

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Brebes merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Luas wilayahnya 1.657,73 km², jumlah penduduknya sekitar 1.767.000 jiwa (2003). Ibukotanya adalah Brebes. Brebes merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk paling banyak di Jawa Tengah. Kabupaten Brebes terletak di bagian barat Provinsi Jawa Tengah, dan berbatasan langsung dengan wilayah Provinsi Jawa Barat. Ibukota kabupaten Brebes terletak di bagian timur laut wilayah kabupaten. Kota Brebes bersebelahan dengan Kota Tegal, sehingga kedua kota ini ‘menyatu’.

Ibukota kabupaten Brebes terletak sekitar 177 km sebelah barat Kota Semarang, atau 330 km sebelah timur Jakarta. Kabupaten ini dilalui jalur pantura, dan menjadi pintu masuk utama Jawa Tengah di sisi barat dari arah Jakarta atau Cirebon, sehingga Brebes memiliki tata-letak wilayah yang cukup strategis. Selain itu, juga terdapat jalan provinsi sebagai jalur alternatif menuju ke kota-kota di Jawa Tengah bagian selatan seperti Purwokerto, Kebumen, dan Yogyakarta. Brebes merupakan kabupaten yang cukup luas di Provinsi Jawa Tengah. Sebagian besar wilayahnya adalah dataran rendah. Bagian barat daya merupakan dataran tinggi dengan puncaknya Gunung Pojoktiga dan Gunung Kumbang; sedang bagian tenggara terdapat pegunungan yang merupakan bagian dari Gunung Slamet. Dengan iklim

tropis, curah hujan rata-rata 18,94 mm per bulan. Kondisi itu menjadikan kawasan tersebut sangat potensial untuk pengembangan produk pertanian, khususnya bawang merah.

Kapupaten Brebes merupakan sentra produksi bawang merah terbesar di Indonesia. Bawang merah bagi Kabupaten Brebes merupakan *trademark* mengingat posisinya sebagai penghasil terbesar komoditi tersebut di tataran nasional serta memiliki *brand image* yang baik bagi konsumen bawang merah di Indonesia. Bawang merah Brebes terkenal dengan kualitas yang lebih dari bawang merah yang berasal dari daerah lain di Indonesia atau luar negeri seperti, Thailand dan China. Bawang merah asli Brebes memiliki cita rasa tinggi, yaitu lebih menyengat dan harum serta produk jadi (bawang ‘goreng’)-nya lebih enak dan ‘gurih’. Bawang merah merupakan salah satu produk andalan dan unggulan sektor industri Kabupaten Brebes. Hal ini ditegaskan dalam Peraturan Daerah Kabupaten Brebes Nomor 8 tahun 1986 bahwa lambang daerah dalam bentuk bulat telur serta gambar bawang merah melambangkan bahwa telur asin dan bawang merah merupakan hasil spesifik daerah Brebes (Pemkab Brebes, 2008)

Produksi bawang merah di Kabupaten Brebes dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2007 sebesar 159.342, 6 ton, awal tahun 2008 meningkat menjadi 179.227, 8 ton (Bappeda Brebes, 2008). Sementara harga bawang merah cenderung berfluktuatif, pada awal 2007 harga bawang merah sebesar 7.000/kg, pada

awal tahun 2008 turun menjadi 6.000/kg, pada pertengahan tahun 2008 naik kembali menjadi 10.000/kg (BPS Brebes, 2008). Fluktuasi harga bawang merah menjadi salah satu penyebab berkurangnya keuntungan petani bawang merah di Kabupaten Brebes. Fluktuasi harga bawang merah disebabkan terjadinya *over supply* akibat panen raya atau masuknya bawang merah impor (Agustian et al., 2005). Penyebab yang lain secara berurutan adalah fluktuasi harga pupuk, fluktuasi harga obat-obatan, fluktuasi harga bibit, produksi turun akibat iklim dan produksi turun karena HPT (Nurasa dan Darwis, 2007; Agustian et al., 2005; Saptana, et al., 2006).

