

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, pertanian sayuran sudah cukup lama dikenal dan dibudidayakan. Penanaman komoditas sayuran tersebar luas di berbagai daerah yang cocok agroklimatnya. Budidaya tanaman sayuran sangat penting untuk diusahakan, karena banyak sekali manfaat dengan mengkonsumsi sayuran. Tanaman sayuran banyak mengandung zat-zat yang dibutuhkan oleh tubuh manusia dan baik sekali untuk anak-anak dalam masa pertumbuhan, karena tanaman sayuran kaya akan vitamin A, B, C, protein, kalsium dan lain-lain. Kebutuhan akan tanaman sayuran semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk yang semakin tinggi. Untuk memenuhi kebutuhan akan sayuran, terdapat berbagai kendala antara lain luas lahan untuk pertanian semakin sempit, dikarenakan banyaknya perubahan peruntukan yakni dari areal untuk lahan pertanian beralih menjadi lahan pemukiman dan industri. Hal ini banyak terjadi di Pulau Jawa.

Keterbatasan lahan yang dimiliki petani menyebabkan petani harus memiliki beberapa alternatif usaha yang lebih menguntungkan, salah satunya adalah dari tanaman sayuran. Usahatani sayuran memiliki keuntungan antara lain tanaman berumur pendek, sehingga dapat dilakukan beberapa kali penanaman dalam satu tahun, dapat dilakukan dengan tumpang sari atau tumpang gilir, pemeliharaan dan perawatannya tidak sulit, serta modal tidak terlalu besar. Melihat kondisi tersebut,

maka sumberdaya lahan akan menjadi kendala yang sangat penting. Menurut Soekartawi (1986), sumberdaya tersebut paling sering menjadi kendala dalam pengembangan usahatani. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan adanya penanganan lahan sempit menjadi lebih intensif dan optimal. Fenomena ini umumnya terjadi di daerah perkotaan. Hal seperti ini tidak terjadi di daerah pedesaan di luar Pulau Jawa. Tanaman sayuran dapat tumbuh dan berkembang pada agroklimat tertentu, sehingga tanaman sayuran dapat diusahakan pada lahan dataran rendah hingga pada dataran tinggi.

Di Sumatera Selatan terdapat tiga kabupaten dan satu kota penghasil sayuran dataran tinggi. Daerah penghasil sayuran dataran tinggi tersebut adalah Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan (OKU Selatan), Lahat, Muara Enim dan Kota Pagar Alam.

Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Selatan (2006), tanaman sayuran yang diusahakan oleh petani di keempat kabupaten/kota tersebut ada 16 (enam belas) komoditas. Tanaman sayuran yang umum ditanam pada dataran tinggi ada 6 (enam) komoditas yaitu kentang, bawang daun, kubis, sawi, wortel dan tomat, sedangkan 10 (sepuluh) komoditas lainnya dapat ditanam pada lahan dataran rendah yaitu kacang merah, kacang panjang, cabai besar, cabai rawit, terong, buncis, mentimun, labu siam, kangkung dan bayam.

Jika dilihat dari luas tanam tanaman sayuran, maka Kabupaten Muara Enim mempunyai areal terluas yakni 2.543 ha, terluas kedua Kabupaten Lahat seluas

2.473 ha, ketiga Kota Pagar Alam seluas 2.157 ha, dan keempat Kabupaten OKU Selatan seluas 835,5 ha.

Sebagai perbandingan di beberapa kabupaten, berdasarkan komoditas tanaman yang diusahakan, maka produktivitas tanaman kubis tertinggi terdapat di Kabupaten OKU Selatan yakni 22,44 ton per hektar, disusul Kota Pagar Alam dengan produktivitas 12,20 ton per hektar, kemudian diikuti Kota Muara Enim dengan produktivitas tanaman kubis 0,65 ton per hektar dan terendah hanya 0,23 ton per hektar terdapat di Kabupaten Lahat. Produktivitas produksi tanaman labu siam tertinggi terdapat di Kabupaten Lahat 35,44 ton per hektar dan tempat kedua produktivitas labu siam di Kota Pagar Alam 19,44 ton per hektar, serta disusul Kabupaten OKU Selatan dengan produktivitas 11,84 ton per hektar, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas areal produksi tanaman sayuran di Kabupaten Ogan Komeriang Ulu Selatan, Lahat, Pagar Alam, dan Muara Enim Tahun 2008

