

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor pertanian di Indonesia memiliki peranan yang penting dalam peningkatan perekonomian negara. Perekonomian di Indonesia sangat berkembang dan saling mendukung antara sektor pertanian dan industri dikarenakan dari adanya kemauan dan arahan dari pemerintah. Perkembangan ini memiliki daya tarik sendiri sehingga banyak orang yang menaruh perhatian pada bidang pertanian (Soekartawi, 2002 : 1). Pada tahun 2016 jumlah penduduk yang pekerjaan utamanya disektor pertanian di Sumatera barat adalah 856,44 orang dari 3,63 juta jiwa yang bekerja (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2016).

Kegiatan usahatani didukung oleh Kementerian Pertanian, dengan memberikan instruksi dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2013 pasal 23 bahwa petani berhak mendapatkan hasil yang menguntungkan dan memiliki jaminan pemasaran dalam (1) pembelian secara langsung, (2) penampungan hasil usaha tani, dan (3) pemberian fasilitas akses pasar (Undang-Undang RI, 2013). Kegiatan pemasaran hasil pertanian memerlukan mekanisme pemasaran yang baik agar semua pihak yang terlibat bisa memperoleh keuntungan yang sesuai dengan apa yang dikerjakannya (Soekartawi, 2002 : 111).

Pengembangan suatu komoditi pertanian dari aspek ekonomi sangat tergantung pada tingkat pendapatan dan kelayakan usaha. Dukungan sistem pemasaran yang lancar dan dengan margin tataniaga yang bagus akan sangat memacu petani untuk berusaha lebih baik. Usaha perbaikan dibidang tataniaga memegang peranan penting karena usaha peningkatan produksi saja tidak mampu untuk meningkatkan pendapatan petani bila tidak didukung dan dihubungkan dengan situasi pasar. Tingginya biaya tataniaga akan berpengaruh terhadap harga eceran/harga konsumen dan harga ditingkat petani (Eysa, 2011 dalam Yolanda, 2013 : 3)

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan

yaitu komoditas hortikultura. Hortikultura merupakan bagian dari sektor pertanian yang terdiri atas sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan biofarmaka. Komoditas hortikultura mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat (Indriasti, 2013 : 1).

Hortikultura merupakan satu potensi besar yang dapat dikembangkan sebagai basis perekonomian nasional. Jika dikelola dengan baik dapat memberikan keuntungan dan nilai tambah yang tinggi bagi pengelolaannya. Komposisi hortikultura yang terdiri dari buah-buahan, sayuran, tanaman hias, dan tanaman obat memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai usaha agribisnis. Pengelolaan usahatani hortikultura secara agribisnis dapat meningkatkan pendapatan petani skala usaha yang kecil, karena nilai ekonomi komoditas hortikultura yang besar (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Barat, 2016).

Salah satu produksi hortikultura yaitu sayuran. Komoditas sayuran memegang peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia khususnya dalam hal kecukupan pangan dan gizi yang dibutuhkan. Meningkatnya populasi penduduk, kesejahteraan masyarakat, serta pengetahuan masyarakat akan kesehatan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan sayuran sehingga produksi sayuran harus ditingkatkan. Secara umum produksi sayuran di Sumatera Barat meningkat setiap tahunnya (Lampiran1).

Semakin meningkatnya pengetahuan ide dan teknologi di bidang pertanian saat ini, dalam mengusahakan sayuran ada beberapa media tanam yang dapat digunakan sebagai wadah tempat tumbuhnya sayuran. Diantaranya hidroponik, aeroponik dan aquaponik. Metode – metode tersebut dilakukan karena lahan pertanian juga yang semakin sempit (Herwibowo dan Budiana, 2014 : 80).

