

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara agraris dimana pembangunan pertanian mempunyai kedudukan yang strategis dengan kegiatan yang berbasis pada tanaman pangan dan hortikultura. Hortikultura adalah cabang ilmu pertanian yang mempelajari usaha membudidayakan tanaman buah-buahan, sayuran dan tanaman hias, termasuk tanaman obat-obatan. Subsektor hortikultura merupakan komponen penting dalam pembangunan pertanian yang terus tumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu, hal ini didukung oleh potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, dan potensi serapan pasar baik dalam maupun luar negeri terus meningkat. Salah satu jenis tanaman sayuran yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah cabai merah.

Cabai merah (*Capsicum annuum L.*) merupakan salah satu komoditas unggulan yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena peranannya cukup besar untuk memenuhi kebutuhan domestik maupun industri pangan, dan termasuk komoditas yang hampir seluruh masyarakat butuhkan untuk kebutuhan sehari-hari. Cabai merah merupakan salah satu komoditas yang tingkat konsumsi meningkat setiap tahun. Pada tahun 2022 permintaan akan cabai merah di Indonesia mencapai 636,56 ribu ton angka tersebut meningkat dari 2021 yang sebanyak 596,14 ribu ton (BPS,2022). Hal ini karena cabai merah telah menjadi kebutuhan sebagian besar masyarakat Indonesia yang belum dapat digantikan dengan komoditas lain.

Provinsi Jambi merupakan salah satu provinsi yang membudidayakan cabai merah dan masih berkembang hingga saat ini. Provinsi Jambi mampu

memproduksi cabai merah dalam skala besar karena sangat penting untuk konsumsi rumah tangga. Budidaya cabai merah di Provinsi Jambi terdapat di semua Kabupaten dengan tingkat produksi yang dihasilkan pada tahun 2022 sebesar 98.158,5 ton, dengan luas lahan 6.410 ha, dan produktivitas 15.31 ton/ha dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, Produktivitas Cabai Merah Menurut Kabupaten di Provinsi Jambi Tahun 2022

Kabupaten	Luas lahan (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
Kerinci	4.721	89.259,2	18,9
Merangin	803	54.982,0	68,4
Sarolangun	71,70	1.310,5	18,27
Batang hari	100	390,3	3,9
Muaro jambi	222,25	5.845,2	26,3
Tanjung jabung timur	95	427,8	4,50
Tanjung jabung barat	104	401,1	3,85
Tebo	53,75	2.154,5	40,08
Bungo	155	535,8	3,45
Kota jambi	3,95	11,4	2,88
Kota sungai penuh	79,4	703,7	8,86
Jumlah	6.410	98.158,5	15.31

Sumber : Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Peternakan Provinsi Jambi, 2023

Berdasarkan Tabel 1, Kabupaten Muaro Jambi merupakan daerah yang menempati posisi ketiga dengan produksi dan luas lahan terbesar di Provinsi Jambi yaitu dengan luas lahan 222,25 ha dan jumlah produksi sebanyak 5.845,2 ton, setelah Kabupaten Kerinci dan Kabupaten Merangin pada posisi kedua terbesar.

Kabupaten Muaro Jambi terdiri dari 11 Kecamatan dan budidaya tanaman cabai merah tersebar di seluruh Kecamatan. Kecamatan Kumpeh merupakan daerah keempat dengan produksi tertinggi yaitu dengan jumlah produksi 366 ton, luas lahan 109 ha, dan produktivitas 3,36 ton/ha.

Tabel 2. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Cabai Merah Menurut Kecamatan di Kabupaten Muaro Jambi Tahun 2022

Kecamatan	Luas panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
Mestong	12.00	736.20	61,35
Sungai bahar	1.25	4.50	3,60
Bahar selatan	0.25	0.50	2,00
Bahar utara	1.75	87.00	49,71
Kumpeh ulu	11.00	2.899,00	263,55
Sungaigelam	25.00	953.00	38,12
Kumpeh	109.00	366.00	3,35
Maro sebo	38.00	213.00	5,61
Taman rajo	9.00	189.00	21,00
Jambi luar kota	7.00	270.00	38,57
Sekernan	8.00	127.00	15,88
Jumlah	222.25	5.845,20	26,30

Sumber :Dinas Tanaman Pangan dan Holtikultura Kabupaten Muaro Jambi, 2023

Petani di Kecamatan Kumpeh rata rata berusahatani cabai merah dan yang menjadi sentra penghasil cabai merah tertinggi adalah Desa Maju Jaya dan Desa Mekar Sari (Lampiran 2). Adapun jenis cabai yang dibudidayakan petani Kecamatan Kumpeh adalah cabai merah keriting. Produksi cabai merah yang ada di Kecamatan Kumpeh dipasarkan ke pasar angso duo. Proses pemasaran cabai merah di Kecamatan Kumpeh hingga sampai ke konsumen akhir terjadi melalui beberapa lembaga pemasaran, seperti pedagang pengumpul, pedagang *wholesaler*, dan pedagang pengecer.

