

ASPEK PERMINTAAN, PENAWARAN DAN TATANIAGA HORTIKULTURA DI INDONESIA

Handewi P.S. Rachman¹⁾

ABSTRACT

This study analyzes demand/consumption, supply/production, and marketing of horticulture (vegetables and fruits) related to its development in Indonesia. Descriptive analysis through cross tabulation and trend analysis of production and consumption using secondary data from CBS and result, of several research on horticulture. The results of the analysis show that (1) consumption level of vegetables and fruits in 1992 is relatively low i.e 25.8 and 28.04 Kg/Capital/Year respectively. This shows a high opportunity to develop horticultural production in Indonesia; (2) in domestic market, the dominant factors influencing horticulture consumption are number of population (consumer) and growth of average population income (3) price fluctuation, impropotional price transmission between producer - retailer, and perishable characteristics of the commodities are the main problems in horticulture marketing system in Indonesia. To anticipate the opportunity of increasing demand both domestic and export markets, the efforts can be made are (1) intensification at the production centre areas, (2) extensification to create new production areas, (3) special attention for developing specific tropical horticulture, and (4) efficiency in marketing by improving transportation, packaging and storage systems.

PENDAHULUAN

Pasar merupakan salah satu syarat yang esensial bagi kemajuan pembangunan pertanian. Demikian pula halnya bagi produk hortikultura (sayuran dan buah-buahan), kegiatan pemasaran merupakan aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Bukan berita baru bahwa para ibu rumah tangga sering dikejutkan oleh naiknya harga sayuran (cabe, wortel, bawang merah, dan lain-lain) yang mencapai 200-300 persen. Di sisi lain, kita sering mendengar dan membaca bahwa harga sayuran dan buah-buahan sewaktu-waktu jatuh terutama di daerah pedesaan. Fluktuasi harga sayuran tidak saja terjadi pada periode bulanan, harian, bahkan dalam satu hari dapat terjadi tiga kali fluktuasi harga. Sering pula kita menyaksikan adanya sayuran dan buah-buahan yang tidak terjual dan membusuk apabila tiba-tiba pasar menjadi seret dan tidak mampu atau tidak mau menampung semua yang telah dihasilkan petani. Kenyataan di atas menunjukkan betapa pemasaran/tataniaga hortikultura menghadapi masalah yang belum dapat teratasi dengan baik.

Tulisan ini akan mencoba membahas aspek permintaan, penawaran dan masalah tataniaga dikaitkan dengan upaya pengembangan hortikultura di Indonesia. Dalam pembahasan diungkapkan latar belakang ekonomik dari masalah-masalah tataniaga yang sampai saat ini dirasakan menghambat pengembangan hortikultura. Data sekunder dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti digunakan sebagai bahan dasar dalam penelaahan masalah permintaan/konsumsi, penawaran/produksi, dan tataniaga hortikultura.

Pembahasan diawali dengan melihat sisi konsumsi dan permintaan hortikultura (selanjutnya dibatasi pada beberapa komoditas sayuran dan buah-buahan), karena hal-hal inilah yang menggerakkan aliran komoditas melalui sistem tataniaga yang akhirnya membuka tempat-tempat penampungan pasar di daerah produksi. Kemudian akan dilihat produksi dan penawaran hortikultura, beserta responnya pada perkembangan konsumsi dan permintaan. Karakteristik dan identifikasi masalah tataniaga dibahas pada kerangka pengembangan hortikultura dalam ekonomi pertanian di Indonesia. Suatu kerangka pemikiran teoritik akan diuraikan terlebih dahulu, sedang pada bagian akhir dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran.

1) Staf Peneliti pada Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor

KERANGKA PEMIKIRAN

Keadaan konsumsi dan permintaan suatu komoditas sangat menentukan banyaknya komoditas itu yang dapat digerakkan oleh sistem tataniaga dan memberikan arah bagi produsen berapa besar mereka akan/harus memproduksi. Dalam kaitan dengan komoditas hortikultura, sangatlah bermanfaat untuk menelaah faktor-faktor yang menentukan besar dan perkembangan konsumsi, khususnya terhadap permintaan sayuran dan buah-buahan. Secara umum dikatakan bahwa selera dan kekuatan membeli sebagai faktor-faktor yang menentukan konsumsi, sedangkan dalam teori ekonomi, permintaan terhadap suatu komoditas x dapat dirumuskan sebagai:

$$D_x = f(H_x, I, H_y, P, S) \dots\dots\dots(1)$$

di mana D_x adalah jumlah komoditas x yang diminta; H_x = harga komoditas x , I adalah pendapatan, H_y = harga barang lain yang berkaitan dengan konsumsi x ; P adalah jumlah penduduk/konsumen yang mengkonsumsi barang x ; dan S adalah selera.

