

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cabai merah adalah salah satu komoditas hortikultura andalan di Provinsi Sumatera Utara. Komoditas jenis sayuran ini sangat laku di pasaran sehingga mampu memengaruhi tingkat inflasi di Sumatera Utara. Pada tahun 2021 Sumatera Utara mengalami inflasi yang cukup tinggi disebabkan mahalannya harga cabai merah. Pasalnya sejumlah sentra penghasil cabai di Sumut gagal panen akibat terserang penyakit. Angka inflasi di Sumatera Utara pada 2021 sebesar 63,4%, lebih dari 4% disumbangkan cabai merah. Diharapkan adanya pengalakkan gerakan tanam cabai untuk menekan inflasi (Badan Pusat Statistik, 2021).

Berikut ini merupakan klasifikasi cabai merah sebagai berikut :

Kingdom : Plantae
Divisio : Spermathopyta
Subdivision : Anglospermae
Class : Dicotyledonae
Subclass : Sympetalae
Ordo : Tubiflora
Family : Solanaceae
Genus : Capsium
Spesies : Capsicum annum L

Harga cabai merah yang fluktuatif dapat merugikan petani maupun konsumen. Penanaman cabai yang banyak pada satu waktu yang bersamaan dapat menyebabkan terlalu banyaknya produksi cabai merah. Hal ini menyebabkan

penawaran cabai merah di pasar melebihi permintaan yang menyebabkan harga cabai merah turun sehingga ini merugikan petani. Pada umumnya, petani produsen cabai tidak menjual sendiri hasil produksinya ke pasar kota-kota besar atau ke luar negeri. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan yang dimiliki petani seperti alat transportasi, fasilitas penyimpanan, pengepakan, pengolahan, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran komoditas tersebut. Adanya keterbatasan tersebut mendorong para petani produsen untuk menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul. Kadang-kadang petani juga menjual langsung kepada konsumen pemakai melalui pasar-pasar di tingkat desa atau pasar di tingkat kecamatan.

Dari Tabel 1 dapat kita lihat pergerakan harga komoditas cabai merah Provinsi Sumatera Utara tahun 2021

Tabel 1 Harga Cabai Merah Provinsi Sumatera Utara Tahun 2021-2023

Tahun	2021	2022	2023
Januari	52.000	20.000	38.000
Februari	42.000	32.000	44.000
Maret	34.000	53.000	41.000
April	41.833	32.000	39.000
Mei	26.096	35.000	41.000
Juni	25.664	62.000	23.000
Juli	32.664	70.000	35.000
Agustus	45.000	58.000	59.000
September	34.000	51.000	44.000
Oktober	40.000	44.000	32.000
November	44.000	30.000	50.000
Desember	30.000	56.000	52.000
Rata-rata	34.549	45.250	41.500

Sumber : hargapangan.sumutprov.go.id (2021)

Petani dapat menyebabkan *farmer share*, yaitu suatu saluran pemasaran dengan membandingkan harga yang diterima oleh petani dan harga yang dibayar oleh konsumen akhir menjadi kecil, oleh karena itu, diperlukan sebuah lembaga pemasaran yang membantu petani untuk menjual hasil usahatannya.

Menurut Tourte dan Gaskell (2020), pasar lelang hortikultura berdasarkan definisi adalah bisnis yang berfungsi untuk memfasilitasi penjualan produk antara penjual dan pembeli. Pasar lelang hortikultura menggunakan proses tawar-menawar, menyediakan kemungkinan harga paling tinggi dikalangan petani berdasarkan kondisi pasar yang ada. Pasar lelang hortikultura juga telah terbukti layak untuk meningkatkan ekonomi dan posisi sosial keluarga. Pada akhirnya, pasar lelang mentransfer produk petani ke grosir, distributor atau pengecer.