Salah satunya adalah media hidroponik. Teknologi hidroponik adalah metode bercocok tanam yang menggunakan air, nutrisi dan oksigen (Tim Karya Tani Mandiri, 2010). Teknologi hidroponik memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan teknik bercocok tanam secara tradisional. Keunggulan hidroponik antara lain ramah lingkungan, produk yang dihasilkan higienis, pertumbuhan tanaman lebih

cepat, kualitas hasil tanaman dapat terjaga, dan kuantitas dapat lebih meningkat. Sayuran yang diproduksi dengan sistem hidroponik juga menjadi lebih sehat karena terbebas dari kontaminasi logam berat industri yang ada di dalam tanah, segar dan tahan lama serta mudah dicerna (Indriasti, 2013 : 4).

Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional namun biaya yang diperlukan tinggi. Oleh karena itu, segmen pasar yang dituju umumnya yaitu kalangan ekonomi menengah keatas. Dengan kualitas yang tinggi dan segmen pasar yang khusus tersebut, sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga premium atau harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar. Sayuran hidroponik yang dipasarkan biasanya merupakan sayuran yang memiliki nilai jual tinggi (*high value*) (Indriasti, 2013 : 5).

Pengembangan suatu komoditas pertanian dari aspek ekonomi sangat tergantung kepada tingkat pendapatan atau kelayakan usaha. Dukungan sistem pemasaran yang lancar dan dengan margin tataniaga yang bagus, akan sangat memacu petani untuk berusaha lebih baik. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting setelah selesainya produksi pertanian. Kondisi pemasaran yang efisien menimbulkan suatu siklus atau lingkaran pasar suatu komoditas dimana jika sebuah produk pertanian, pemasarannya tidak lancar dan tidak memberikan harga yang layak bagi petani, maka kondisi tersebut akan mempengaruhi motivasi petani. Petani berkurang semangatnya untuk merawat komoditi tersebut karena harganya tidak sesuai. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pendapatan petani selain dengan meningkatkan produksi juga diperlukan suatu sistem pemasaran efektif dan efisien yang dapat menyalurkan hasil usahatani petani dari produsen ke konsumen akhir dengan harga yang menguntungkan petani (Mubyarto, 1989).

Aspek pemasaran merupakan aspek yang penting. Bila mekanisme pemasaran berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu peranan lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul, pedagang pengecer, eksportir atau yang lainnya menjadi amat penting. Lembaga pemasaran ini khususnya bagi negara berkembang yang dicirikan lemahnya pemasaran hasil pertanian dan

kompetisi pasar yang sempurna, akan menentukan mekanisme pasar (Soekartawi, 2002).

Tataniaga pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Dalam hal tataniaga hasil pertanian maka aliran hasil pertanian dari petani produsen ke konsumen akhir. Aliran barang ini dapat terjadi karena peranan lembaga tataniaga. Peranan lembaga tataniaga ini sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan. Dalam pengaliran barang ini dikenal istilah saluran tataniaga. Saluran tataniaga dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit. Rumit tidaknya saluran tataniaga tergantung pada macam komoditi lembaga tataniaga dan sistem pasarnya. Fungsi saluran tataniaga ini sangat penting khususnya dalam melihat tingkat harga di masing-masing lembaga tataniaga (Soekartawi, 2002 : 149)

Kegiatan pemasaran disalurkan melalui lembaga-lembaga perantara atau lembaga distribusi. Semakin panjang saluran distribusi yang dilalui suatu produk maka semakin tinggi harga yang harus dibayarkan konsumen akhir. Kondisi ini terkadang mendatangkan dampak, dimana petani biasanya mendapatkan keuntungan kecil untuk satu produk dan harga yang diterima oleh petani untuk produk yang sama dengan margin tataniaga (Hamid, 1994 : 139).

Dengan demikian dapatlah diartikan bahwa semua unsur apakah ia perorangan, perusahaan, atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam proses pengaliran barang dari produsen ke konsumen disebut lembaga tataniaga, antara lain seperti pedagang pengumpul, pedagang pengecer, broker, perusahaan pengangkut dan perusahaan dagang (Hamid, 1994 : 127).

