

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pangan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh setiap orang di seluruh Indonesia, bahkan diseluruh dunia. Sumber daya alam hayati yang melimpah, menjadikan tanaman pangan mendominasi diberbagai wilayah di Indonesia. Hal itu disebabkan karena letak Negara Indonesia yang strategis, yakni berada pada garis khatulistiwa dan mempunyai iklim tropis, sehingga Indonesia memiliki potensi pertanian yang terbilang sangat baik. Di samping itu, Negara Indonesia juga didukung oleh kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah dan kondisi lingkungan yang cukup baik (Mayrowani, 2016).

Pertanian yang tangguh, maju, dan efisien harus dibangun melalui pembangunan pertanian. Pertanian seperti ini akan mensejahterakan petani dan mendorong pertumbuhan sektor lain dan ekonomi secara keseluruhan. Sektor pertanian dalam perekonomian nasional memiliki peranan yang sangat penting karena jumlah penduduk di Indonesia yang terus bertambah. Pertambahan jumlah penduduk ini menyebabkan kebutuhan pangan di Indonesia terus meningkat. Mengusahakan komoditi pertanian yang bernilai ekonomis tinggi dan memiliki potensi pasar yang besar, baik di pasar domestik maupun internasional merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan petani (Juprin, 2016).

Sektor pertanian di Indonesia terdiri dari perkebunan, perhutanan, dan peternakan. Hortikultura merupakan salah satu sub sektor pertanian yang dikembangkan dengan hasil buah-buahan, sayuran, obat – obatan dan bunga. Sub sektor hortikultura terbagi menjadi dua bidang, yaitu hortikultura sayur dan hortikultura buah. Sub sektor yang lebih memiliki peranan penting merupakan sub sektor hortikultura buah. Buah memiliki berbagai varian rasa, aroma, dan bentuk (Hutagaol & Kurniawati, 2023).

Salah satu jenis dari hortikultura buah adalah semangka. Buah ini memiliki prospek yang cukup tinggi untuk dikembangkan. Lamanya umur tanaman semangka tumbuh sampai buah masak, pada kondidi lahan dan cuaca normal adalah 70 - 100 hari, sejak bibit ditanam. Semangka memiliki kandungan vitamin yaitu vitamin A, B6 dan C yang sangat batik untuk dikonsumsi sehingga dapat menjaga kesehatan tubuh. Buah semangka juga mengandung antioksidan yang

tinggi sehingga buah ini dapat mencegah kerusakan sel dalam tubuh dan menangkal radikal bebas. Selain itu, buah semangka bermanfaat karena dapat membunuh sel - sel kanker, menjaga kesehatan kulit, jantung, dan memperlancar urine. Karena harganya yang terjangkau dan mudah diakses, buah semangka adalah salah satu buah yang sangat disukai oleh semua kalangan masyarakat. Mengusahakan produk pertanian yang bernilai ekonomis tinggi dan memiliki potensi pasar yang besar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, adalah salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan petani (Tahir et al., 2016).

Pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk menghubungkan kepentingan petani dengan konsumen dalam hal produk segar, setengah jadi (bahan baku industri), maupun olahan jadi. Pemasaran sangat penting untuk pembangunan pertanian Indonesia karena tanpa pemasaran, produksi hasil olahan dan pertanian akan terhambat atau tidak sampai pada konsumen atau sasaran yang dituju. Untuk mekanisme pemasaran yang efektif, elemen pemasaran sangat penting. Oleh karena itu, peran lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang besar, eksportir, dan lainnya menjadi sangat penting. Mekanisme pasar akan ditentukan oleh lembaga pemasaran ini, terutama di Negara berkembang, di mana pemasaran hasil pertanian kurang dipromosikan (Yeni Afiza & Gunawan Syahrantau, 2019).

Organisasi yang melakukan pemasaran, menjalin hubungan dengan perodusen dan pelanggan akhir, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pelanggan akhir dikenal sebagai lembaga pemasaran. Jaringan tataniaga terdiri dari lembaga tataniaga yang berhubungan satu sama lain untuk mengirimkan produk pertanian ke produsen. Arus tataniaga yang terbentuk sangatlah beragam, misalnya konsumen berhubungan langsung dengan tengkulak atau pedagang pengumpul (Oberton & Kassa, 2020).