Pemasaran produk pertanian merupakan salah satu subsistem penting dalam sistem agribisnis karena berhubungan dengan distribusi barang mulai dari produsen hingga ke konsumen, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, memberikan kepuasan bagi konsumen, serta memberikan keuntungan bagi produsen. Dalam praktiknya, pemasaran produk pertanian melibatkan berbagai lembaga di setiap tingkat saluran pemasaran. Banyaknya lembaga yang terlibat menunjukkan bahwa sistem pemasaran tidak efisien, dan *farmer's share* (bagian

harga yang diterima petani) seringkali tidak sebanding atau proporsional dengan harga yang diterima konsumen akhir.

Pemasaran cabai merah di Kecamatan Kumpeh masih dikuasai oleh pedagang pengumpul hal ini karena keterbatasan ilmu dan pengalaman serta biaya yang besar untuk memasarkan hasil pertaniannya karena jarak tempuh yang jauh untuk sampai ke pasar angso duo, volume jual cabai merah yang tidak banyak, dan adanya ikatan sebagian petani dengan pedagang pengumpul dengan pemberian pinjaman untuk modal usahatani cabai merah sehingga posisi petani sebagai produsen lemah dan hanya sebagai pihak penerima harga (*price taker*).

Selain itu, tidak adanya pasar induk di Kecamatan Kumpeh semakin mempersulit petani dalam mengakses informasi harga, sehingga petani tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai informasi perkembangan harga cabai merah. Hal ini semakin memperkuat posisi pedagang pengumpul sebagai lembaga pemasaran yang melakukan pemasaran ke luar Kecamatan karena sebagian besar petani menjual cabainya ke pedagang pengumpul hal ini kemudian memposisikan pedagang pengumpul sebagai pihak yang diuntungkan dalam penentuan harga beli cabai merah dari petani.

Harga cabai merah sering mengalami fluktuasi, dimana harga bisa melonjak tinggi tetapi juga bisa berubah menjadi sangat rendah. Pada saat tertentu, permintaan cabai merah yang tinggi sedangkan jumlah pasokan cabai merah di pasar sedikit sehingga tidak mampu memenuhi permintaan konsumen mengakibatkan harga yang melambung tinggi terutama menjelang hari-hari besar seperti Idul Fitri, Idul Adha, dan akhir tahun (Wiryanta, 2011). Saat musim panen, produksi cabai merah akan melimpah tetapi harga menurun, sedangkan saat

pasokan terbatas, harga cabai akan melonjak naik yang kemudian berdampak pada fluktuasi harga yang sangat tajam dan juga berpengaruh terhadap margin pemasaran.

Tabel 3. Perkembangan Rata-rata Harga Cabai Merah di Tingkat Petani dan Konsumen di Kecamatan Kumpeh Tahun 2019 – 2022

Tahun	Harga Cabai Merah (Rp/Kg)	
	Petani	Konsumen akhir
2019	21.545	40.532
2020	19.770	41.500
2021	22.890	47.550
2022	21.140	46.250

Sumber :BPP Kumpeh, 2023

Tabel 3 menunjukkan data harga cabai merah yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir. Harga cabai merah mengalami fluktuasi dari tahun 2019 hingga 2022 baik di tingkat petani maupun di tingkat konsumen. Harga cabai merah yang diterima petani sangat jauh perbedaannya dengan harga yang dibayarkan konsumen. Perbedaan harga yang cukup tinggi menyebabkan margin pemasaran semakin besar. Nilai margin pemasaran yang semakin besar juga mengindikasikan bahwa pemasaran tidak efisien.

Selain itu adanya peningkatan perubahan harga di tingkat konsumen yang tidak diikuti dengan peningkatan perubahan harga di tingkat petani menunjukkan adanya ketidakseimbangan harga baik yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen. Menurut Soekartawi, adanya ketidakseimbangan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen disebabkan tingginya biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran yang menyebabkan pemasaran tidak efisien. Pemasaran yang efisien berarti mampu mengirimkan produk kepada konsumen dengan harga serendah mungkin dan mampu melakukan pembagian

keuntungan yang adil dari total harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam proses pemasaran produk tersebut.

Salah satu konsep yang dapat digunakan untuk mengetahui pemasaran sudah berjalan dengan efisien atau belum adalah melalui pendekatan struktur, perilaku, dan kinerja pasar (SCP) yang didasarkan atas tiga hal yang saling berkaitan (Anindita, 2018). Pendekatan SCP (*structure, conduct, performance*) dilakukan untuk mengawasi persaingan di pasar dan mengetahui perilaku dari pelaku pasar yang akan mempengaruhi kinerja pasar akibat struktur pasar yang terbentuk.

Berdasarkan uraian di atas, perlu dilakukan analisis sistem pemasaran cabai merah dengan pendekatan struktur, perilaku dan kinerja pasar untuk mengetahui apakah pasar sudah berjalan dengan efisien atau tidak. Analisis SCP dipilih karena mampu menjabarkan pola struktur, perilaku dan kinerja pasar yang dapat menjawab proses penentuan harga serta keterkaitan setiap lembaga pemasaran cabai merah. Pendekatan ini digunakan karena mampu menangkap kompleksitas permasalahan yang terjadi pada pemasaran cabai merah serta mampu memberikan jawaban terhadap pertanyaan mengenai hal-hal apa saja yang menyebabkan efisien atau tidaknya sistem pemasaran yang ada. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi”**.

