

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cabai merah (*Capsicum annum L.*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan oleh petani karena memiliki nilai ekonomis cukup tinggi. Hal ini dikarenakan cabai merah dibutuhkan oleh konsumen rumah tangga hingga industri makanan. Selain itu cabai merah digunakan oleh masyarakat kelas sosial manapun untuk memenuhi kebutuhan pangan harian. Konsumsi cabai merah di Indonesia mencapai 490.830 ton (Survei Sosial Ekonomi Nasional, 2021). Salah satu provinsi yang menjadi produsen cabai merah di Indonesia adalah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Kabupaten Kulon Progo menempati peringkat pertama sebagai sentra penghasil cabai merah terbesar di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini didukung oleh data BPS tahun 2019 dimana rata-rata produksi cabai merah di Kulon Progo dalam rentang waktu 2014 – 2019 merupakan yang tertinggi diantara kabupaten/kota lainnya yaitu sebesar 18.737,4 ton. Data produksi cabai merah di Kabupaten Kulon Progo pada tahun 2020 – 2022 dapat dilihat pada tabel yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik berikut.

Tabel 1. Produksi Cabai Merah di Kabupaten Kulon Progo Tahun 2020-2022

Kecamatan	Produksi (kw)		
	2020	2021	2022
Temon	28.474	40.610	23.707
Wates	73.638	80.002	52.688
Panjatan	127.421	119.371	112.792
Galur	51.944	39.005	60.222
Lendah	9.974	3.781	11.117
Sentolo	4.180	10.776	3.853
Pengasih	5.894	4.331	5.818
Kokap	5.647	3.951	3.170
Girimulyo	2.033	1.035	1.934
Nanggulan	1.000	792	1.924
Kalibawang	3.451	2.240	2.376
Samigaluh	1.600	2.582	3.297

(Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo, 2023)

Banyaknya produksi cabai merah di Kecamatan Panjatan digunakan untuk memenuhi permintaan konsumen terhadap kebutuhan cabai merah dari dalam wilayah Kecamatan Panjatan dan luar wilayah Kecamatan Panjatan. Dalam memenuhi kebutuhan cabai merah, diperlukan sistem pemasaran yang tepat agar produk yang diterima sesuai harapan sehingga kepuasan konsumen terpenuhi. Sistem pemasaran yang baik diperlukan supaya dapat membantu menguatkan nilai tukar petani terhadap penjualan hasil panen khususnya cabai merah.

Pemasaran cabai merah di Kecamatan Panjatan dilakukan dengan sistem lelang dan non lelang. Pemasaran dengan sistem lelang dilakukan untuk memperkuat posisi tawar petani sehingga meningkatkan keuntungan yang didapatkan oleh petani cabai merah (Kuntadi & Jamhari, 2012).

Mayoritas petani di Kecamatan Panjatan memasarkan cabai merah hasil panen mereka melalui pasar lelang. Petani akan memasarkann cabai merah melalui lelang apabila hasil panennya banyak. Alasan lain mengapa petani memasarkan cabai merah tersebut ke pasar lelang adalah harga yang ditawarkan oleh pasar lelang lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh lembaga pemasaran lainnya. Namun tidak semua petani cabai merah di Kecamatan Panjatan memasarkan cabai merah hasil panennya melalui pasar lelang. Ada hal yang mempengaruhi keputusan petani untuk tetap menjual cabai merah melalui lembaga pemasaran selain pasar lelang. Sebagian kecil cabai merah yang dipanen dipasarkan melalui lembaga pemasaran non lelang jika diakumulasikan adalah setara dengan 10% dari hasil panen setiap petikan. Adapun alasan petani tetap memasarkan cabai merah dengan sistem non lelang adalah karena hasil produksi sedikit dan kebutuhan akan dana cepat sebab cabai merah akan dibayarkan secara kontan oleh pedagang tanpa menunggu tempo tertentu.

Saluran pemasaran dengan sistem non lelang yang dilakukan oleh petani cabai merah di Kecamatan Panjatan dilakukan dengan dua cara yaitu petani menjual langsung dan menjual melalui pedagang perantara. Petani menjual langsung atau menjual sendiri cabai merah mereka dengan dua cara yaitu secara *offline* dan *online*. Pemasaran secara *offline* dilakukan dengan cara petani menjual

cabai merah kepada konsumen di pasar. Pemasaran secara *online* dilakukan petani dengan cara menjual cabai merah kepada konsumen melalui media sosial yaitu *WhatsApp* dan *Facebook*. Petani menjual sendiri cabai merah mereka sebab rantai pemasaran yang dilalui akan lebih singkat sehingga menghemat biaya pemasaran yang dikeluarkan serta mendapatkan keuntungan sesuai yang diinginkan. Disamping itu petani yang menjual sendiri memiliki permasalahan berupa kemungkinan cabai merah mereka tidak langsung terjual habis, risiko busuk dan harus menyediakan tempat untuk menyimpan.

Petani juga menjual cabai merah secara tidak langsung atau melalui perantara. Perantara-perantara tersebut antara lain pedagang pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Sebagian besar petani menjual cabai merah melalui pedagang pengepul yang kemudian memasarkan cabai merah tersebut kepada pedagang besar dan pedagang pengecer. Cabai merah yang dijual kepada pedagang pengepul biasanya akan langsung habis terjual, namun tidak jarang harga yang didapatkan oleh petani tidak sesuai dengan keinginan mereka. Keterlibatan pedagang pengepul akan menghasilkan selisih antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen. Hal ini disebabkan karena adanya biaya pemasaran yang ditanggung baik oleh petani ataupun pedagang.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka diperlukan adanya penelitian untuk mengetahui sistem pemasaran non lelang cabai merah di Kecamatan Panjatan,

Kabupaten Kulon Progo. Maka dari itu, didapati rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai merah melalui sistem non lelang di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo?
2. Bagaimana analisis biaya, keuntungan, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran dilihat dari *farmer's share* serta rasio antara biaya pemasaran dengan nilai akhir produk cabai merah melalui sistem non lelang di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai merah melalui sistem non lelang di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo.
2. Untuk menganalisis biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran dilihat dari *farmer's share* serta rasio antara biaya pemasaran dengan nilai akhir produk cabai merah melalui sistem non lelang di Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti, diharapkan dapat menjadi sarana guna meningkatkan potensi diri sebagai tambahan wawasan baru mengenai pemasaran cabai merah.
2. Bagi pelaku usaha, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pemasaran cabai merah yang paling efisien sehingga dapat membantu mengembangkan strategi pemasaran yang efisien.
3. Bagi konsumen, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai saluran pemasaran yang paling efisien sehingga bisa mendapatkan cabai merah sesuai kebutuhan.