Dengan pertimbangan tersebut Bupati Tapanuli Utara mengeluarkan Keputusan Bupati Tapanuli Utara nomor 257 Tahun 2016 untuk membentuk Kelompok Kerja Pelelangan Hasil Pertanian Kabupaten Tapanuli Utara Tahun 2016. Maka terbentuklah 2 pasar lelang yang berada di Kecamatan Tarutung dan Kecamatan Siborong-borong. yang diharapkan memberikan keuntungan bagi petani dari segi sosial maupun ekonomi. Untuk menganalisis kondisi tersebut peneliti meneliti faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan petani untuk bersedia menjual hasil usahatannya ke pasar lelang.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana persepsi petani cabai merah mengenai lembaga Pasar Lelang di Kecamatan Siborongborong?
- 2) Faktor faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan petani cabai merah untuk menjual hasil produksi cabai merah ke Pasar Lelang Siborongborong?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan Rumusan Masalah maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk menganalisis persepsi petani cabai merah mengenai Pasar Lelang di Kecamatan Siborongborong.
- 2) Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan petani cabai merah untuk menjual hasil produksi cabai di Pasar Lelang di Kecamatan Siborongborong.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Sebagai bahan informasi bagi petani di Tapanuli Utara yang mengusahakan cabai merah yang tertarik untuk menjual cabai merah ke Pasar Lelang.
- 2) Sebagai bahan referensi bagi peneliti - peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai pasar lelang.
- 3) Sebagai bahan informasi bagi pemerintah maupun instansi terkait dalam rangka menyusun program maupun kebijakan – kebijakan pengembangan pasar lelang untuk komoditi hortikultur lainnya di kabupaten Tapanuli Utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komoditas Cabai Merah

Menurut Tomi Zapino & Chairi Fitri (2019) cabai merupakan komoditi hortikultura yang termasuk dalam tanaman terna tahunan. Tanaman ini tumbuh tegak dengan batang berkayu, bercabang banyak, ukuran tinggi mencapai 120 cm dan lebar tajuk tanaman hingga 90 cm. Cabai memiliki akar tunggang yang terdiri atas akar utama dan akar lateral yang mengeluarkan serabut dan mampu menembus ke dalam tanah hingga 50 cm dan melebar sampai 45 cm.

Cabai merah ini memiliki daya simpan yang sangat rendah karena mudah mengalami pembusukan. Penyebab utama kerusakan cabai adalah karena kadar airnya yang tinggi. Hal ini akan memperbesar terjadinya kerusakan–kerusakan fisiologis dan meningkatkan aktivitas mikroorganisme yang banyak menyebabkan kerusakan/pembusukan pada cabai merah setan terutama oleh jamur Suhu dan lama penyimpanan cabai yang tepat perlu dilakukan untuk memperoleh kandungan vitamin C dan aktivitas antioksidan cabai merah setan yang maksimum (Sakung, 2019). Cabai muda biasanya memiliki umur simpan yang lebih pendek di pasaran karena penggunaan kemasan yang kurang tepat serta kondisi penyimpanan. Cabai yang sudah matang memiliki umur simpan 5 hari pada suhu ruang dan jika disimpan pada suhu 45 °F (kurang dari 10 °C) dapat bertahan selama 10 hari (Rahman et al., 2021)

Menurut Suyanti (2022) secara umum cabai digolongkan menjadi tiga kelompok yaitu cabai besar, cabai kecil dan cabai hias. Cabai kecil dan cabai besar merupakan jenis cabai yang biasanya diperdagangkan di pasar tradisional. Umumnya cabai kecil dikenal dengan istilah cabai rawit sedangkan cabai besar dikenal dengan istilah cabai merah. Berdasarkan tingkat kepedasannya cabai dikelompokkan ke dalam empat golongan berdasarkan aturan pasar internasional. Cabai berdasarkan tingkat kepedasannya dibagi menjadi cabai dengan tingkat kepedasan sangat pedas, kepedasan pertengahan kepedasan kurang dan tidak pedas. Masing-masing kelompok cabai memiliki bentuk fisik serta kegunaan yang berbeda-beda.