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi (Tomeck and Robinson, 1990; Sudiyono, 2001).

Sistem tataniaga dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat: (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen ke konsumen akhir dengan harga yang

murah, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut di dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang tersebut. Sistem tataniaga yang tidak efisien akan mengakibatkan kecilnya keuntungan yang diterima oleh produsen, jadi harga yang diterima produsen dapat juga dijadikan ukuran efisiensi sistem tataniaga (Mubyarto, 1989 : 166).

B. Rumusan Masalah

Sayuran hidroponik merupakan sayuran yang ditanam dengan teknik tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Prinsip budidaya tanaman secara hidroponik ini adalah memberikan atau menyediakan nutrisi yang diperlukan tanaman dalam bentuk larutan dengan cara disiramkan, ditetaskan, dialirkan atau disemprotkan pada media tumbuh tanaman.

Seiring dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap kesehatan, bahayanya pestisida bagi kesehatan dan isu ramah lingkungan membuat masyarakat sekarang mulai meminati sayuran hidroponik yang sehat untuk dikonsumsi sehari – hari. Peningkatan konsumsi sayuran hidroponik memberikan peluang besar untuk usaha sayuran hidroponik. Sayuran yang ditanam secara hidroponik memiliki banyak keunggulan dan kelebihan jika dibandingkan dengan sayuran konvensional, yaitu produk yang dihasilkan higienis, sehat karena tidak tercemar oleh zat-zat berbahaya yang ada dalam tanah, ramah lingkungan, pertumbuhan tanaman lebih cepat, kualitas produk yang terjaga serta kuantitas dapat meningkat.

Dikota Padang ada 18 petani sayur hidroponik dengan latar belakang yang berbeda-beda dari 21 petani sayur hidroponik di Sumatera Barat yang tergabung dalam Koperasi Sayur Hidroponik Maju Bersama Sukses Bersama, koperasi maju bersama sukses bersama ini merupakan satu-satunya koperasi yang ada di Kota Padang, koperasi ini sangat membantu petani sayur hidroponik dengan skala kecil dalam memasarkan hasil panennya, koperasi maju bersama sukses bersama ini juga memberikan sarana dan prasarana budidaya sayur hidroponik kepada petani dan memberikan edukasi mengenai cara budidaya sayur hidroponik kepada petani. Jumlah petani sayur hidroponik di Kota Padang merupakan jumlah terbesar se

Sumatera Barat yang tergabung dalam Koperasi Hidroponik Maju Bersama Sukses Bersama (Lampiran 2).

Koperasi sayur hidroponik maju bersama sukses bersama ini diketuai oleh Alfi yang merupakan salah satu anggota komunitas sayur hidroponik Sumatera Barat, koperasi ini didirikan Februari 2017 dengan anggota keseluruhan 21 orang, yang aktif 20 orang dan petani yang berasal dari Kota Padang 18 orang. Koperasi ini didirikan dengan tujuan awal memenuhi permintaan pasar terhadap sayur hidroponik. Manfaat lain dari koperasi ini terhadap petani adalah tidak susah lagi mencari pasar, menyediakan sarana dan prasarana untuk berbudidaya hidroponik, sebagai sumber informasi budidaya hidroponik dan tempat pengolahan sisa sayuran yang tidak laku tapi layak di konsumsi.

Teknologi hidroponik ini mempunyai banyak keunggulan, namun konsekuensinya juga membutuhkan biaya yang tinggi dalam produksinya yang mengakibatkan harga sayuran dengan teknologi hidroponik ini lebih mahal dibandingkan dengan sayuran konvensional. Biaya investasi serta biaya operasional yang dibutuhkan seperti tenaga kerja, distribusi, penyediaan sarana irigasi memerlukan biaya yang tidak sedikit sehingga jenis sayuran hidroponik organik ini lebih mahal dari pada sayuran konvensional, dan jenis sayuran dan harga jual sayuran hidroponik organik penting untuk diperhatikan oleh pengusaha sayuran hidroponik.