Perubahan lingkungan strategis berupa globalisasi ekonomi-liberalisasi perdagangan, otonomi daerah, perubahan preferensi konsumen, serta kelestarian lingkungan menuntut adanya perubahan cara beroperasinya kelembagaan-kemitraan usaha, tercakup di dalamnya kemitraan usaha pada komoditas sayuran. Pengembangan agribisnis yang tangguh di perlukan empat pilar penunjang (Suwandi, dalam Saptana, 1995): (1) Eksistensi semua komponen agribisnis secara lengkap di kawasan sentra produksi; (2) Pentingnya kemitraan usaha antar pelaku agribisnis; (3) Iklim usaha yang kondusif; dan (4) Adanya gerakan bersama dalam memasyarakatkan agribisnis.

Baik dari aspek potensi permintaan pasar maupun aspek potensi produksi mestinya sektor usaha komoditas sayuran dapat dijadikan sumber akselerasi pertumbuhan sektor pertanian dan sekaligus memecahkan dua masalah mendasar

yang dihadapi bangsa Indonesia dewasa ini yaitu masalah pengangguran dan kemiskinan. Dari sisi permintaan, jumlah penduduk yang besar, kenaikan pendapatan, dan berkembangnya pusat kota-industri-wisata, serta liberalisasi perdagangan merupakan faktor utama yang mempengaruhi permintaan. Permintaan komoditas sayuran pada 1996 sebesar 44.1 kg/kapita/tahun, kemudian pada tahun 1999 menjadi 48.2 kg/kapita/tahun, terakhir pada tahun 2002 menjadi 38,92 kg/kapita/tahun (Susenas, 1996, 1999, dan 2002). Hasil kajian (Saptana, et. al., 2004) memberikan informasi bahwa peran permintaan konsumen institusi untuk komoditas sayuran berkisar antara 0,5-9 % dan sangat bervariasi antar kabupaten. Pada kabupaten-kabupaten yang berkembang industri kota-wisata mencapai 5-9 persen. Dalam rangka meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memenuhi permintaan pasar dan preferensi konsumen maka dipandang penting membangun kelembagaan kemitraan usaha agribisnis sayuran yang berdayasaing.

Permasalahan pokok pengembangan agribisnis sayuran adalah belum terwujudnya ragam, kualitas, kesinambungan pasokan, dan kuantitas yang sesuai dengan dinamika permintaan pasar dan preferensi konsumen, permasalahan tersebut nampak nyata pada produk hortikultura untuk tujuan pasar konsumen institusi dan ekspor. Permasalahan lain adalah ketimpangan dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, aset utama lahan, modal, dan akses pasar antar pelaku agribisnis

menyebabkan struktur kelembagaan kemitraan usaha pada komoditas sayuran yang rapuh.

Untuk meningkatkan produksi yang lebih dan menguntungkan, beberapa hasil penelitian bawang merah telah banyak dilakukan oleh Balai Penelitian Sayuran (Suwandi dan Hilman dalam Thamrin, 2003) diantaranya, penggunaan varietas unggul, pemupukan yang berimbang, pengendalian hama/penyakit secara terpadu, dan panen/pascapanen yang tepat. Tetapi penerapan teknologinya di tingkat petani masih perlu dikembangkan dalam hubungannya dengan peningkatan produksi petani, terutama teknologi spesifik lokasi. Hasil penelitian tahun sebelumnya di Jeneponto (Nurjanani et al., dalam Thamrin, 2003) menunjukkan bahwa penggunaan varietas unggul Bima dan Bangkok, pemberian pupuk organik dan anorganik dengan dosis pupuk kandang ayam 10 t + 175 kg Urea + 175 kg SP36 + 175 kg KCl + 400 kg ZA/ha, pengendalian hama khususnya *Spodoptera exiqua* dengan pemberian *Nuclear Polyhydrosis Virus* (SeNPV) dan panen yang tepat, menghasilkan produksi di atas 10 t/ha dan mampu menekan kerusakan hama *Spodoptera exiqua* 5 – 60 persen. Dari komponen teknologi yang diterapkan tersebut, terutama pengendalian hama secara hayati, diketahui mampu menghemat penggunaan insektisida. Dengan rendahnya populasi hama, maka kehilangan hasil berkurang, dan penggunaan insektisida dapat ditekan menjadi 1 lt/ha. Artinya, ada penghematan penggunaan insektisida sebanyak 2 lt/ha atau senilai Rp.200.000,-. Apabila produktivitas bawang merah dapat