2.2. Pasar Lelang

Pasar Lelang merupakan salah satu lembaga pemasaran yang terdapat dalam saluran pemasaran. Saluran pemasaran merupakan rangkaian lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan penyaluran barang dari produsen (petani) ke konsumen (Roell, 2019). Pasar lelang merupakan sarana bertemunya penjual/petani produsen dan pembeli/pedagang/pabrikan secara langsung dimana pembentukan harga yang terjadi dilakukan secara transparan tanpa ada kolusi antar pelaku usaha dan tanpa tekanan dari pihak manapun. Menurut Sudiono (2021), lelang adalah penjualan dihadapan orang banyak dengan tawaran yang tertinggi, dan dipimpin oleh Pejabat Lelang”. Melelangkan dan memperlelangkan adalah aktivitas menjual dengan jalan lelang, memberikan barang untuk dijual dengan jalan lelang dan memborongkan pekerjaan. Pengertian ini mengandung makna bahwa lelang tidak dibatasi pada penjualan barang-barang saja, tetapi meliputi juga pemborongan pekerjaan.

Dalam teori ekonomi, pelelangan (auction) adalah salah satu mekanisme pembentukan harga (price formation) yang ditujukan untuk mendapatkan level harga yang paling efisien bagi pembeli maupun penjual. Penjual dan pembeli langsung bertransaksi untuk mencapai harga keseimbangan. Menurut Mertes (2023) teori pasar lelang adalah studi tentang pasar yang berdasarkan kesediaan pembeli dan kesediaan penjual dan niat mereka untuk memfasilitasi perdagangan dengan penawaran harga sampai ada kesepakatan tentang nilai harga produk yang bersangkutan. Teorinya bahwa, individu dengan persepsi nilainya akan menawar secara bolak-balik sampai disepakati pada nilai tertentu dan terfasilitasinya penjualan antara pembeli dan penjual, sehingga dalam hal ini terjadi keseimbangan harga, dari harga yang “unfair” menjadi “fair”. Ada beberapa tipe lelang (Ausubel, 2019), yaitu :Tipe Inggris (English type Auction), Tipe Belanda (Dutch type Auction), Tipe lelang tertutup (first-price sealed bid auction), Tipe Vickrey (Vickrey type Auction). Menurut Sukei dan Farid (2020), pasar lelang yang dikembangkan di Indonesia dibangun dalam dua bentuk yaitu: (1) Pasar lelang spot, penjual langsung membawa komoditas yang akan dijual ke pasar lelang dan (2) Pasar lelang forward, penjual cukup membawa contoh komoditas dengan spesifikasi produk yang akan dijual ke pasar lelang. Pasar lelang tersebut merupakan pasar fisik karena adanya kewajiban menyerahkan barang secara fisik sesuai dengan harga, kualitas, kuantitas dan waktu penyerahan yang disepakati dalam kontrak jual beli.

2.3. Persepsi

Rakhmat (2021), mendefinisikan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan kata lain persepsi ialah memberikan makna pada rangsangan indrawi. Selaras dengan itu, diungkapkan oleh (Alkinson et al, 2021), persepsi adalah suatu penelitian tentang kita mengintegrasikan sensasi ke dalam perceptotak, dan kita selanjutnya menggunakan perceptitu untuk mengenali dunia (percepts adalah hasil dari proses perceptual). Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya yang kemudian akan diteruskan kepusat susunan syaraf otak. Hal ini akan menimbulkan proses psikologis sehingga individu akan menyadari apa yang ia lihat, ia dengar dan sebagainya.

2.4. Landasan Teori

2.4.1. Teori Keputusan

Menurut Hanson (2020). Teori keputusan adalah teori mengenai cara memilih pilihan diantara pilihan – pilihan yang tersedia secara acak guna mencapai tujuan yang hendak diraih. Keputusan-keputusan yang diambil oleh seseorang dapat dipahami melalui dua pendekatan pokok, yaitu pendekatan normatif dan pendekatan deskriptif. Pendekatan normatif menekankan pada apa yang seharusnya dilakukan oleh pembuat keputusan sehingga diperoleh suatu keputusan yang rasional. Pendekatan deskriptif menekankan pada apa saja yang telah dilakukan orang yang membuat keputusan tanpa melihat apakah keputusan yang dihasilkan itu rasional atau tidak rasional

Menurut Rogers (2019) pengambilan keputusan oleh petani baik berupa penolakan maupun penerimaan suatu inovasi tidak terlepas dari berbagai pertimbangan menguntungkan atau tidak menguntungkan suatu teknologi bagi pengusahanya (petani). Tingkat adopsi suatu inovasi dipengaruhi oleh karakteristik inovasi itu sendiri, karakteristik penerima inovasi dan saluran komunikasi. Faktor – faktor karakteristik suatu inovasi itu terbagi atas lima yaitu:

