran teoretis, yaitu petani sangat berperan sebagai aset bangsa yang menghidupi hajat hidup orang banyak, terutama dengan produksi hasil pertanian seperti cengkeh. Jasa yang begitu besar disumbangkan oleh petani tidaklah seimbang dengan imbalan yang diterima oleh petani tersebut. Banyak petani yang merasakan harga hasil panen yang anjlok tidak sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk biaya produksi.

Propinsi Gorontalo merupakan salah satu daerah di Indonesia yang berpotensi menghasilkan cengkeh. Luas lahan perkebunan rakyat khususnya tanaman cengkeh mencapai 7.800 Hektar (Ha) yang tersebar di lima kabupaten yaitu Kabupaten Boalemo (587 Ha), Kabupaten Gorontalo (2.123 Ha), Kabupaten Bone Bolango (2.448 Ha), Kabupaten Gorontalo Utara (2.004), dan Kabupaten Pohuwato (638). Jumlah Produksi tanaman cengkeh keseluruhan Tahun 2008 mencapai 626 ton, Tahun 2009 mencapai 638 ton, Tahun 2010 mencapai 683 ton, Tahun 2011 mencapai 735 ton, dan Tahun 2008 mencapai 734 ton. Adapun data hasil produksi tanaman cengkeh di Kabupaten Bone Bolango Tahun 2008 mencapai 205 ton dan Tahun 2009 mencapai 207 ton (Badan Pusat Statistik, 2012).

Tinggi rendahnya harga cengkeh bergantung pada situasi dan kondisi sosial ekonomi seperti produktivitas, situasi pasar, dan faktor-faktor lainnya yang

berpengaruh terhadap kenaikan harga komoditas cengkeh. Situasi dan kondisi pasar komoditas cengkeh yang terjadi yang merupakan pola perilaku produsen dalam hal ini adalah petani dan pedagang perantara/lembaga pemasaran terhadap komoditas cengkeh yang dipasarkan. Adanya tawar petani produsen pada proses penentuan harga lebih banyak dikuasai oleh pedagang perantara/lembaga pemasaran, sehingga kekuatan tawar menawar antara produsen dan pedagang perantara/lembaga pemasaran hampir tidak ada. Harga pemasaran komoditas cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya yang oleh pedagang pengumpul berkisar Rp.150.000/kilogram, bahkan para pengumpul membeli bagian tangkainya Rp 5.000/kg. Kisaran harga tersebut ditentukan oleh pedagang perantara dalam hal ini adalah sebagai lembaga pemasaran. Keadaan tersebut sebagai akibat berpengaruh pada sistem pemasaran komoditas cengkeh.

Sehubungan dengan permasalahan yang dikemukakan, maka dilakukan suatu penelitian tentang analisis sistem pemasaran cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango?
2. Berapa besar margin dan distribusi margin pemasaran cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui saluran pemasaran cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango.
2. Menganalisis margin dan distribusi margin pemasaran cengkeh di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Sebagai bahan pengembangan wawasan ilmu pengetahuan kepada peneliti dan masyarakat terutama para petani cengkeh tentang sistem pemasaran cengkeh yang dapat memberikan keuntungan yang maksimal.
2. Sebagai bahan informasi bagi peneliti, masyarakat, dan pemerintah tentang sistem pemasaran cengkeh yang berlaku di Desa Tombulilato Kecamatan Bone Raya Kabupaten Bone Bolango.
3. Sebagai bahan referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang dalam kaitannya dengan sistem pemasaran cengkeh.