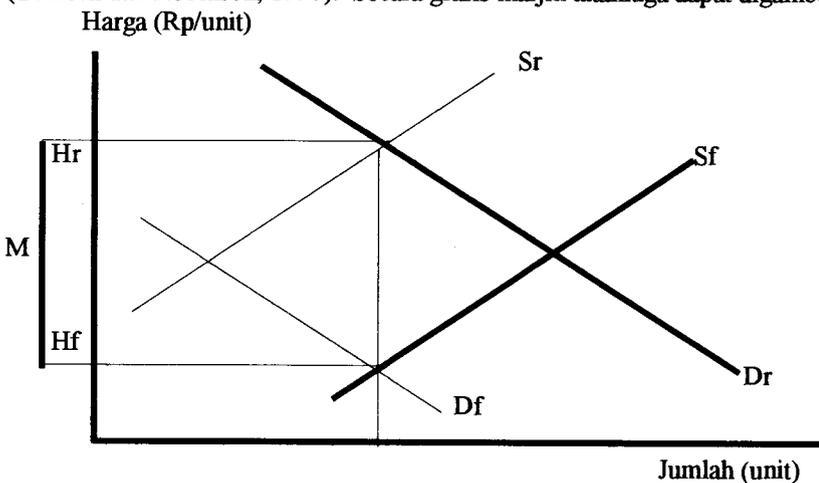
Permintaan terhadap suatu komoditas dapat pula dipecah menurut golongan pendapatan konsumen. Pada komoditas hortikultura pemecahan konsumen pada berbagai golongan pendapatan sangat berguna; dapat diduga bahwa walaupun permintaan masing-masing golongan pendapatan itu dipengaruhi oleh variasi yang sama dari harganya, namun elastisitas permintaan antar golongan tersebut akan berbeda.

Di tingkat produksi, produsen dalam hal ini para petani sayuran dan buah-buahan menanggapi perkembangan pasar hortikultura tersebut seperti yang diisyaratkan kepada mereka oleh para pelaku pemasaran. Menurut teori ekonomi, tingkat produksi yang dihasilkan oleh produsen mewakili sisi penawaran suatu komoditas. Secara umum penawaran komoditas x dapat dirumuskan sebagai:

$$S_x = g(H_x, T, W, P) \dots\dots\dots(2)$$

di mana S_x = jumlah komoditas x yang diproduksi/ditawarkan, H_x = harga komoditas x , T = teknologi yang digunakan untuk memproduksi x , W = harga-harga dari faktor produksi, dan P adalah harga komoditas kompetitif dari x .

Permintaan di tingkat konsumen (persamaan 1) dalam teori ekonomi (pasar) tidak dapat langsung berhadapan dengan penawaran di sisi produsen (persamaan 2), namun di antara keduanya dihubungkan oleh suatu sistem tataniaga yang diperankan oleh para pelaku tataniaga. Dalam memainkan peran tataniaga para pelaku tersebut memperoleh imbalan sebesar perbedaan harga yang diterima oleh produsen dan harga yang dibayar oleh pengecer/konsumen. Perbedaan harga tersebut dikenal dengan istilah margin tataniaga/jasa-jasa lembaga tataniaga (Tomeck dan Robinson, 1990). Secara grafis margin tataniaga dapat digambarkan sebagai berikut:



- di mana :
- Sr = penawaran di tingkat produsen
 - Sf = penawaran (turunan) di tingkat konsumen
 - Df = permintaan di tingkat konsumen
 - Dr = permintaan (turunan) di tingkat produsen
 - M = margin tataniaga (pemasaran)
 - Hr = harga di tingkat pengecer/konsumen
 - Hf = harga di tingkat petani/produsen

Gambar 1. Permintaan dan Penawaran Turunan serta Margin Tataniaga

Seperti halnya pada sistem tataniaga hasil pertanian lainnya, tataniaga hortikultura ditandai dengan kegiatan pengumpulan oleh pedagang pengumpul (desa/kecamatan/ kabupaten), kegiatan penyaluran/borong dan eceran. Karakteristik yang melekat pada produk sayuran dan buah-buahan umumnya adalah komoditas tersebut bersifat lekas membusuk dan sulit diangkut melalui jarak jauh tanpa menimbulkan kerusakan dan susut yang besar. Hal ini menuntut penanganan yang cepat dan tepat di semua tingkat tataniaga. Lembaga tataniaga yang bergerak pada pemasaran komoditas seperti itu menghadapi risiko fisik dan ekonomik yang tinggi, sehingga dapat diperkirakan bahwa lembaga ini juga ingin mendapatkan margin keuntungan yang tinggi.