- 1) Keuntungan relatif (*relative advantage*) merupakan derajat dimana inovasi diterima dan dipandang jauh lebih baik daripada teknologi sebelumnya yang biasanya dilihat dari segi keuntungan ekonomi dan keuntungan ekonomi dan keuntungan sosial (*prestise dan persetujuan sosial*).
- 2) Kesesuaian (*compability*), merupakan derajat dimana inovasi dipandang sesuai/konsisten dengan nilai- nilai sosial budaya yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan- kebutuhan adopter.
- 3) Kerumitan (*complexity*), merupakan derajat dimana inovasi dianggap sulit untuk dimengerti dan digunakan.
- 4) Kemungkinan dicoba (*triability*) merupakan derajat dimana inovasi dianggap mungkin untuk diujicobakan secara teknis dalam skala kecil.
- 5) Kemungkinan untuk diamati (*observability*) merupakan dimana hasil dari inovasi dapat dilihat atau dirasakan oleh adopter.

Menurut Soekartawi (2018) terdapat beberapa karakteristik penerima inovasi (petani) dalam suatu inovasi seperti umur, pendidikan, pengalaman bertani, pendapatan, luas lahan, tingkat kosmopolitan, tingkat partisipasi. Roger (2003) menjelaskan bahwa saluran komunikasi juga mempengaruhi tingkat adopsi suatu inovasi yang dikategorikan menjadi dua yaitu: (1) Saluran media massa (*Mass*

Media Channel), media massa dapat berupa radio, surat kabar, televisi, dan lain-lain. Kelebihan media massa adalah dapat menjangkau audiens yang banyak dengan cepat dari satu sumber. (2) Saluran antarpribadi (Interpersonal Channel) saluran pribadi melibatkan upaya pertukaran informasi tatap muka antara dua atau lebih individu.

2.4.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

1. Umur

Menurut Hasyim (2019) umur petani adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dengan kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal. Petani yang berusia lanjut sekitar 50 tahun ke atas, biasanya fanatik terhadap tradisi dan sulit untuk diberikan pengertian yang dapat mengubah cara berfikir, cara kerja, dan cara hidupnya. Mereka ini bersikap apatis terhadap adanya teknologi baru dan inovasi, semakin muda umur petani, maka semakin tinggi semangatnya mengetahui hal baru, sehingga dengan demikian mereka berusaha untuk cepat melakukan adopsi walaupun sebenarnya mereka masih belum berpengalaman soal adopsi tersebut.

2. Pendidikan

Menurut Singarimbun dan Penny (2019) banyaknya atau lamanya sekolah/pendidikan yang diterima seseorang akan berpengaruh terhadap kecakapannya dalam pekerjaan tertentu. Sudah tentu kecakapan tersebut akan mengakibatkan kemampuan yang lebih besar dalam menghasilkan pendapatan bagi

rumah tangga. Tingkat pendidikan formal yang dimiliki petani akan menunjukkan tingkat pengetahuan serta wawasan yang luas untuk petani menerapkan apa yang diperolehnya untuk peningkatan usahatani. Mengenai tingkat pendidikan petani, dimana mereka yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi. Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

3. Pengalaman Bertani

Menurut Soekartawi (2019), pengalaman seseorang dalam berusaha berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Bagi yang mempunyai pengalaman yang sudah cukup lama akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada pemula. Lubis (2020) juga berpendapat bahwa orang yang mempunyai pengalaman yang relatif berhasil dalam mengusahakan usahanya, biasanya mempunyai pengetahuan, sikap dan keterampilan yang lebih baik dibandingkan dengan orang yang kurang berpengalaman. Dalam prinsip belajar seseorang cenderung lebih mudah menerima atau memilih sesuatu yang baru, bila memiliki kaitan dengan pengalaman masa lalunya. Keputusan petani dalam menjalankan kegiatan usahatani lebih banyak mempergunakan pengalaman, baik yang berasal dari dirinya maupun pengalaman petani lain. Bila pengalaman usahatani banyak mengalami kegagalan, maka petani akan sangat berhati – hati dalam memutuskan untuk menerapkan suatu inovasi yang diperolehnya.