No	Komoditas	OKU Selatan			Lahat		
		Produksi (ton)	Luas (ha)	Produktivitas (ton/ha)	Produksi (ton)	Luas (ha)	Produktivitas (ton/ha)
1	Bawang daun	100,00	15,00	6,67	901,00	113,00	7,97
2	Kentang	14,00	2,00	7,00	114,00	10,00	11,40
3	Kubis	404,00	18,00	22,44	13,99	62,00	0,23
4	Sawi	220,00	29,00	7,59	942,00	118,00	7,98
5	Wortel	3,00	1,50	2,00	237,00	23,00	10,30
6	Kacang merah	27,00	11,00	2,45	92,00	29,00	3,17
7	Kacang panjang	165,00	103,00	1,60	516,00	286,00	1,80
8	Cabai besar	235,00	163,00	1,44	546,00	477,00	1,14
9	Cabai rawit	349,00	84,00	4,15	380,00	172,00	2,21
10	Tomat	230,00	73,00	3,15	2.306,00	317,00	7,27
11	Terong	351,00	128,00	2,74	1.795,00	359,00	5,00
12	Buncis	160,00	67,00	2,39	1.094,00	156,00	7,01
13	Mentimun	113,00	50,00	2,26	983,00	139,00	7,07
14	Labu siam	225,00	19,00	11,84	886,00	25,00	35,44
15	Kangkung	200,00	21,00	9,52	946,00	86,00	11,00
16	Bayam	23,00	51,00	0,45	128,00	101,00	1,27
Jumlah			835,50		2473,00		

Lanjutan Tabel 1.

No	Komoditas	Pagar Alam			Muara Enim		
		Produksi (ton)	Luas (ha)	Produktivitas (ton/ha)	Produksi (ton)	Luas (ha)	Produktivitas (ton/ha)
1	Bawang daun	1.482,00	178,00	8,33	95,00	35,00	2,71
2	Kentang	277,00	26,00	10,65	15,00	5,00	3,00
3	Kubis	3.550,00	291,00	12,20	13,00	20,00	0,65
4	Sawi	3.059,00	404,00	7,57	49,00	23,00	2,13
5	Wortel	1.506,00	178,00	8,46	0,00	0,00	0,00
6	Kacang merah	64,00	25,00	2,56	21,00	18,00	1,17
7	Kacang panjang	123,00	39,00	3,15	1.655,00	491,00	3,37
8	Cabai besar	679,00	444,00	1,53	979,00	430,00	2,28
9	Cabai rawit	23,00	5,00	4,60	390,00	156,00	2,50
10	Tomat	720,00	155,00	4,65	1.746,00	239,00	7,31
11	Terong	610,00	146,00	4,18	1.935,00	366,00	5,29
12	Buncis	330,00	142,00	2,32	184,00	77,00	2,39
13	Mentimun	225,00	64,00	3,52	1.311,00	336,00	3,90
14	Labu siam	661,00	34,00	19,44	23,00	12,00	1,92
15	Kangkung	80,00	8,00	10,00	818,00	154,00	5,31
16	Bayam	14,00	18,00	0,78	249,00	181,00	1,38
Jumlah			2473,00			2157,00	

Sumber : Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumatera Selatan, 2009.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa luas lahan kubis di Kabupaten OKU Selatan bukanlah yang terluas dibandingkan tiga kabupaten/kota sentra lainnya di Sumatera Selatan. Namun, tingkat produktivitasnya tergolong yang paling tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usahatani kubis di Kabupaten OKU Selatan memiliki prospek yang cukup baik jika dilihat dari kemampuan produktivitas lahannya.

Tingkat konsumsi masyarakat Sumatera Selatan akan komoditas sayuran cukup tinggi. Konsumsi per kapita masyarakat per tahun mencapai 63,83 kg (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Propinsi Sumatera Selatan, 2009). Hal ini merupakan salah satu peluang bagi pengembangan usahatani sayuran di Sumatera Selatan, karena jika ditotal kebutuhan konsumsi sayuran masyarakat

Sumatera Selatan saja (dengan jumlah penduduk sebanyak 6.756.000 jiwa), maka dibutuhkan pasokan sebanyak 431.235,48 ton per tahun.