Mekanisme pemasaran harus bekerja dengan baik dan menghasilkan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat agar dapat memperoleh nilai jual yang tinggi. Harga yang tinggi merupakan beban bagi konsumen. Bagi petani atau produsen, perolehan keuntungan dapat menjadi rendah atau berkurang sebagai akibat dari tingkat harga yang diterima yang rendah. Pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh tingkat produksinya dan harga yang berlaku di pasaran, di mana

pemasaran yang kurang efektif hanya menghasilkan bagian kecil dari harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Pada dasarnya, pemasaran terdiri dari produsen, agen pemasaran, dan konsumen. Mereka bekerja sama dalam suatu usaha yang menghasilkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Seberapa panjang saluran pemasaran bergantung pada seberapa banyak uang yang dikeluarkan pedagang untuk mempengaruhi efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2013).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) produksi semangka di Indonesia tahun 2022 sebesar 367.816 ton. Produksi semangka pada tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 11.2% dari tahun sebelumnya yang mencapai total produksi sebesar 414.242 ton. Terdapat 10 provinsi di Indonesia yang menghasilkan produksi semangka terbesar nasional pada tahun 2022.

Tabel 1. Provinsi dengan Produksi Semangka Terbesar Nasional Tahun 2022

<b>Provinsi</b>	<b>Produksi (ton)</b>
Jawa Timur	97.357
Jawa Tengah	59.837
Sumatera Utara	29.418
Bali	24.562
Lampung	19.442
Riau	17.539
Sumatera Selatan	16.947
Sumatera Barat	11.912
Kalimantan Tengah	11.345
<b>DI Yogyakarta</b>	<b>8.298</b>

Sumber: (BPS, 2023)

Salah satu provinsi yang memiliki produksi semangka terbesar nasional adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. Meskipun tidak menjadi sentra produksi semangka, akan tetapi Daerah Istimewa Yogyakarta cukup banyak memproduksi buah semangka. Hal ini dapat dilihat dari jumlah produksi pada tahun 2022 yaitu sebanyak 8.298 ton. Salah satu kabupaten yang memiliki potensi pertanian sangat tinggi adalah Kabupaten Kulon Progo. Kabupaten Kulon Progo memiliki luas 58.627 ha, dengan 12 kecamatan dan 88 desa. Berikut data produksi semangka di Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2019 – 2022

Tabel 2 Produksi Semangka Daerah Istimewa Yogyakarta Berdasarkan Kabupaten Tahun 2019-2022

Kabupaten	Produksi (ton)			
	2019	2020	2021	2022
Kulon Progo	8.279	6.502	4.873	8.089
Bantul	0	0	20	0
Gunungkidul	111	88	63	33
Sleman	518	499	227	176
<b>Jumlah</b>	<b>8.908</b>	<b>7.089</b>	<b>5.183</b>	<b>8.298</b>

Sumber: (BPS DIY, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa kabupaten yang memproduksi komoditas semangka terbanyak pada tahun 2019 – 2022 adalah Kabupaten Kulon Progo dengan total produksi sebesar 27.743 ton. Kulon Progo merupakan sentra penghasil semangka di D.I Yogyakarta. Luas lahan pertanian di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo merupakan faktor yang dapat membantu kemajuan pertanian. Di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo, berbagai jenis tanaman ditanam baik di sawah maupun di lahan kering (pasir), salah satunya adalah buah semangka.

Permintaan yang terus meningkat menyebabkan semangka cukup potensial untuk dikembangkan. Usahatani hortikultura merupakan sumber penghasilan pokok maupun penghasilan tambahan bagi petani karena usaha ini cukup menjanjikan untuk perbaikan kondisi ekonomi petani. Sub sektor hortikultura pertanian dapat digunakan sepenuhnya dan menghasilkan keuntungan jika pemasarannya dilakukan dengan baik (Noer & Rauf, 2014).

Meskipun produksi semangka yang tinggi tidak menjamin pendapatan yang tinggi bagi petani. Ini karena pedagang yang datang langsung ke tempat produksi untuk membeli hasil produksi produsen dalam jumlah besar, sehingga produsen hanya dapat menjual hasil produksi mereka pada harga yang telah ditentukan oleh pedagang. Ditengah tingginya selisih harga pemasaran yang disebabkan oleh perbedaan harga yang signifikan antara harga yang diterima produsen dan harga yang dibayarkan oleh pedagang, produsen dapat mengubah cara mereka menjual produk mereka sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi petani. Pemasaran semangka memerlukan pemasaran yang efektif. Tingkat harga dan stabilitas harga adalah dua komponen yang mendukung pemasaran yang efektif.

Margin pemasaran yang tinggi disebabkan oleh perbedaan harga yang cukup besar antara harga yang dibayarkan konsumen dan harga yang diterima petani.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa perlunya dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran semangka dan bagaimana efisiensi pemasaran semangka di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **B. Tujuan**

1. Mengetahui saluran pemasaran semangka di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo
2. Mengetahui efisiensi pemasaran semangka di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo

### **C. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi pemerintah dasar pertimbangan dan evaluasi terhadap kebijakan pemasaran semangka di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo.
2. Bagi pembaca diharapkan penelitian ini dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai bahan bacaan untuk melakukan penelitian selanjutnya.