

Analisis pemasaran cengkeh di kabupaten Wonogiri

Oleh :

Irfani Kurniawan

H 03001062

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi alamiah yang bagus untuk mengembangkan sektor pertanian, termasuk sub sektor perkebunan. Indonesia memiliki jenis tanah yang mampu menyuburkan tanaman, sinar matahari yang konsisten sepanjang tahun, kondisi iklim yang memenuhi persyaratan tumbuh tanaman dan curah hujan rata-rata per tahun yang cukup tinggi. Semua kondisi itu merupakan faktor-faktor ekologis yang baik untuk membudidayakan tanaman perkebunan (Cahyono, 2003).

Sub sektor perkebunan merupakan sub sektor yang cukup potensial dalam perekonomian Indonesia guna meningkatkan devisa negara, pemenuhan bahan baku, penyediaan lapangan kerja serta pelestarian sumber daya alam. Pembangunan sub sektor perkebunan sebagai suatu penghasil devisa negara yang tak kalah pentingnya adalah komoditi cengkeh. Cengkeh merupakan salah satu tanaman perkebunan yang penting karena cengkeh banyak dimanfaatkan misalnya sebagai bumbu makanan dan minuman, bahan farmasi serta digunakan sebagai bahan kosmetik. Selain itu, cengkeh juga merupakan bahan baku pembuatan rokok yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat (Sudiyono, A, 2001).

Harga cengkeh saat ini mencapai Rp 52.000,00 per kilogram sehingga para pedagang khawatir perusahaan rokok tidak membeli lagi cengkeh petani, dan mereka akan melakukan impor cengkeh yang harganya lebih murah dibanding lokal (Priyandono, 2008). Ternyata dari kekhawatiran naiknya

harga cengkeh pada bulan Februari 2008 di Boyolali terbukti juga dan kenyataan lapang untuk wilayah Kabupaten Wonogiri, harga Cengkeh saat ini yaitu Cengkeh kering per kilo Rp. 65.000- 70.000,- (Priyandono, 2008). Terjadinya kenaikan harga cengkeh khususnya di Wonogiri yang mencapai dengan harga Rp. 65.000 – 70.000,- padahal harga normal hanya berkisar Rp. 25.000 – 30.000,- disebabkan telah hilangnya kebijakan tata niaga cengkeh dengan pembubaran BPPC tahun 1998, harga cengkeh kembali melambung tinggi.

Adanya pasar bebas dalam tata niaga cengkeh dewasa ini mengembalikan harga cengkeh kembali normal. Hal ini merangsang kembali masyarakat untuk membudidayakan tanaman cengkeh tersebut. Semakin banyaknya yang membudidayakan cengkeh menyebabkan jumlah produksi cengkeh meningkat. Dengan peningkatan produksi tanaman cengkeh ini maka pemasaran sangat diperlukan guna menjual hasil produksi yang bertambah. Apalagi rantai pemasaran yang dulunya dikuasai oleh BPPC telah dihapuskan maka para petani harus mencari sistem saluran pemasaran mereka sendiri dan berdasarkan pertimbangan yang tepat. Pertimbangan tersebut meliputi jumlah panen atau besaran panen, jarak tempuh dan pertimbangan lainnya sehingga dapat mengifisienkan pendapatan petani. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Sundiyono A. (2001) semakin pendek rantai pemasaran maka semakin efisien sistem pemasaran suatu komoditi.

Dari keterangan di atas peneliti menggaris bawahi bahwa dengan peningkatan produksi tanaman cengkeh ini maka pemilihan saluran pemasaran yang tepat (efisien) sangat diperlukan guna menjual hasil produksi yang bertambah. Hal inilah yang mendorong peneliti mengadakan penelitian mengenai analisis pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri.

B. Perumusan Masalah

Hilangnya BPPC menjadikan keuntungan pada petani, sebab harga tidak ditentukan lagi oleh BPPC, tetapi harga yang diterima petani adalah harga yang fluktuatif sesuai dengan keadaan pasar saat ini.

Harga cengkeh kering saat ini (tahun 2008) di Wonogiri mencapai Rp. 65.000 – 70.000,- per kilogram sehingga pedagang khawatir perusahaan rokok tidak membeli lagi cengkeh petani. Hal tersebut membuat keresahaan tersendiri bagi petani cengkeh karena pendapatan mereka dari cengkeh bisa menurun. Disamping petani, pedagang juga khawatir karena perusahaan-perusahaan penerima hasil cengkeh khususnya rokok tidak membeli lagi cengkeh dari pedagang. Dan kemungkinan perusahaan-perusahaan penerima hasil cengkeh akan membuat solusi mencari cengkeh dengan kualitas sama atau lebih tinggi di negara lain (import) serta lebih murah. Hal tersebut akan mempengaruhi sistem pemasaran (Priyandono, 2008).

Permasalahan lainnya setelah BPPC hilang munculah berbagai tipe pedagang meliputi pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Dari penelitian ini, diharapkan dapat diketahui efisiensi pemasaran terbaik bagi petani. Efisiensi pemasaran dapat diketahui dari *farmer's share* (%). Saluran pemasaran dinyatakan lebih efisien apabila nilai *farmer's share* (%) lebih tinggi dari 50 %.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimanakah pola saluran pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri, berapakah biaya yang diperlukan dalam pemasaran dan keuntungan pemasaran serta efisiensi pemasaran cengkeh secara ekonomis di Kabupaten Wonogiri.

C. Tujuan penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri.
2. Untuk mengetahui biaya dan keuntungan pemasaran pada tingkat lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri.
3. Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri ditinjau dari segi ekonomis.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang lebih luas mengenai pemasaran cengkeh dan merupakan syarat guna memperoleh gelar sarjana da Fakultas Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bagi petani atau pedagang, hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam rangka peningkatan usaha dan mampu memperbaiki manajemen usaha.
3. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi yang berguna sebagai acuan dalam melakukan penelitian lebih lanjut terhadap pemilihan saluran pemasaran.