Berdasarkan tinjauan di lapangan dan informasi yang di dapat dari ketua Koperasi Hidroponik Maju Bersama Sukses Bersama terdapat 18 petani sayur hidroponik di Kota Padang yang tergabung dalam koperasi. Masing-masing petani melakukan budidaya di lahan sendiri yang terbilang berukuran kecil dengan kapasitas produksi juga kecil oleh masing-masing petani, data atau informasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah satu musim tanam atau satu periode tanam, periode tanam untuk jenis sayuran ini tergolong cepat yaitu antara 40 – 45 hari mulai dari penanaman bibit.

Dilihat dari saluran tataniaga sayur hidroponik ini berdasarkan informasi yang di dapat dari ketua Koperasi Hidroponik Maju Bersama Sukses Bersama dari petani hingga sampai ke tangan konsumen terbagi atas beberapa kondisi, yaitu:

1. Petani produsen → konsumen akhir
2. Petani produsen → pedagang pengecer → konsumen akhir
3. Petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir

Berdasarkan saluran distribusi tersebut terlihat ada lembaga pemasaran yang terlibat. Hasil panen sayur hidroponik banyak di pasarkan oleh petani ke pusat buah, cafe kecil, restoran yang ada di Kota padang dan ke konsumen langsung (Lampiran 4).

Sayur hidroponik ini merupakan produk pertanian yang memiliki sifat mudah rusak atau cepat membusuk. Sifat produk tersebut mengakibatkan perlunya dilakukan tataniaga yang baik dengan memperhatikan pengelolaan dan pendistribusian yang baik agar dapat menghindari aktivitas yang dapat mengakibatkan kerusakan produk sayur hidroponik ini.

Pada hasil pra survei di lapangan, sayur hidroponik di pasarkan dengan satuan Kg dengan harga bervariasi sesuai dengan jenis sayur. Jenis sayur selada hijau, selada merah, pakchoy, dan samhong dijual dengan harga Rp 35.000/Kg dari petani sedangkan harga jual ke konsumen akhir Rp 52.000/Kg, sedangkan untuk jenis sayur kale nero dan kale keriting dijual dengan harga Rp 40.000/Kg dari petani sedangkan harga jual ke konsumen akhir Rp 65.000/. Perbedaan harga yang cukup signifikan antara petani dengan pedagang pengumpul dan pengecer ke konsumen akhir menimbulkan pertanyaan tentang margin tataniaga sayur hidroponik.

Berdasarkan uraian diatas, timbul beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana tataniaga sayur hidroponik di Kota Padang?
2. Berapa besar margin tataniaga yang diterima oleh lembaga tataniaga yang terkait dan efisiensi saluran tataniaga sayur hidroponik di Kota Padang?

Berkaitan dengan latar belakang yang telah dirumuskan diatas, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Tataniaga Sayur Hidroponik Pada Koperasi Maju Bersama Sukses Bersama Di Kota Padang.**

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan tataniaga sayur hidroponik di Kota Padang yang meliputi saluran tataniaga dan fungsi-fungsi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tataniaga.
2. Menganalisis margin tataniaga, bagian yang diterima oleh petani dan lembaga tataniaga yang terkait dan efisiensi saluran tataniaga sayur hidroponik pada koperasi maju bersama sukses bersama di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan dapat memberikan masukan bagi pihak – pihak. Adapun manfaatnya antara lain :

1. Bagi petani, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan dan informasi sehingga dapat membantu dalam memilih saluran tataniaga yang lebih efisien dalam memasarkan hasil usahataniannya.
2. Bagi lembaga terkait sebagai bahan informasi dalam membuat kebijakan, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan petani dan membangun sector hortikultura di daerah tersebut.

Bagi akademis, diharapkan penelitian ini berguna sebagai tambahan referensi dalam upaya penyempurnaan mengenai masalah penelitian terkhususnya tentang tataniaga sayur hidroponik.