Selain itu dari sisi produksi, umumnya produk sayuran dan buah-buahan dihasilkan oleh para petani kecil dengan lokasi produksi yang terpencar. Hal ini dalam sistem tataniaga dapat mengakibatkan tingginya biaya pengumpulan dan pengangkutan dan pada gilirannya mengakibatkan tidak efisiennya sistem pemasaran komoditas tersebut.

Apabila dikaitkan dengan prospek pengembangan hortikultura, maka tantangan utama yang dihadapi sistem tataniaga adalah:

1. Bila konsumsi meningkat, mampukah sistem tataniaga mengisyaratkan hal itu dengan baik kepada para produsen dan kemudian menangani volume yang meningkat itu dengan efisien ?
2. Apabila dapat dikembangkan sentra-sentra produksi baru, dapatkah sistem tataniaga diperluas sehingga sayuran dan buah-buahan yang dihasilkan di sentra baru tersebut dapat dipasarkan dengan lancar ?
3. Apabila dianggap bahwa tidak ada kemungkinan bagi Pemerintah untuk mengadakan tindak pasar langsung seperti penetapan harga pasar, adakah peluang untuk menangani sistem yang ada sehingga efek kestabilan harga pada tingkat yang layak dapat tercapai (khususnya di tingkat produksi) ?
4. Dapatkah dilakukan perbaikan-perbaikan teknis sistem tataniaga seperti cara penanganan, kemasan, penyimpanan dan pengangkutan sehingga diharapkan biaya dan margin tataniaga dapat ditekan ?
5. Dapatkah dikurangi adanya kekuatan-kekuatan monopoli/oligopoli yang mungkin ada di berbagai tahap sistem tataniaga sehingga dapat dicegah margin tataniaga berlebihan, dan pasar menjadi lebih terbuka ?

KONSUMSI DAN PERMINTAAN

Ditinjau dari kepentingan telaahan tataniaga, beberapa ciri konsumsi dan permintaan sayuran dan buah-buahan di Indonesia dapat diuraikan sebagai berikut:

Pertama, konsumsi dilakukan mendatar sepanjang tahun, dengan peningkatan-peningkatan singkat pada beberapa komoditas menjelang hari-hari khusus seperti lebaran dan akhir tahun. Pola konsumsi yang demikian menjamin adanya permintaan yang mantap yang berkisar pada tingkat volume tertentu sepanjang tahun.

Kedua, konsumsi per kapita, terutama bagi golongan pendapatan rendah masih terbatas. Data Susenas (Biro Pusat Statistik, 1993) menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi penduduk Indonesia pada tahun 1992 masing-masing 25,8 Kg/kapita/tahun untuk sayuran dan 28,04 Kg/kapita/tahun untuk buah-buahan. Perlu dikemukakan bahwa sayuran dan buah-buahan yang dikonsumsi itu mengandung jenis komoditas yang beragam.

Ketiga, apabila konsumen dirinci menurut berbagai golongan pendapatan (diproksi dengan tingkat pengeluaran), data Susenas 1993 memperlihatkan kecenderungan peningkatan konsumsi sayuran dan buah-buahan dengan meningkatnya pendapatan. Pada rumah tangga dengan pengeluaran kurang dari Rp10.000/kapita/bulan konsumsi sayuran hanya sebesar 0,078 Kg/kapita/minggu dan buah-buahan sebesar 0,010 Kg/kapita/minggu. Sementara itu, sebagai rumah tangga dengan pengeluaran di atas Rp200.000/kapita/bulan, konsumsi sayuran dan buah-buahan masing-masing adalah 0,369 kg dan 0,113 Kg/kapita/minggu (Tabel 1).

Keempat, searah dengan tingkat konsumsi, hasil analisis data Susenas tahun 1990 yang dilakukan oleh Rachman dan Erwidodo (1994) memperlihatkan bahwa elastisitas pendapatan (diproksi dengan elastisitas pengeluaran) untuk sayuran dan buah-buahan semakin inelastis dengan meningkatnya pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa bagi golongan pendapatan rendah, komoditas sayuran dan buah-buahan relatif masih merupakan komoditas lebih "mewah" dibanding dengan rumah tangga dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi.

Kelima, walaupun konsumsi sayuran dan buah-buahan dilakukan oleh semua golongan penduduk, pasar-pasar yang potensial bagi pengembangan hortikultura adalah pusat-pusat konsumsi yang terdiri dari kota-kota

besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan daerah perkotaan lainnya. Konsumsi daerah pedesaan umumnya disuplai oleh produksi setempat.