ditingkatkan sampai 7,5 t/ha, berarti ada kenaikan produktivitas 1,5 t/ha atau senilai Rp.9.000.000,-. Dari dua parameter di atas, apabila parameter yang lain sama, maka dengan penerapan teknologi tersebut di atas ada tambahan pendapatan Rp. 9.200.000,- per hektar. Berdasarkan data pada Dinas Pertanian Kabupaten Jeneponto (1999), lahan sawah potensial untuk pengembangan bawang merah di daerah ini seluas 2.000 ha. Lahan yang telah dimanfaatkan baru 902 ha atau kurang dari 50 persen.

Pada sektor agribisnis hortikultura di kawasan sentra produksi hortikultura, setiap kegiatan agribisnis mulai dari kegiatan pengadaan sarana produksi, kegiatan produksi, hingga kegiatan pengolahan dan pemasaran hasil, serta kegiatan jasa penunjang umumnya dilakukan oleh pelaku agribisnis yang berbeda, seperti hasil kajian di Jawa Tengah dan Sumatera Utara (Saptana et al., 2001) dan kajian di Kawasan Hortikultura Sumatera (Saptana et al.,2004).

Ada tiga faktor utama yang menyebabkan struktur agribisnis menjadi tersekat-sekat dan kurang memiliki daya saing (Irawan et al., 2001) yaitu : (1) tidak ada keterkaitan fungsional yang harmonis antara setiap kegiatan atau pelaku agribisnis, (2) terbentuknya margin ganda sehingga ongkos produksi, pengolahan dan pemasaran hasil yang harus dibayar konsumen menjadi lebih mahal, sehingga sistem agribisnis berjalan tidak efisien, (3) tidak adanya kesetaraan posisi tawar antara petani dengan pelaku agribisnis lainnya, sehingga petani sendiri mendapatkan harga pasar yang wajar.

Dalam agribisnis hortikultura ada beberapa kekhasan yang dimiliki antara lain (1) usahatani yang dilakukan lebih berorientasi pasar (tidak konsisten), (2) bersifat padat modal, (3) resiko harga relatif besar karena sifat komoditas yang cepat rusak dan (4) dalam jangka pendek harga relatif berfluktuasi (Hadi et al., 2000; Irawan, 2001). Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Sudaryanto et al. (1993) yang mengemukakan bahwa petani sayuran unggulan di sentra produksi pada saat panen raya berada pada posisi lemah. Lebih lanjut Rachman (1997) mengungkapkan rata-rata perubahan harga ditingkat produsen lebih rendah dari rata-rata perubahan harga ditingkat pengecer, sehingga dapat dikatakan bahwa efek transmisi harga berjalan tidak sempurna (*Imperfect price transmission*).

Kelembagaan pemasaran yang berperan dalam memasarkan komoditas pertanian hortikultura dapat mencakup petani, pedagang pengumpul, pedagang perantara/grosir dan pedagang pengecer (Kuma'at, 1992). Permasalahan yang timbul dalam sistem pemasaran hortikultura antara lain, kegiatan pemasaran yang belum berjalan efisien (Mubyarto, 1989), dalam artian belum mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditas pertanian tersebut. Pembagian yang adil dalam konteks

tersebut adalah pembagian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai kontribusi masing-masing kelembagaan pemasaran yang berperan.

Hasil penelitian Gonarsyah. (1992), menemukan bahwa yang menerima margin keuntungan terbesar dalam pemasaran hortikultura dari pusat produksi ke pusat konsumsi DKI Jakarta adalah pedagang grosir. Juga ditemukan bahwa, margin keuntungan pemasaran yang diterima pedagang yang memasukkan sayurannya ke PIKJ (Pasar Induk Kramat Jati) lebih rendah dari pedagang yang memasarkan langsung sayurannya ke pasar-pasar eceran.

