BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat yang dapat menyediakan hampir seluruh kebutuhan hidup manusia. Indonesia saat ini sudah mulai mengembangkan sektor pertanian melalui pengembangan tanaman hortikultura seperti tanaman sayuran. Tanaman sayuran merupakan salah satu produk hortikultura yang senantiasa dikonsumsi setiap saat karena mudah di dapat di pasar tradisional maupun pasar modern.

Tanaman hortikultura merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian untuk dikembangkan, adapun jenisnya meliputi sayur-sayuran, buah-buahan dan juga tanaman hias. Sayuran adalah salah satu kelompok hortikultura yang mempunyai arti dan kedudukan tersendiri dalam proses pembangunan nasional di sektor pertanian. Sayuran merupakan jenis bahan makanan yang dibutuhkan oleh tubuh dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Selain itu sayuran cukup pontesial untuk penyediaan vitamin dan mineral yang penting bagi gizi masyarakat.

Tanaman sayuran yang mempunyai hasil produksi yang cukup besar di Indonesia salah satunya adalah wortel. Wortel mempunyai potensi untuk dikembangkan karena selain salah satu jenis sayuran yang amat digemari oleh masyarakat, wortel juga memiliki peran penting dalam penyedian sumber vitamin dan mineral. Kuatnya pasaran wortel juga dapat dilihat dari pertumbuhan dan perkembangan perusahaan industri pengolahan yang mengolah umbi wortel

menjadi berbagai bentuk produk makanan maupun minuman (Cahyono 2002, dalam Suliastian 2012).

Wortel merupakan salah satu jenis sayuran umbi yang memiliki peranan penting dalam penyediaan bahan pangan, khususnya penyediaan sumber vitamin dan mineral. Sebagai sumber pangan hayati, wortel banyak mengandung vitamin A dan zat-zat lain yang berkhasiat obat, sehingga sangat baik untuk mencegah berbagai penyakit. Wortel juga memiliki rasa yang enak (agak manis) sehingga digemari oleh masyarakat. Selain digunakan sebagai bahan pangan, umbi wortel juga digunakan sebagai bahan kosmetik. Oleh karena itu, wortel memiliki prospek bisnis yang sangat baik karena memiliki potensi pasar yang sangat luas (Cahyono 2002, dalam Keliat 2008).

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Sayur-Sayuran menurut Jenis Tanaman 2016

No	Jenis Tanaman	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Rata-rata Produksi (kw/ha)
1.	Bawang Merah	1.538	13.368	86,92
2.	Bawang Putih	17	70	41,18
3.	Bawang Daun	1.471	10.368	70,48
4.	Kentang	5.469	91.400	167,12
5.	Kubis	7.431	175.922	236,74
6.	Petsai/Sawi	5.383	62.480	120,42
7.	Wortel	2.359	47.205	200,1
8.	Lobak	185	1.748	94,49
9.	Kacang Merah	291	355	12,18
10.	Kacang Panjang	3.546	40.427	114.01
11.	Cabe	18.321	182.429	99,57
12.	Tomat	4.701	99.883	212,47
13.	Terung	3.635	77.595	213,46
14.	Buncis	1.863	21.582	115,84
15.	Ketimun	2.210	30.135	136,36
16.	Labu Siam	340	13.606	400,18
17.	Kangkung	2.545	16.131	63,38
18.	Bayam	3.162	20.922	66,17
19.	Kol Bunga	2.371	35.515	149,73

Sumber : BPS Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Dilihat dari tabel diatas bahwa di provinsi Sumatera Utara dengan luas panen wortel mencapai 2.359 ha dengan produksi mencapai 47.205 ton dengan produktivitas 200,1 kw/ha. Salah satu Kabupaten di Provinsi Sumatera yang paling banyak menghasilkan wortel adalah Kabupaten Tanah Karo seperti Simpang Empat, Naman Teran, Merdeka, Berastagi, Kabanjahe, Tiga Panah , Dolat Rakyat, Merek, dan Barus Jahe (Website Dinas Pertanian Kabupaten Karo, 2018).

Produksi wortel yang berasal dari Kabupaten Tanah Karo langsung dipasarkan ke pasar sekitar Tanah Karo dan lainnya di pasarkan ke luar daerah Tanah Karo di Provinsi Sumatera Utara seperti Medan, Binjei, Langkat, Siantar, Rantau Parapat. Ada juga dipasarkan ke luar Provinsi Sumatera Utara seperti Aceh, Pekan Baru, Pulau Batam, Bandung, Jakarta, Semarang, Surabaya, dll (Website Dinas Pertanian Kabupaten Karo, 2018).

Dalam pemasaran wortel sampai ke Pasar Induk Kelurahan Laucih Kecamatan Medan Tuntungan, sistem pemasaran masih seperti pasar konvensional dan adanya biaya retribusi yang dibebankan pada petani menyebabkan marjin pemasaran semakin tinggi. Adanya keterikatan batin/sosial antara petani dan pedagang secara turun-temurun menyebabkan petani cenderung menjual wortelnya hanya pada pelanggannya. Selain itu, kondisi sosial ekonomi petani yang lemah, biasanya mudah terikat oleh pedagang perantara dalam bentuk *panjar* sehingga penjualan wortel cenderung lebih banyak dilakukan pada pedagang yang memberikan fasilitas panjar tersebut. Petani juga mengalami keterbatasan dalam memperoleh informasi harga yang transparan di tingkat pasar yang sebagian besar masih didominasi para pedagang dalam hal penimbangan,

penilaian mutu, dan penentuan harga, sehingga akses petani untuk memasarkan hasil produksi ke konsumen relatif rendah.

Salah satu pemasaran wortel dari petani ke konsumen akhir di Kota Medan yaitu melalui Pasar Induk Lau Cih di Kecamatan Medan Tuntungan pada umumnya memerlukan lembaga pemasaran berupa pedagang perantara (pengumpul). Peran lembaga pemasaran diperlukan karena mempermudah petani dalam proses penjualan dan pengangkutan wortel. Adanya lembaga pemasaran menyebabkan perbedaan harga yang diterima petani dan dapat mengurangi pendapatan petani wortel. Keuntungan penjualan langsung ke pedagang pengumpul adalah pedagang pengumpul memiliki anggota yang menawarkan jasa panen kepada petani wortel sehingga mempermudah proses pemasaran wortel.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang melatar belakangi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah saluran pemasaran di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan lebih dari satu saluran?
2. Bagaimana fungsi-fungsi lembaga pemasaran dan perilaku pasar pada masing-masing lembaga pemasaran wortel yang terlibat di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan?
3. Bagaimana margin pemasaran wortel di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan?
4. Bagaimana efisiensi pemasaran wortel di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Jenis saluran pemasaran di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan.
2. Fungsi-fungsi lembaga pemasaran serta dan perilaku pasar pada masing-masing lembaga pemasaran wortel yang terlibat di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan.
3. Margin pemasaran wortel di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan.
4. Efisiensi pemasaran wortel di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti, penelitian ini bermanfaat dalam memahami lebih mendalam tentang saluran pemasaran wortel di Pasar Induk Kelurahan Lau Cih Kecamatan Medan Tuntungan.
2. Bagi petani, penelitian ini sebagai bahan tambahan informasi untuk membantu proses pengambilan keputusan dalam hal pemasaran wortel serta demi terwujudnya kerjasama yang saling menguntungkan.
3. Bagi peneliti yang lain, penelitian ini bisa dibuat sebagai salah satu sumber informasi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.