1.2. Perumusan Masalah

Kecamatan Kumpeh merupakan salah satu wilayah yang membudidayakan cabai merah di Kabupaten Muaro Jambi. Jaringan pemasaran cabai merah di

Kecamatan Kumpeh saat ini sebagian besar disalurkan melalui pedagang pengumpul. Berdasarkan kondisi di lapangan diketahui bahwa sebagian besar petani cabai merah di Kecamatan Kumpeh masih sangat tergantung kepada pedagang pengumpul dalam memasarkan cabai merah hal ini karena keterbatasan ilmu dan pengalaman petani, selain itu biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan cabai , seperti biaya transportasi karena jarak antara petani dengan konsumen jauh dan tidak ada pasar induk di Kecamatan Kumpeh sehingga petani tidak berani mengambil resiko. Selain itu adanya keterikatan petani kepada pedagang pengumpul terkait modal untuk bertani cabai merah yang berjumlah cukup besar, mendorong petani untuk menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul. Sebaliknya, bagi petani yang tidak terikat pinjaman, bebas menentukan pilihan kepada siapa akan menjual hasil produksinya seperti menjual langsung ke pedagang *wholesaler* atau mencari pembeli dengan harga tertinggi.

Selain itu, pemasaran cabai merah di Kecamatan Kumpeh sampai ke konsumen akhir melalui beberapa lembaga pemasaran, seperti pedagang pengumpul, pedagang *wholesaler*, dan pedagang pengecer yang membuat harga di tingkat petani semakin rendah. Hal ini disebabkan karena adanya kegiatan pemasaran, dimana lembaga pemasaran menjalankan fungsi-fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas yang menimbulkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran dari setiap lembaga pemasaran dibebankan kepada konsumen maupun produsen (petani). Tingginya biaya pemasaran akan menyebabkan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan konsumen semakin kecil.

Persebaran harga yang tidak merata antara petani dan lembaga pemasaran menunjukkan bahwa *farmer share* yang diterima petani masih rendah dan belum optimal. Apabila *farmer share* yang diterima petani tinggi akan menambah pendapatan petani. Namun, petani terkadang mengalami kerugian ketika harga di pasar rendah dimana harga yang diterima petani seringkali tidak sebanding dengan biaya produksi yang dikeluarkan, sehingga pendapatan petani menjadi rendah. Sistem pemasaran yang masih didominasi oleh pedagang pengumpul membuat petani kurang diuntungkan. Hal ini memperkuat anggapan bahwa sistem pemasaran cabai merah di Kecamatan Kumpeh belum efisien.

Sedangkan yang harus diperhatikan dalam pemasaran adalah efisiensi pemasaran. Sebab akibat efisien atau tidaknya suatu pemasaran dapat diketahui melalui pendekatan SCP (*structure, conduct, and performance*). Struktur, perilaku dan kinerja pasar adalah ketiga hal yang saling berkaitan yang dapat menunjukkan efisien atau tidaknya suatu pemasaran. Analisis struktur pasar cabai merah mencakup bagaimana pasar cabai merah terorganisasi, berdasarkan karakteristik hubungan penjual dan pembeli. Perilaku pasar cabai merah merupakan cara produsen menyesuaikan diri terhadap kondisi dan persaingan di pasar. Kinerja pasar cabai merah adalah kondisi di pasar yang menggambarkan bagaimana pasar cabai merah dapat berjalan secara efisien. Efisiensi pemasaran khususnya pada bidang pertanian merupakan tujuan utama yang harus dicapai oleh berbagai pelaku ekonomi seperti petani, pedagang, pemerintah dan konsumen. Penyebab tidak efisiennya suatu sistem pemasaran biasanya disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran karena biaya pemasaran yang tinggi.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Bagaimana gambaran pemasaran cabai merah di Kecamatan Kumpeh ?
2. Bagaimana struktur pasar cabai merah di Kecamatan Kumpeh?
3. Bagaimana perilaku pasar cabai merah di Kecamatan Kumpeh?
4. Bagaimana kinerja pasar cabai merah di Kecamatan Kumpeh?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan gambaran pemasaran cabai merah di Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi.
2. Untuk menganalisis struktur pasar cabai merah di Kecamatan Kumpeh.
3. Untuk menganalisis perilaku pasar cabai merah di Kecamatan Kumpeh.
4. Untuk menganalisis kinerja pasar cabai merah di Kecamatan Kumpeh.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan dalam mengidentifikasi dan menganalisis masalah yang berkaitan dengan topik penelitian, dan juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi tingkat sarjana pada Fakultas Pertanian Universitas Jambi.
2. Bagi pembaca, sebagai bahan pustaka dalam menambah wawasan dan sebagai acuan untuk mengadakan penelitian lanjutan mengenai pemasaran cabai merah.