Santoso dan Wahyunindyawati (1992) yang menganalisis permintaan mangga di Jakarta menyimpulkan bahwa permintaan mangga dipengaruhi oleh harga mangga, apel, jeruk, anggur, dan selera konsumen (yang diproksi dengan trend waktu). Selanjutnya analisis tersebut juga menunjukkan bahwa antara mangga dan apel bersifat komplementer yang ditunjukkan dengan nilai elastisitas silang yang negatif, untuk mangga-jeruk dan mangga-anggur bersifat substitusi yang ditunjukkan dengan elastisitas silang yang positif.

Tabel 1. Karakteristik Konsumsi dan Permintaan Produk Hortikultura di Indonesia, 1993

Parameter	Sayuran	Buah-buahan
Proporsi pengeluaran terhadap total pengeluaran makanan (%) ¹⁾	8,73	4,81
Tingkat konsumsi (Kg/kapita/thn) ¹⁾	25,80	28,04
Tingkat konsumsi berdasar golongan pengeluaran (Kg/kapita/minggu) ¹⁾		
Pengeluaran Rp10.000/kapita/bulan	0,0776	0,0103
10.000 - 14.999	0,0804	0,0198
15.000 - 19.999	0,1584	0,0282
20.000 - 29.999	0,1884	0,0367
30.000 - 39.999	0,2203	0,0479
40.000 - 59.999	0,2774	0,0588
60.000 - 79.999	0,2560	0,0680
80.000 - 99.999	0,2799	0,0803
100.000 - 149.999	0,2973	0,0944
150.000 - 199.999	0,1760	0,1127
> 200.000	0,3688	0,1326
Elastisitas pendapatan: 2)		
- Golongan pendapatan rendah	0,71	0,83
- Golongan pendapatan sedang	0,30	0,35
- Golongan pendapatan tinggi	0,19	0,23

Sumber: ¹⁾ BPS 1993 ²⁾ Rachman, H.P.S. dan Erwidodo (1994)

Keenam, selama sepuluh tahun terakhir terlihat kecenderungan peningkatan impor produk hortikultura, terutama buah-buahan (Tabel 2). Hal ini memperlihatkan adanya potensi pasar yang kuat terutama untuk konsumen dengan pendapatan menengah ke atas. Kondisi demikian merupakan tantangan bagi pengembangan produk hortikultura di Indonesia baik dari sisi produksi (pemenuhan kebutuhan konsumen) dalam arti ragam jenis dan jumlah maupun dari sisi penanganan pascapanen (peningkatan kualitas dan pengembangan produk) serta tidak kalah pentingnya adalah pembenahan aspek tataniaga yang mampu menyampaikan produk dari produsen ke konsumen secara efisien.

Tabel 2. Trend Impor Beberapa Komoditas Hortikultura di Indonesia, 1984-1994

Komoditas	Trend (%/th)
Sayuran (total)	5,35
Kentang	21,40
Bawang merah (segar)	23,06
Bawang putih	7,65
Buah-buahan (total)	31,78
Jeruk segar	39,18
Anggur segar	33,38
Apel	38,74

Sumber: Vademikum Pemasaran 1984-1994 (diolah).

PRODUKSI DAN PENAWARAN

Keadaan produksi sayuran dan buah-buahan Indonesia dicirikan oleh adanya daerah penghasil utama yaitu propinsi-propinsi di Pulau Jawa dan Sumatera Utara di Sumatera. Ditinjau dari luas areal, terlihat bahwa areal di Pulau Jawa merupakan 51-71 persen dari seluruh areal berbagai tanaman sayuran di Indonesia (Tabel 3).

Dari Tabel 3 juga terlihat bahwa untuk sayuran dataran tinggi (kentang, kubis, wortel) Propinsi Jawa Barat memegang peranan utama, sedangkan untuk sayuran dataran rendah (bawang merah dan cabe merah) yang memegang peran utama dari sisi areal panen adalah Propinsi Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Tabel 3. Luas Areal Panen Beberapa Jenis Sayuran di Indonesia, 1993 (ha)

Daerah	Bw. Merah	Cabe Merah	Kentang	Kubis	Wortel
Jawa Barat	13.298 (17,97)	24.430 (14,21)	12.339 (22,55)	14.319 (23,49)	4.231 (27,19)
Jawa Tengah	18.081 (24,44)	27.702 (16,11)	12.991 (23,75)	19.284 (31,63)	1.915 (12,31)
Jawa Timur	19.961 (26,98)	33.592 (19,54)	8.668 (15,84)	8.448 (13,86)	1.717 (11,04)
Jawa & Madura	52.546 (71,03)	87.752 (51,05)	34.097 (62,33)	42.150 (69,15)	7.864 (50,55)
Sumatera Utara	4.433 (5,99)	13.301 (7,74)	11.766 (21,51)	5.246 (8,61)	1.386 (8,91)
Propinsi lainnya	16.998 (22,98)	70.842 (41,21)	8.939 (16,31)	13.561 (22,25)	6.308 (40,54)
Indonesia	73.977 (100)	171.895 (100)	54.802 (100)	60.957 (100)	15.558 (100)

Sumber: Survei Pertanian Produksi Sayuran dan Buah-buahan di Indonesia, BPS. 1993

Keterangan: () persentase

Dilihat dari sisi produksi, tampak bahwa selama periode 1981-1993 berbagai komoditas hortikultura menunjukkan adanya peningkatan dengan laju berkisar antara 1,3 sampai 6,4 persen per tahun untuk buah-buahan dan antara 8,3 - 10 persen per tahun untuk sayuran, walau pada komoditas tertentu terjadi penurunan produksi (Tabel 4).