4. Luas lahan

Menurut Isfrizal & Rahman (2019), luas lahan akan mempengaruhi skala usaha. Makin luas lahan yang dipakai petani dalam usaha pertanian, maka lahan semakin tidak efisien. Hal ini disebabkan pada pemikiran bahwa luasnya lahan mengakibatkan upaya melakukan tindakan yang mengarah pada segi efisien akan berkurang. Sebaliknya pada lahan yang sempit upaya pengawasan terhadap penggunaan faktor produksi semakin baik, sehingga usaha pertanian seperti ini lebih efisien. Meskipun demikian lahan yang terlalu kecil cenderung menghasilkan usaha yang tidak efisien pula.

5. Jumlah tanggungan

Menurut Hasyim (2020), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi.

6. Produksi

Suatu pengguna faktor produksi dikatakan efisien secara teknis (efisien teknis) kalau faktor produksi yang dipakai menghasilkan produksi maksimal. Usahatani dikatakan efektif bila petani atau produsen dapat mengalokasikan sumberdaya yang mereka miliki sebaik baiknya. Pengertian efisien sangat relatif, efisien diartikan sebagai penggunaan input sekecil kecilnya untuk mendapatkan produksi yang sebesar besarnya (M. Fahmi Khan, 2019).

7. Pendapatan

Pada produk pertanian, petani atau produsen tidak berperan sebagai penentu harga (*price maker*) tetapi tunduk kepada mekanisme harga pasar (*price taker*). Hasil produksi yang banyak belum tentu mempunyai nilai sebanding dengan jumlah produk tersebut, karena harga produk pertanian dapat berubah fluktuatif dalam waktu tertentu. Biasanya pada saat panen raya tiba, harga produk pertanian akan mengalami penurunan dikarenakan jumlah yang melimpah pada produk yang sama. Sebaliknya pada saat musim kekeringan ataupun situasi dimana tidak terjadi panen, maka harga produk pertanian akan naik.

Untuk mengantisipasi penurunan produksi hasil pertanian, misalnya cabai merah, akibat proses tanam yang tidak serentak, penanaman baru, faktor cuaca dan curah hujan tinggi yang menurunkan kualitas cabai, adanya panen padi sawah serentak yang membuat petani cabai tidak ada waktu memanen cabainya dan mengantarkan ke pasar lelang maka peran Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) menjadi sangat penting. PPL harus gencar melakukan sosialisasi kepada para petani untuk mengantisipasi petani menjual langsung produksi pertaniannya (cabai merah) kepada agen atau pedagang besar atau di luar mekanisme pasar lelang yang mengakibatkan berkurangnya pasokan ke pasar lelang. Darwis (2021), menyatakan bahwa “harga jual merupakan salah satu perangsang (motivator) bagi petani untuk melakukan pekerjaannya”. Harga jual yang rendah akan membuat petani enggan untuk menanam komoditas yang sama pada musim panen selanjutnya, sebaliknya harga jual tinggi akan memotivasi petani untuk meningkatkan produksi dan menanam tanaman yang sama pada musim tanam selanjutnya.

8. Persepsi

Rakhmat (2021), mendefinisikan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dengan kata lain persepsi ialah memberikan makna pada rangsangan indrawi. Selaras dengan itu, diungkapkan oleh (Alkinson et al, 2021), persepsi adalah suatu penelitian tentang kita mengintegrasikan sensasi ke dalam perceptotak, dan kita selanjutnya menggunakan perceptitu untuk mengenali dunia (percepts adalah hasil dari proses perceptual). Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu merupakan proses yang berwujud diterimanya stimulus oleh individu melalui alat reseptornya yang kemudian akan diteruskan kepusat susunan syaraf otak. Hal ini akan menimbulkan proses psikologis sehingga individu akan menyadari apa yang ia lihat, ia dengar dan sebagainya.

