

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia, sehingga sektor pertanian diharapkan menjadi basis pertumbuhan ekonomi di masa yang akan datang. Penduduk Indonesia yang mayoritasnya bekerja di sektor pertanian sehingga menjadikan sektor ini sebagai aset utama perekonomian negara. Sektor pertanian sangat penting dalam pembangunan, sektor pertanian memberikan kontribusi lebih besar dibandingkan sektor ekonomi lainnya. Salah satu komoditas pada sektor pertanian adalah hortikultura. Menurut Ariyanto (2006) menyatakan bahwa komoditas hortikultura khususnya buah-buahan memiliki prospek cerah dalam sektor pertanian. Pengembangan buah-buahan berpola agribisnis dan agroindustri yang sangat cerah karena permintaan terhadap komoditas tersebut cenderung naik, baik dipasar maupun luar negeri.

Komoditas tanaman hortikultura di Indonesia dapat dibagi menjadi empat kelompok besar, yaitu tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman biofarmaka, tanaman hias (Wahyudie, 2020). Menurut Handayani dan Taufik (2009) bahwa subsektor hortikultura memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai upaya penumbuhan perekonomian daerah maupun nasional, karena mempunyai pengaruh terhadap perbaikan gizi, pendapatan dan kesejahteraan petani. Salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan memegang peranan penting bagi pembangunan pertanian adalah buah-buahan.

Buah-buahan dapat menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat serta petani baik skala kecil, menengah, maupun besar yang mempunyai keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi, serta konsumsinya terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan dan kesadaran penduduk (Hariyadi *et al*, 2020). Seiring dengan pertumbuhan jumlah populasi penduduk, konsumsi buah-buahan terus meningkat.

Masyarakat mulai memperhatikan untuk mengonsumsi buah-buahan yang banyak mengandung zat gizi. Hal ini berarti buah-buahan memiliki prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia. Salah satu jenis buah-buahan yang memiliki prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia yaitu manggis (Agustina et al, 2020).

Manggis (*Garcinia mangostana L.*) merupakan tanaman asli Indonesia yang tumbuh di daerah tropis. Manggis merupakan komoditas terpenting bagi perdagangan nasional dan memiliki potensi ekspor yang sangat besar. Di Indonesia, peluang dan pengembangan tanaman manggis mempunyai potensi yang besar untuk memenuhi konsumsi dalam negeri dan ekspor. Selain itu, manggis juga dikenal oleh masyarakat luas karena mudah ditemukan dimana-mana dan dapat dikonsumsi oleh berbagai lapisan masyarakat seperti kalangan atas, menengah, dan bawah. Buah manggis yang memiliki potensi, saat ini dikelola dengan sangat sederhana. Beberapa Negara sudah sejak lama manggis dijadikan sebagai bahan obat dan bahan terapi, terutama bagian kulitnya (Permana, 2010).

Menurut Badan Pusat Statistik (2023) produsen manggis di Indonesia tersebar di beberapa provinsi diantaranya yaitu Provinsi Jawa Tengah. Tahun 2022 produksi manggis mencapai 6.809 ton. Salah satu produsen manggis di Provinsi Jawa Tengah yaitu Kabupaten Cilacap. Total produksi buah manggis di Kabupaten Cilacap pada tahun 2020-2022 terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Produksi Manggis di Kabupaten Cilacap 2020-2022

Tahun	Hasil Produksi (ton)
2020	5.149,2
2021	272,7
2022	167,2
Jumlah	5.589,1

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cilacap (2023)

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi manggis di Kabupaten Cilacap dari tahun 2020-2022. Hasil produksi yang di dapatkan pada tahun 2020 mencapai 5.149,2 ton, pada tahun 2021 hasil produksi mencapai 272,7 ton sedangkan pada tahun 2022 hasil produksi manggis mencapai 167,2 ton. Produsen buah manggis di Kabupaten Cilacap tersebar di beberapa kecamatan, salah satu kecamatan yang merupakan daerah sentra untuk produksi manggis yaitu Kecamatan Dayeuhluhur.

Kecamatan Dayeuhluhur merupakan salah satu daerah yang berada di Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah. Wilayah dengan kondisi iklim yang cocok untuk ditanami oleh berbagai komoditas hortikultura. Salah satu komoditas hortikultura yang menjadi unggulan di Kecamatan Dayeuhluhur yaitu manggis. Produksi manggis di Kecamatan Dayeuhluhur mencapai 62,71 ton dengan luas areal tanaman manggis mencapai 644,89 ha pada tahun 2023 (BPP Kecamatan Dayeuhluhur, 2023). Data jumlah produksi buah manggis di Kecamatan Dayeuhluhur terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Realisasi Produksi Manggis per Desa di Kecamatan Dayeuhluhur Tahun 2023

No.	Desa	Produksi (ton)
1	Panulisan Barat	7,41
2	Panulisan	1,30
3	Panulisan Timur	2,87
4	Matenggeng	20,99
5	Ciwalen	4,06
6	Dayeuhluhur	1,26
7	Hanum	1,91
8	Datar	1,55
9	Bingkeng	1,79
10	Bolang	2,70
11	Kutaangung	1,06
12	Cijeruk	5,27
13	Cilumping	5,27
14	Sumpinghayu	5,27
Jumlah		62,71