Terjadinya peningkatan produksi berbagai komoditas hortikultura tersebut apabila ditelaah lebih lanjut data dari Biro Pusat Statistik menunjukkan adanya peningkatan areal (ekstensifikasi) dan atau adanya peningkatan produktivitas (intensifikasi). Peranan propinsi di Luar Jawa seperti Sumatera Barat, Bengkulu, Sulawesi Selatan dan Nusa Tenggara Barat dalam produksi sayuran dan buah-buahan di Indonesia selama lima tahun terakhir telah menunjukkan kontribusi cukup nyata di samping propinsi-propinsi di Pulau Jawa serta Sumatera Utara. Hal tersebut sejalan dengan program yang dikembangkan oleh Departemen Pertanian yaitu mengembangkan produksi di daerah-daerah pusat pertumbuhan baru (Ditjen Tanaman Pangan dan Hortikultura, 1991).

Tabel 4. Perkembangan Produksi Beberapa Komoditas Hortikultura di Indonesia, 1981-1993

Tahun	Buah-buahan (000 ton)					Sayuran (000 ton)		
	Mangga	Pisang	Nenas	Jeruk	Pepaya	Kentang	Kubis	B.merah
1981	308,6	2058	214,4	46,6	32,6	216,7	399,0	176,0
1982	423,1	2035	306,1	341,8	288,6	164,8	317,1	159,4
1983	444,5	1781	322,9	493,0	240,5	350,0	391,3	283,8
1984	442,2	1992	474,6	538,5	269,0	371,5	584,0	295,1
1985	416,4	1909	308,8	485,2	255,4	372,8	665,4	361,1
1986	415,0	2079	1681	574,3	314,8	446,3	820,3	382,1
1987	515,9	2192	347,8	557,3	321,5	368,9	835,5	412,5
1988	532,0	2809	357,7	445,0	345,9	418,1	771,3	379,4
1989	445,0	2192	215,4	268,6	323,0	559,4	926,1	399,5
1990	508,9	2411	390,3	253,7	349,6	628,7	1072	495,2
1991	640,4	2472	375,0	353,0	352,6	525,8	974,5	509,0
1992	615,6	2651	376,3	395,7	406,6	702,6	1213	528,3
1993	279,5	2375	601,4	210,5	374,2	866,8	1282	564,4
Trend (%/th)	2,30	1,96	1,34	-1,02	6,44	-4,73	10,04	8,30

Sumber: Vademikum Pemasaran, 1984-1994.

Telaahan aspek produksi dan penawaran komoditas hortikultura tidak dapat lepas dari keadaan petani yang mengusahakan, struktur biaya dan sifat dari komoditas yang diusahakan. Gambaran umum biaya produksi dan pendapatan petani untuk berbagai komoditas hortikultura dapat disimak pada Tabel 5.

Tabel 5 memperlihatkan bahwa untuk kasus wilayah Kabupaten Bandung, pengusaha komoditas wortel dan cabe keriting memberikan imbalan pendapatan terhadap biaya yang relatif lebih tinggi dibanding komoditas sayuran lainnya. Dari Tabel 5 juga terlihat bahwa usaha sayuran memerlukan modal usaha (biaya produksi) yang cukup besar terutama untuk bawang putih dan kentang. Sementara itu penelitian Hutabarat, dkk. (1993) di Sumatera Utara menunjukkan biaya produksi usaha tani kentang per hektar pada MH 1990/1991, MK I/1991 dan MK II/1991 masing-masing sebesar Rp3.247.000, Rp2.926.999, dan Rp2.830.000 dengan R/C ratio sebesar 1,4; 1,4 dan 1,3. Relatif tingginya biaya usahatani komoditas sayuran tersebut menghadapkan petani pada tingginya risiko kerugian usaha tani apabila terjadi kegagalan panen akibat serangan hama/penyakit atau situasi harga produksi rendah/menurun.

