

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 ekonomi Indonesia. Hasil perkebunan rakyat semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS), tahun 2013 hasil perkebunan rakyat mencapai 2,160 juta ton dan meningkat di tahun 2014 mencapai 2,442 juta ton. Luas area perkebunan rakyat hingga tahun 2015 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, 2016:60).

Cengkeh merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai nilai ekonomi yang 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 juga dipakai sebagai bahan pembuatan minyak astiri (Mareni, 2010: 3)

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, 2007: 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 ditingkat 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 terima produsen, semakin efisien pemasaran tersebut. Untuk itu analisis margin pemasaran sangat penting karena bertujuan untuk melihat efisiensi pemasaran.

Pertanian cengkeh di Provinsi Gorontalo meningkat dari tahun ke tahun, dilihat dari petani yang makin banyak dan menyebar. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) sektor pertanian cengkeh Provinsi Gorontalo di tahun 2013 memiliki luas lahan 9235 Ha, tahun 2014 9408 Ha, tahun 2015 9737 Ha. Data BPS luas lahan dan produksi pertanian cengkeh tahun 2015 di Kabupaten Boalemo luas lahan 1.061 Ha produksi cengkeh 9 ton, Kabupaten Gorontalo luas lahan 3.203 Ha 180 produksi cengkeh ton, Kabupaten Pohuwato luas lahan 609 Ha produksi cengkeh 4 ton, Kabupaten Bone Bolango luas lahan 2.508 Ha produksi cengkeh 233 ton, dan Kabupaten Gorontalo Utara luas lahan 2.275 Ha produksi cengkeh 178 ton (BPS, 2016:216).

Desa Taludaa yang terletak di Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango merupakan salah satu desa di Provinsi 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 Taludaa Kecamatan Bone Bolango pertahun selalu berproduksi. Namun, potensi tanaman cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone 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.* (2009 : 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 produksi. 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 perantar/lembaga pemasaran terhadap komoditas cengkeh yang dipasarkan. Adanya tawaran petani ke 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 Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango yang oleh pedagang pengumpul berkisar Rp. 150.000./Kg, bahkan para pengumpul membeli tangkainya dengan harga Rp. 5000/Kg. Kisaran harga tersebut ditentukan oleh pedagang perantara dalam 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 Taludaa Kecamatan Bone 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 Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango?
2. Berapa besar margin dan distribusi margin pemasaran cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango?
3. Bagaimana fluktuasi harga cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah.

1. Mengetahui saluran pemasaran cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango.
2. Menganalisis margin dan distribusi margin pemasaran cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango.
3. Mengetahui fluktuasi harga cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone 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 pada 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 Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. Sebagai bahan referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang dalam kaitannya dengan sistem pemasaran cengkeh.