Berdasarkan identifikasi awal di lapangan, menurut Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten OKU Selatan (2010), luas panen tanaman sayuran di Kabupaten OKU Selatan adalah 1.687 Hektar. Sentra produksi tanaman sayuran dataran tinggi terutama kubis berada di dua kecamatan yakni Kecamatan Warkuk Ranau Selatan dan Kecamatan Pulau Beringin dengan luas lahan 113 hektar. Komoditas sayuran lainnya yang banyak dibudidayakan adalah tanaman sayuran cabai besar, kacang panjang, terong, tomat, cabai rawit, buncis, mentimun, bayam, sawi, bawang daun, wortel dan kentang.

Menurut Soekartawi et al. (1986), petani dalam melakukan usahataniya dihadapkan pada masalah keterbatasan sumberdaya yang dimiliki, seperti luas lahan, ketersediaan tenaga kerja dalam keluarga dan terutama modal dalam berusahatani. Keterbatasan modal sangat membatasi ruang gerak petani dalam beraktifitas usahataniya untuk meningkatkan produktivitas. Petani yang kekurangan modal akan mengalokasikan semua sumber daya yang dimilikinya sesuai dengan modal yang tersedia. Keadaan yang demikian mengakibatkan petani tidak akan menggunakan atau mengalokasikan semua sumber daya yang dimilikinya terutama lahan dan tenaga kerja, karena petani mempunyai keterbatasan untuk menyediakan sarana produksi.

Menurut Swastha dan Irawan (1985), aspek pemasaran merupakan faktor penentu yaitu keadaan harga di tingkat petani dan margin yang diterima petani. Di samping

itu juga ditentukan oleh lembaga pemasaran (pedagang pengumpul/pedagang besar) yang banyak menentukan mekanisme pasar.

Pemahaman terhadap karakteristik komoditas pertanian merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi pemasaran produk pertanian. Melalui pemahaman tersebut, berbagai upaya dapat dilakukan guna meningkatkan fungsi dan peran lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran melalui penciptaan lembaga pemasaran yang efektif dan efisien (Swasta dan Irawan, 1985).

Beberapa karakteristik penting produk pertanian (Hasyim, 1994) adalah :

1. Bersifat musiman. Produk pertanian dihasilkan melalui proses biologis yang sangat tergantung pada iklim dan alam. Karakteristik tersebut menyebabkan volume produksi berfluktuasi antar musim terutama antara musim panen raya dan musim tanam (paceklik). Pada musim panen, suplai produk pertanian melimpah, sehingga jika permintaan konstan, maka harga akan turun. Sementara pada musim tanam atau musim paceklik, suplai produk pertanian amat terbatas, sehingga pada tingkat permintaan yang konstan, harga akan melambung tinggi. Fluktuasi harga yang disebabkan oleh fluktuasi produksi tersebut merupakan sumber risiko dan ketidakpastian pada proses transaksi antar partisipan dalam sistem agribisnis. Disinilah fungsi terpenting dari aktivitas pemasaran dalam menjaga dan memanfaatkan kegunaan waktu (*time utility*) amat berperan, misalnya dengan aktivitas penyimpanan. Sistem, fasilitas dan infrastruktur pergudangan menjadi amat penting, agar fluktuasi harga tidak terlalu ekstrim, serta risiko dan tingkat ketidakpastian dapat dikurangi.

2. Mudah rusak. Produk pertanian yang dihasilkan umumnya berbentuk segar yang siap dikonsumsi dan atau diolah lebih lanjut. Jika produk pertanian tidak segera dikonsumsi, maka volume dan mutu produk cepat menurun seiring dengan bertambahnya waktu. Akibatnya, nilai ekonomi produk pertanian cepat anjlok, bahkan tidak berharga sama sekali, dan menjadi sumber kerugian terbesar bagi petani produsen. Disinilah fungsi pemasaran untuk mempertahankan atau mengubah kegunaan bentuk (*form utility*) menjadi sangat penting misalnya dengan melakukan proses pengolahan, dari satu bentuk menjadi bentuk lain, yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.
3. Makan tempat atau amba. Produk pertanian umumnya bermassa besar dan makan tempat alias amba, walaupun mungkin bobotnya ringan. Proses pemasaran produk-produk pertanian juga amat bergantung pada kepiawaian para pelaku ekonomi dalam mengelola karakteristik amba ini, yang antara lain ditunjukkan oleh besarnya biaya pengangkutan dan pergudangan (Falcon, Jones, Pearson, dkk., 1984). Disinilah fungsi pemasaran yang menyangkut kegunaan tempat (*place utility*) dan kegunaan waktu sangat berperan dalam menentukan tingkat kesejahteraan petani produsen dan pelaku pemasaran penting lainnya. Apabila pelaku ekonomi tidak memiliki akses dan tidak mampu menggapai biaya-biaya pemasaran tersebut, maka aktivitas pemasaran menjadi tidak efisien dan tidak membawa manfaat bagi proses pembangunan pertanian.
4. Amat beragam. Volume dan mutu produk pertanian amat beragam antar waktu dan antar daerah atau antar sentra produksi. Faktor genetik dan faktor lingkungan mungkin amat menonjol dalam keberagaman tersebut (Wargiono