Tabel 5. Biaya Produksi dan Pendapatan Usaha Tani Hortikultura di Kabupaten Bandung, MT 1991/1992

Komoditas	Biaya produksi (Rp000)	Nilai produksi (Rp000)	R/C
Tomat	4.651	8.399	1,81
Kentang	5.368	6.300	1,17
Wortel	965	3.493	3,62
Bawang merah	3.861	5.709	1,48
Bawang putih	7.525	11.204	1,49
Cabe keriting	728	1.500	2,06

Sumber: Dikutip dari Sudaryanto, T., dkk. (1993)

Kajian Nurmalinda dkk. (1994) pada usaha tani cabe di lahan bekas tanaman tebu memperlihatkan bahwa total biaya usaha tani cabe adalah Rp3.430.652 per hektar di mana 51 persen terdiri dari biaya tenaga kerja, 15 persen biaya pestisida, 13 persen biaya pupuk. Dengan biaya tersebut, produktivitas yang dicapai petani 4,9 ton/Ha, maka untuk mencapai titik impas, harga cabe minimal adalah Rp692/Kg.

Dalam pengembangan bawang putih, studi Soetiarso, dkk. (1994) mengidentifikasi beberapa kendala kunci di antaranya yaitu: (1) kekuatan atau posisi tawar menawar petani, (2) permodalan petani yang lemah, (3) tingkat pengetahuan teknologi dan pascapanen yang belum memadai, dan (4) penyediaan bibit unggul yang berkualitas tinggi yang cukup kuantitasnya dan kontinyu pasokannya.

Sementara itu untuk komoditas buah-buahan, analisis biaya produksi dan pendapatan usaha tani dari beberapa jenis buah-buahan dapat disimak pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Usaha Tani dan Pendapatan per Hektar Beberapa Komoditas Buah-buahan di Indonesia, 1993

Komoditas	Biaya produksi (Rp000)	Nilai produksi (Rp000)	R/C
Nenas ¹⁾ :			
- Sumatera Selatan	1.411,4	5.365,2	3,80
- Lampung Utara	3.452,0	7.725,0	2,24
Jeruk ²⁾ (Kalbar):	3.437,0	2.880,0	0,84
- Umur 0-4 tahun	4.638,8	6.967,0	1,50
- Produksi optimal	804,0	1.230,0	1,53
Pisang ³⁾ Ambon:			
- Monokultur di Lampung Selatan			
Apel ⁴⁾ (monokultur di Jawa Timur):	7.888,0	29.090,0	3,69
- Tegal	7.004,0	24.332,0	3,47
- Sawah			

Sumber: 1) Hadi, P.U., 1993 (diolah, untuk petani pemilik).

2) Saptana, dkk., 1993 (khusus pola petani pemilik)

3) Purwoto, A., dkk., 1993.

4) Sudaryanto, T., dkk., 1993

Tabel 6 juga memperlihatkan bahwa usaha tani buah-buahan memerlukan pula modal yang relatif besar, terutama pada usaha apel, jeruk, dan nenas. Walaupun usaha tani hortikultura cukup menjanjikan keuntungan yang relatif besar (ditunjukkan oleh nilai R/C yang berkisar antara 1,5 - 3,8 untuk buah-buahan dan 1,2 - 3,6 untuk sayuran), namun sekali lagi karena modal yang diperlukan juga relatif besar, maka petani juga menghadapi resiko yang besar bila terjadi kegagalan panen atau harga jual produknya menurun.

Studi yang dilakukan oleh Santoso (1992) menunjukkan bahwa pada tanah sawah usaha tani apel lebih cepat memberikan keuntungan dari pada tanah tegal karena adanya sumbangan pendapatan dari tanaman sela. Pendapatan maksimum usaha tani apel pada tanah sawah dicapai pada tanaman apel umur 13 tahun dan pada lahan tegal dicapai saat apel berumur 16 tahun.

Dari sisi permintaan pasar dunia, secara umum terlihat bahwa selama sepuluh tahun terakhir ekspor sayuran dan buah-buahan Indonesia mengalami peningkatan yang cukup besar terutama buah-buahan menunjukkan laju kenaikan ekspor hampir 37 persen per tahun. Sementara itu untuk sayuran laju kenaikan ekspor sekitar 13 persen per tahun. Kontribusi ekspor kentang dan bawang merah terhadap total ekspor sayuran terlihat sangat dominan. Untuk buah-buahan, manggis dan mangga merupakan buah tropis yang menunjukkan laju yang tinggi bagi pasar ekspor.