Sumber : Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Dayeuhluhur (2023)

Tabel 2 menunjukkan hasil produksi manggis di Kecamatan Dayeuhluhur yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Menurut data BPP Kecamatan Dayeuhluhur (2023) menunjukkan bahwa produksi manggis pada tahun 2022 mencapai 53,10 ton dan mengalami peningkatan pada tahun 2023 mencapai 62,71 ton. Salah satu daerah sentra produksi manggis yang ada di Kecamatan Dayeuhluhur yaitu Desa Matenggeng yang memproduksi manggis mencapai 20,99 ton dengan area luas lahan 476,54 ha.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dengan yang lain (Kotler *et al*, 2008). Secara umum, semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam biaya pemasaran atau semakin panjang rantai pemasarannya, maka perbedaan harga tersebut semakin besar, sehingga akan mendapat bagian harga yang lebih rendah (Kastaman, 2006).

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran dapat memberikan kepuasan kepada semua pihak yang terlibat dalam lembaga pemasaran. Pemasaran disebut efisien, apabila tercipta keadaan dimana produsen, lembaga pemasaran dan konsumen memperoleh kepuasan terhadap adanya aktivitas pemasaran yang dilaksanakan (Sa'id dan Intan 2001). Efisiensi pemasaran dengan harga di tingkat petani menunjukkan bahwa pasar yang efisien belum tentu memberikan pendapatan yang lebih tinggi bagi produsen karena efisiensi pemasaran tidak hanya dilihat dari sudut pandang produsen tetapi juga lembaga pemasaran dan konsumen. Pemasaran yang efisien adalah yang mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu (Mubyarto, 1985).

Pemasaran manggis melibatkan lembaga pemasaran dalam proses penyaluran agar dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir. Hal tersebut mengharuskan adanya aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dan menyebabkan adanya perbedaan margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Perbedaan nilai margin pemasaran mempengaruhi harga di tingkat konsumen. Saluran pemasaran dikatakan efisien apabila margin pemasarannya tidak tinggi. Saluran pemasaran yang panjang banyak di antaranya melalui lembaga pemasaran yang dapat menimbulkan biaya tambahan. Perkembangan harga manggis di Desa Matenggeng pada tahun 2021-2024 di tingkat petani masih fluktuatif. Tabel yang menunjukkan harga manggis di Desa Matenggeng pada tahun 2021-2024.

Tabel 3. Harga manggis di Desa Matenggeng pada tahun 2021-2024

Tahun	Harga (Rp/kg)
2021	10.000
2022	8.000
2023	11.000
2024	10.000

Sumber : Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Dayeuhluhur, 2023 (Diolah)

Harga yang fluktuatif tersebut disebabkan oleh tinggi rendahnya permintaan pasar serta karakteristik manggis yang tidak tahan lama. Menurut Balai Penyuluhan Pertanian bahwa permasalahan produksi manggis di Desa Matenggeng Kecamatan Dayeuhluhur mengalami ketidakstabilan pemasaran produk manggis karena harga jual manggis setiap tahunnya/periodenya mengalami fluktuatif. Tahun 2021 pada saat pandemi covid-19 melanda permintaan konsumen pada manggis menurun sehingga menyebabkan harga jual manggis yang cenderung harga manggis rendah. Hal ini berdampak pada tingkat pendapatan yang diterima oleh petani menjadi rendah dan tidak menentu, karena menurut Syahputra (2019) pembentukan harga terjadi melalui keseimbangan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Karakteristik manggis yang tidak tahan lama, sehingga mendorong petani harus segera menjualnya dengan keadaan posisi tawar petani menjadi rendah. Rendahnya posisi tawar petani menyebabkan harga yang diterima petani menjadi rendah (BPP Kecamatan Dayeuhluhur, 2023).

Berdasarkan uraian permasalahan yang terjadi, agar petani dan lembaga pemasaran dapat memilih pola saluran pemasaran yang tepat maka perlu adanya analisis mengenai pola saluran pemasaran yang efisien sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan bagi semua pihak secara adil. Berdasarkan uraian tersebut maka perlu diteliti mengenai “Efisiensi Saluran Pemasaran Manggis” di Desa Matenggeng Kecamatan Dayeuhluhur Kabupaten Cilacap.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian ini yaitu :

- 1) Bagaimana saluran pemasaran komoditas manggis di Desa Matenggeng, Kecamatan Dayeuhluhur, Kabupaten Cilacap?
- 2) Bagaimana efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran manggis di Desa Matenggeng, Kecamatan Dayeuhluhur, Kabupaten Cilacap?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Menganalisis saluran pemasaran komoditas manggis di Desa Matenggeng, Kecamatan Dayeuhluhur, Kabupaten Cilacap.
- 2) Menganalisis efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran manggis di Desa Matenggeng, Kecamatan Dayeuhluhur, Kabupaten Cilacap.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :

- 1) Penulis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan untuk melatih dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.
- 2) Lembaga Pemasaran manggis, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pentingnya saluran pemasaran yang efisien sehingga dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan pendapatan petani manggis.
- 3) Pembaca, penelitian digunakan sebagai bahan untuk menambah wawasan pembaca dalam mengetahui analisis efisiensi saluran pemasaran manggis.
- 4) Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam pengambilan keputusan dan menyusun kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan masyarakat.