2.5. Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode dan Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
1.	Theresia (2015)	Pengambilan Keputusan Petani Terhadap Penggunaan Benih Bawang Merah Lokal dan Impor di Cirebon, Jawa Barat	Model regresi logistik dengan variabel Y = Peluang petani menggunakan benih bawang merah lokal/impor, X1 = Pengalaman berusaha petani bawang merah, X2 = Luas lahan usahatani, X3 = Status kepemilikan	Faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan petani untuk menggunakan benih bawang merah lokal adalah luas lahan, harga benih, pendapatan, dan akses pasar. Luas lahan dan harga benih berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan pendapatan dan pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

			lahan, X4 = Harga benih, X5 = Harga jual produk, X6 = Produktivitas, dan X7 = Pendapatan, X8 = Pemasaran	petani untuk menggunakan benih bawang merah lokal
2.	Ayu Apriliana (2016)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Dalam Menggunakan Benih Hibrida Pada Usahatani Jagung	Menggunakan model logit dengan variabel X1 = umur petani (tahun) X2 = tingkat pendidikan (tahun) X3 = pengalaman usahatani (tahun) X4 = luas kepemilikan lahan (ha) X5 = pendapatan usahatani (Rp/ha) X6 = kebutuhan pupuk (kg/ha)	Keputusan petani untuk menggunakan benih jagung hibrida dipengaruhi oleh faktor pendapatan usahatani dan kebutuhan pupuk sedangkan keikutsertaan kelompok tani berpengaruh negatif terhadap keputusan petani untuk menggunakan benih hibrida.
3.	Mardiyah Hayati (2017)	Pengambilan Keputusan Petani untuk Tetap Berusahatani Cabe Jamu di Kecamatan Bluto, Kabupaten Sumenep	Regresi logit dengan variabel Y adalah keputusan petani, X1 adalah umur, X2 adalah tingkat pendidikan, X3 adalah pendapatan usahatani, X4 adalah pengalaman usahatani, X5 adalah luas lahan, X6 adalah frekuensi kontak dengan petani lain, X7 adalah tingkat kesulitan budidaya,	Faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan petani tetap berusahatani cabe jamu di Kecamatan Bluto adalah pengalaman berusahatani petani sementara umur, pendapatan usahatani, luas lahan, frekuensi kontak dengan petani lain, tingkat kesulitan dalam budidaya, dan keikutsertaan dalam kelompok tani tidak mempengaruhi keputusan petani untuk tetap berusahatani cabe jamu.

4.	Fasilia (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Petani Untuk Melakukan Usaha Tani Kedelai	Menggunakan metode regresi logistik dengan variabel Y= Keputusan petani, X1= umur petani, X2 = ingkat, X3 = pendidikan, X4 = pengalaman berusaha tani, X5 = jumlah tanggungan, X6 = luas lahan, X7 tingkat kosmopolitan, X8 = pendapatan petani, X9 = harga ditingkat petani	Keputusan petani dalam melakukan usahatani kedelai di daerah penelitian adalah harga dan pendapatan petani. Sedangkan faktor seperti umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha tani, jumlah tanggungan, luas lahan, dan tingkat, kosmopolitan tidak mempengaruhi keputusan petani untuk melakukan usaha tani kedelai.
5.	Siata (2016)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Dalam Penerapan Benih Padi Varietas Ciherang Di Desa Pudak Kecamatan Kumpeh Ulu	Menggunakan regresi logistik dengan variabel Y = Penerapan benih padi varietas ciherang, X1 = selera, X2 = produksi, X3 = luas lahan, X4 = kesesuaian lahan	Faktor selera petani, produksi, luas lahan dan kesesuaian lahan memiliki kecenderungan berpengaruh terhadap penerapan benih padi varietas ciherang. Variabel independen yang dimasukkan kedalam model memberikan dugaan yang sangat signifikan terhadap penerapan benih padi varietas ciherang. Variabel selera petani, produksi, luas lahan dan kesesuaian lahan berpengaruh nyata terhadap tinggi rendahnya peluang petani dalam melakukan penerapan benih padi varietas ciherang.

2.6 Kerangka Pemikiran

Pemasaran cabai merah di daerah penelitian masih sangat sederhana, dimana pedagang pengumpul mendatangi petani lokal dan bertransaksi di lokasi langsung, hal ini juga lah yang menyebabkan harga sangat bergantung kepada pedagang pengumpul dan panjangnya jalur distribusi antar produsen sampai ke tangan konsumen menyebabkan rendahnya pendapatan di tingkat petani. Hal ini juga menyebabkan posisi tawar petani cabai merah di daerah penelitian masih sangat rendah.