Tabel 7. Perkembangan Ekspor Beberapa Komoditas Hortikultura di Indonesia, 1984-1994

Tahun	Sayuran (000 ton)				Buah-buahan (000 ton)			
	Kentang	B.merah	Kubis	Total	Mangga	Manggis	Pepaya	Total
1984	12.295	290	38.047	55.059	121	0,7	23,1	619
1985	19.288	159	34.803	58.525	42	0	59,5	840
1986	21.872	1.464	24.937	52.676	47	3,7	9,8	759
1987	34.297	4.642	16.106	56.688	306	0	18,6	596
1988	57.045	5.193	29.170	95.692	738	0	94,7	976
1989	71.350	1.737	32.111	116.032	300	277	64,3	2.872
1990	76.775	4.063	27.066	118.561	73	357	109,0	3.032
1991	98.177	10.376	28.175	154.913	723	452	58,3	4.202
1992	96.470	7.843	56.989	174.393	967	1.905	9,0	6.368
1993	126.584	5.336	70.296	220.726	429	1.074	2,4	29.593
1994	57.906	2.546	45.073	117.318	266	2.235	0,1	34.882
Trend (%/th)	15,30	14,08	7,33	12,66	12,97	35,58	-5,62	36,87

Sumber: Vademikum Pemasaran, 1984-1994.

Apabila ditelaah lebih lanjut, negara tujuan ekspor yang dominan untuk sayuran Indonesia adalah pasar Singapura dan Malaysia; disusul oleh Kuwait untuk komoditas kol/kubis dan Belanda untuk komoditas kentang. Sementara itu untuk buah-buahan, masih tetap Singapura dan Malaysia merupakan pasar ekspor buah-buahan Indonesia yang dominan. Khusus manggis dan mangga negara tujuan ekspor yang utama adalah Taiwan (porsi terbesar), Singapura dan Hongkong.

Data perkembangan ekspor sayuran dan buah-buahan seperti diungkapkan di atas memberikan indikasi bahwa permintaan pasar dunia akan hortikultura Indonesia menunjukkan kecenderungan yang kuat. Hal ini dari sisi prospek pengembangan hortikultura di dalam negeri cukup terbuka dan menjanjikan sumbangan devisa yang cukup besar. Masalahnya adalah mampukah Indonesia menangkap peluang pasar yang terbuka tersebut? Kontinuitas produksi dari segi jumlah dan kualitas serta harga yang sesuai dengan pasar merupakan beberapa tantangan mendesak yang perlu segera menuntut penanganan serius di dalam negeri. Hal ini didasarkan pada kenyataan saat ini komoditas hortikultura umumnya dihasilkan oleh petani kecil dengan lokasi terpencar dan komoditas yang dihasilkan terdiri dari komoditas dengan kualitas beragam.

TATANIAGA HORTIKULTURA

Pada bagian berikut diungkapkan karakteristik dan kendala/masalah yang dihadapi dalam tataniaga hortikultura di Indonesia. Dengan mengambil kasus tataniaga nenas, jeruk dan pisang untuk buah-buahan, serta kentang dan kubis untuk sayuran di daerah sentra produksi. Tabel 8 mengungkapkan karakteristik dan kendala/masalah yang dihadapi dalam tataniaga hortikultura.

Secara umum dapat dikatakan bahwa sistem tataniaga hortikultura yang ada saat ini telah terbina dengan baik. Baik yang dimaksud dalam arti produk hortikultura dari daerah-daerah produsen telah dapat disampaikan kepada konsumen yang umumnya terpusat di kota-kota besar dan daerah urban lainnya. Namun demikian dari beberapa kasus yang ada menunjukkan masih adanya berbagai masalah yang dihadapi dalam tataniaga hortikultura terutama apabila dikaitkan dengan prospek pengembangan serta upaya peningkatan pendapatan di tingkat petani.

Ditinjau dari corak kelembagaan yang ikut serta di dalamnya, terdapat keragaman menurut daerah dan komoditas yang ditataniagakan. Secara umum mereka yang terlibat adalah pedagang pengumpul di daerah produsen yang fungsinya adalah mengumpulkan komoditas hortikultura; para penyalur/pedagang antar pulau yang berfungsi melaksanakan fungsi fisik pemindahan komoditas dari daerah produksi ke daerah konsumsi, para pembeli/penjual borongan/pedagang besar yang beroperasi di pasar-pasar pusat di daerah konsumsi (atau untuk beberapa komoditas langsung ke konsumen melalui pasar-pasar swalayan); dan akhirnya para pengecer di daerah konsumsi itu sendiri yang berhadapan langsung dengan para konsumen. Variasi terhadap pola umum tersebut adalah berupa cabang-cabang tambahan seperti para pengumpul pada pasar tingkat dua di daerah produksi dan ada tidaknya hubungan/keterkaitan modal usaha antara para pedagang pengumpul (yang selanjutnya kepada petani produsen) dengan para pedagang besar/antar pulau.