1.2. Perumusan Masalah

Sistem produksi pertanian (padi, palawija, dan hortikultura) di Indonesia umumnya dicirikan oleh kondisi sebagai berikut: (1) skala usaha kecil dan penggunaan modal kecil, (2) penerapan teknologi usahatani belum optimal, baik teknologi pembibitan, budidaya, maupun pasca panen, (3) bibit bermutu kurang tersedia sehingga tingkat produktivitas dan mutu hasil rendah; (4) belum adanya sistem pewilayahan komoditas yang memenuhi azas-azas pengembangan usaha agribisnis (sentralitas, efisiensi, keterpaduan, dan berkelanjutan); (5) penataan produksi belum berdasarkan pada keseimbangan antara pasokan dan permintaan, sehingga harga jatuh pada saat panen; (6) penanganan pascapanen dan pemasaran hasil belum efisien dan harga lebih banyak ditentukan oleh pedagang. Akibat dari sistem produksi seperti itu adalah produktivitas dan produksi belum optimal, bersifat

musiman, dan harga sangat fluktuatif. Konsekuensinya adalah keunggulan komparatif yang sebagian besar dimiliki komoditas pertanian sulit diwujudkan menjadi keunggulan kompetitif, khususnya untuk tujuan pasar ekspor (P3SEP, 2006)

Hasil analisis usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes oleh Nurasa dan Darwis (2007) menunjukkan bahwa produksi yang dihasilkan dari usahatani bawang merah cukup tinggi yaitu mencapai 11,1 ton/ha dalam satu tahun dengan nilai yang diperoleh sebesar Rp 70.892.000. Sementara keuntungan yang diperoleh dalam satu tahun atau dua kali tanam hanya sebesar Rp. 6.831.000, dengan R/C rasio sebesar 1,1. Selanjutnya Nurasa dan Darwis (2007) memberikan kesimpulan bahwa berusahatani bawang merah telah dapat memberikan keuntungan, akan tetapi menurut para petani tingkat keuntungan yang diperoleh belum cukup untuk dapat memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga petani.

Perolehan keuntungan yang kecil oleh petani disebabkan tingginya biaya produksi (output) yaitu 90% dari total pendapatan serta disebabkan oleh fluktuasi harga output sebesar 33,33%, fluktuasi harga pupuk sebesar 28,57%, flutuasi harga obat-obatan 55,56%, fluktuasi harga bibit, iklim dan hama pasca tanam (Nurasa dan Darwis, 2007; Agustian et al., 2005; Saptana, et al., 2006). Sehingga dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana struktur pendapatan (kinerja profitabilitas) dan kinerja margin pemasaran usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes?

2. Bagaimana struktur bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) di kabupaten Brebes?
3. Apakah usahatani bawang merah di kabupaten Brebes sudah dilakukan secara efisien?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis profitabilitas dan kinerja margin pemasaran usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes;
2. Menganalisis dan mengetahui bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) di kabupaten Brebes dan
3. Menganalisis efisiensi usahatani bawang merah di Kabupaten Brebes dan

1.4. Manfaat Penelitian

Kegiatan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi:

1. Memberikan masukan kepada petani bawang merah di Kabupatrn Brebes untuk melakukan efisiensi usahatani, sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang maksimal
2. Sebagai bahan tambahan untuk mengambil kebijakan terkait dengan penataan dan pengelolaan usahatani bagi pemerintah Kabupaten Brebes.

3. Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya untuk mengembangkan kegiatan penelitian sejenis lebih lanjut.

1.5. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bagian (bab), yaitu, *bab pertama* menyajikan latar belakang masalah; perumusan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. *Bab ke-dua* membahas tentang kajian teori dan *review* penelitian terdahulu berkenaan dengan efisiensi usahatani serta dilanjutkan dengan pengembangan hipotesis. *Bab ke-tiga* menjelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian, yaitu meliputi populasi dan pemilihan sampel; sumber dan data yang digunakan, definisi operasional dan pengukuran variabel; dan analisis efisiensi. *Bab ke-empat* menyajikan hasil empiris, yang meliputi: hasil analisis efisiensi usahatani bawang merah. *Bab ke-lima* menyajikan Simpulan penelitian; Implikasi, keterbatasan, dan saran penelitian selanjutnya.