dan Barret, 1987). Selain itu, faktor penguasaan teknologi juga turut menentukan tingkat keberagaman volume dan mutu produk pertanian di beberapa tempat dan waktu tertentu. Karakteristik ini sangat menentukan besarnya biaya transaksi yaitu biaya informasi, biaya negosiasi, dan pengamanan kontrak. Semakin besar variabilitas dalam volume dan mutu produk, maka akan semakin rumit proses transaksi ekonomi yang menyertainya. Akibatnya, biaya transaksi yang ditimbulkan juga semakin mahal dan sukar terjangkau para pelaku ekonomi. Harga produk pertanian di tingkat petani (*farm gate*) juga menjadi beragam, sehingga tingkat keuntungan dan kesejahteraan petani produsen pasti beragam.

5. Transmisi harga rendah. Produk pertanian memiliki daya/tingkat elastisitas transmisi harga yang rendah dan kadang searah. Kenaikan harga produk pertanian di tingkat konsumen tidak serta-merta dapat meningkatkan harga di tingkat petani. Namun sebaliknya, penurunan harga di tingkat konsumen umumnya lebih cepat ditransmisikan pada harga tingkat petani. Maksudnya, beberapa fungsi pemasaran tersebut di atas, tidak dapat secara langsung dinikmati oleh petani. Marjin harga antara tingkat konsumen dan tingkat produsen yang biasanya terdiri dari biaya dan keuntungan pemasaran umumnya jatuh dan tersebar pada pelaku pemasaran yang bukan petani. Petani lebih banyak ditempatkan pada posisi yang hanya mengandalkan kehidupan ekonomi usahatani dengan nilai tambah yang amat kecil. Implikasinya adalah bahwa aktivitas pemasaran masih ditantang untuk dapat berkontribusi dalam memberikan tambahan kesejahteraan pada petani sebagai pelaku sentral di sektor pertanian.

6. Struktur pasar yang monopsonis. Produk pertanian umumnya harus menghadapi struktur pasar yang monopsonis dan jauh dari prinsip-prinsip persaingan usaha yang sehat. Petani produsen senantiasa dihadapkan pada kekuatan pembeli, yang terdiri dari pedagang pengumpul dan pedagang besar, yang cukup besar dan membentuk satu kekuatan yang dapat menentukan harga beli. Proses terciptanya kegagalan pasar (*market failures*) tersebut amat berhubungan dengan faktor ekonomi dan faktor non-ekonomi yang menyertai seluruh proses pemasaran. Ketidakmampuan petani produsen dan kepiawaian pelaku pemasaran lain dalam menguasai aset dan akses ekonomi dalam proses produksi dan pemasaran komoditas pertanian merupakan salah satu faktor ekonomi yang terpenting. Namun, tingkat ketergantungan secara sosio-psikologis petani kepada para pedagang pengumpul dan pemberi atau peminjam modal usahatani juga menjadi krusial dan merupakan faktor non-ekonomi paling signifikan dalam fenomena struktur pasar yang monopsonis.

Berbagai karakteristik produk pertanian seperti yang diuraikan di atas, akan menjadi determinan penting dalam memahami proses pemasaran komoditas pertanian. Kesalahan identifikasi masalah pemasaran serta ketidakmampuan memahami esensi teori dan kelembagaan pemasaran komoditas pertanian akan menghasilkan kesalahan solusi dan rekomendasi kebijakan yang ditawarkan. Pelaku pemasaran yang paling menderita atau paling besar dalam menanggung akibat kesalahan solusi itu adalah petani produsen karena posisi tawarnya yang amat rendah.

Selain itu, permasalahan yang dihadapi sektor pertanian cukup kompleks, terutama yang terkait dengan pemasaran produk pertanian seperti mutu produk rendah, harga fluktuatif dan rendah, tidak ada jaminan kontinuitas produksi, biaya transportasi tinggi, informasi pasar lemah, margin pemasaran yang besar, posisi tawar petani lemah, dan lemahnya daya saing global.