Hal inilah yang mendorong pemerintah berinisiatif membangun Pasar Lelang Komoditas dikarenakan panjangnya mata rantai perdagangan komoditas yang menyebabkan harga jual petani cenderung menjadi rendah dan harga beli konsumen menjadi tinggi sehingga menimbulkan ekonomi biaya tinggi dan jauh dari sejahterah di sisi produsen maupun konsmen akhir. Melalui Pasar Lelang Komoditas maka mata rantai perdagangan komoditas dapat menjadi lebih efisien karena dapat mempertemukan antara penjual dan pembeli secara langsung. Bertolak dari keputusan RPJMD Kabupaten Tapanuli Utara tahun 2014 sampai dengan 2019 halaman VII-17 mengamanatkan arah kebijakan “Pembangunan sistem pengumpulan dan pemasaran atau penyangga harga hasil pertanian” dengan indikator kinerja adanya Pasar Lelang. Melalui keputusan Bupati Tapanuli Utara nomor 257 Tahun 2016 tentang pembentukan kelompok kerja (Pokja) pelelangan hasil pertanian Kabupaten Tapanuli Utara tahun 2016.

Namun dengan keberadaan pasar lelang, belum mendorong secara menyeluruh petani cabai di Tapanuli Utara untuk menjualnya di pasar lelang. Masih banyak hasil produksi cabai merah di Kabupaten Tapanuli Utara yang tidak masuk

di dalam pasar lelang. Untuk itu penulis tertarik untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan petani cabai merah untuk menjual hasil usahatani cabai merahnya ke pasar lelang. Persepsi petani terhadap pasar lelang mempengaruhi keputusan petani untuk memanfaatkan pasar lelang atau tidak.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi petani untuk mengambil keputusan dalam usahatannya. Untuk mengetahui faktor-faktor tersebut, maka peneliti merumuskan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi petani untuk menjual hasil usahatannya ke pasar lelang, yaitu (1) umur, (2) tingkat pendidikan, (3) pengalaman bertani, (4) luas lahan, (5) jumlah tanggungan, (6) produksi, (7) Persepsi dan (8) Pendapatan.

X1 ; Umur

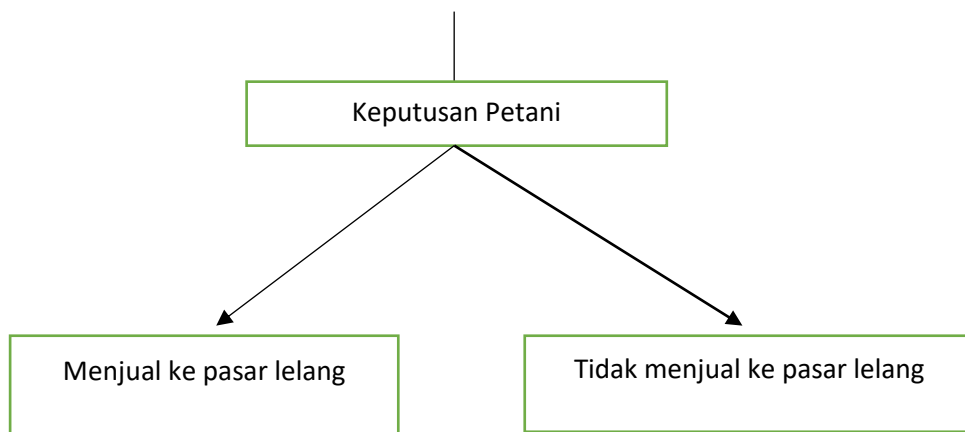
X2 : Tingkat Pendidikan

X3 : Pengalaman Bertani

X4 : Luas Lahan

X5 : Jumlah Tanggungan

X6 : Produksi



→ : Menyatakan pengaruh

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

2.7. Hipotesis

Berdasarkan identifikasi masalah, tinjauan pustaka, landasan teori dan kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang nyata dari variabel umur, tingkat pendidikan, pengalaman bertani, luas lahan, jumlah tanggungan, produksi, jarak, persepsi dan pendapatan terhadap keputusan petani dalam menjual hasil usahatani ke pasar lelang.