Karakteristik komoditas pertanian yang bersifat alamiah memang cukup sulit untuk dipecahkan secara tiba-tiba tanpa upaya intervensi manusia dan pengembangan teknologi, yang bisa saja amat mahal dan sukar terjangkau. Namun, karakteristik yang terbentuk karena kegagalan pasar (*market failures*) seharusnya dapat dipecahkan dengan intervensi kebijakan dan perbaikan aransemen kelembagaan yang menjunjung tinggi mekanisme pasar dan aturan main, norma dan sistem nilai yang lebih adil dan beradab.

Menurut Swasta dan Irawan (1985), sistem pemasaran komoditas pertanian selama ini bersifat asimetris, dispersal dan cenderung terdistorsi, sehingga lebih menguntungkan pihak-pihak lain ketimbang petaninya sendiri. Strategi pemasaran produk pertanian kita lebih memandang pasar (konsumen) sebagai sesuatu yang homogen dan kita lupa bahwa keadaan pasar adalah heterogen.

Konsekuensi dari kegagalan pasar dan struktur pasar yang tidak sehat tersebut adalah bahwa produk pertanian Indonesia menjadi amat lemah dan tidak mampu bersaing di pasar internasional. Permasalahan struktural di tingkat domestik itulah yang menjadi faktor dominan lemahnya daya saing Indonesia, selain tentunya kemampuan menguasai tingkat teknologi dan informasi pasar yang dimiliki pelaku dan negara lain di arena perdagangan internasional yang jauh lebih besar. Kini,

perekonomian dunia telah semakin terbuka dan semakin terintegrasi karena aktivitas perdagangan internasional dan sekian macam blok perdagangan serta kerjasama ekonomi kawasan yang semakin berkembang. Sejauh mana komoditas pertanian Indonesia mampu memetik manfaat dari fenomena perdagangan internasional dan gerakan globalisasi yang semakin mendunia, semua tergantung pada kemampuan melakukan penguatan lini depan (*front line*) dari aktivitas pemasaran komoditas pertanian dan seluruh rangkaian strategi pembangunan agribisnis yang dijalankan oleh pelaku ekonomi dan pemerintah.

Dengan perkataan lain, dapat disimpulkan bahwa kurangnya perhatian terhadap aspek pemasaran hasil pada masa lampau mengakibatkan kurang optimalnya usaha agribisnis yang dilakukan oleh para petani. Sering kali pada suatu saat di daerah sentra produksi seolah terjadi “over produksi”, sehingga harganya anjlok dan hasil panen terbuang-buang, sementara daerah lain membutuhkan dan disaat yang lain terjadi kelangkaan komoditas tertentu, karena tidak adanya signal pasar yang memadai para petani (Saefuddin, 1982).

Di antara pelaku pemasaran, posisi petani sebagai produsen relatif paling lemah dalam melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik, karena petani selalu terdesak oleh kebutuhan uang tunai pada saat panen raya. Rendahnya harga sayur yang diterima oleh petani akan berpengaruh terhadap pendapatan petani.

Pada kegiatan pemasaran, termasuk di dalamnya prinsip dan komponen tataniaga seperti pengangkutan, penyimpanan, promosi, dan analisis situasi pasar. Kondisi yang diharapkan adalah semakin pendek rantai pemasaran yang dilakukan akan membantu petani mendapatkan harga yang layak dari usahataniannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang akan ditelaah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat keuntungan usahatani kubis di sentra produksi kubis di Kabupaten OKU Selatan?
2. Bagaimana strategi pengembangan usahatani kubis di Kabupaten OKU Selatan?

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis tingkat keuntungan usahatani kubis di sentra produksi kubis di Kabupaten OKU Selatan.
2. Menyusun strategi pengembangan usahatani kubis di Kabupaten OKU Selatan.

C. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna :

1. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan dalam penentuan kebijakan pengembangan subsektor hortikultura khususnya usahatani kubis di Kabupaten OKU Selatan.
2. Pihak berkepentingan, sebagai bahan informasi yang berhubungan dengan keragaan usahatani dan kelayakan pengembangan komoditas kubis di Kabupaten OKU Selatan.

3. Peneliti, sebagai referensi bagi penelitian sejenis terutama untuk memperluas khasanah penelitian tentang keragaan usahatani dan kelayakan pengembangan komoditas kubis di Kabupaten OKU Selatan.