Dari beberapa kasus yang diamati seperti dapat disimak pada Tabel 8, terlihat bahwa umumnya masalah yang dihadapi dalam tataniaga hortikultura tersebut dengan sistem yang ada saat ini para petani produsen masih berada pada posisi yang lemah dan kurang menguntungkan. Salah satu indikator untuk melihat hal tersebut adalah bahwa perubahan harga di tingkat konsumen (pengecer) tidak dapat segera diisyaratkan dengan cepat kepada petani produsen. Dengan kata lain transmisi harga kurang berjalan dengan baik, di mana rata-rata perubahan harga di tingkat produsen lebih rendah dari rata-rata perubahan harga di tingkat pengecer (lihat Tabel Lampiran 1).

Selain itu, seperti halnya masalah yang dihadapi oleh sebagian besar produk pertanian pada umumnya, adalah karena sifat komoditas hortikultura yang relatif mudah rusak menuntut adanya penanganan yang cepat dan tepat oleh para pelaku tataniaga yang bergerak dan menangani komoditas tersebut. Dalam hal ini masalah tersedianya infrastruktur seperti sarana dan fasilitas pengangkutan yang memadai masih mewarnai kendala tataniaga hortikultura (khususnya di luar Pulau Jawa). Masalah lain yang dihadapi dalam tataniaga hortikultura adalah tersebar dan terpecahnya sentra produksi oleh petani dalam skala usaha yang relatif kecil mengakibatkan relatif tingginya biaya pengumpulan dan hal ini menyebabkan kurang efisiennya rantai tataniaga yang ada terutama dikaitkan dengan sifat komoditas hortikultura yang mudah rusak. Studi Soetiarso, dkk. (1994) memperlihatkan bahwa letak daerah pemasaran (konsumen) yang tidak begitu jauh dengan daerah produksi serta sarana dan prasarana transportasi yang lancar sangat membantu dan memudahkan petani cabai merah menjual hasil panennya.

Tabel 8. Karakteristik dan Kendala/Masalah Tataniaga Beberapa Komoditas Hortikultura di Indonesia

Komoditas	Lokasi	Karakteristik dan Kendala Tataniaga
Nenas ¹⁾	-Sumatera Selatan	- Nenas rakyat orientasi pasar pada pasar lokal/dalam negeri (konsumen di Palembang, Jakarta) dalam bentuk nenas segar. Marjin pemasaran meningkat dengan meningkatnya volume pemasaran, karena penawaran jasa angkutan relatif tetap.
	-Lampung	- Nenas kaleng orientasinya pada pasar ekspor. Masalah yang dihadapi adalah terbatasnya informasi pasar khususnya perubahan selera konsumen sehingga sering terjadi penolakan oleh negara importir; infrastruktur terutama sarana pengangkutan belum memadai.
Jeruk ²⁾	-Kalimantan Barat	Terdapat dua pola besar saluran tataniaga yaitu pola bebas dan pola pengaturan. Pelaku tataniaga pada pola bebas adalah pedagang antar pulau (PAP) besar dan pedagang "ondek". PAP besar melakukan pembelian ke petani melalui jasa TPK non-organik KUD dengan sistem komisi, dalam melakukan penjualan ke Jakarta, PAP memiliki jaringan distribusi yang solid dengan pedagang grosir dan supermarket dan penentuan harga secara langsung. Sedang pedagang ondek melakukan pembelian ke petani melalui TPK dan melakukan penjualan ke Jakarta dengan pedagang besar di Pasar Induk Kramat Jati (PIKJ). Pada pola pengaturan (SK. Gubernur Kalbar No.296/1991) menunjuk PT.BCM sebagai koordinator tataniaga jeruk dan pembentukan Badan Koordinasi Pelaksana Tataniaga Jeruk (BKPTJ) wadah petani, pedagang dan pihak terkait lain. Pada pola ini peranan KUD ditingkatkan dengan melakukan pembelian jeruk dari petani melalui TPK-organik KUD dan PT.BCM melakukan pengaturan alokasi jeruk dari KUD kepada berbagai pelaku tataniaga yang tergabung dalam wadah BKPTJ. Masalah yang dihadapi petani adalah khususnya pada panen raya penurunan harga di tingkat petani lebih tajam dibanding penurunan harga di tingkat konsumen.
Pisang ³⁾	Lampung	Sekitar 80 persen pisang dari Lampung dipasarkan ke DKI Jakarta dan Bogor, 20 persen dipasarkan di wilayah Lampung, Struktur pasar pisang di Lampung ke Jakarta/Bogor cenderung bersifat oligopsoni, satu pedagang antar pulau (PAP) menguasai 10-40 pedagang pengumpul (sebagai perpanjangan tangan) dan masing-masing pedagang pengumpul menguasai sekitar 40 orang petani dan umumnya petani terikat hubungan modal dengan PAP. Para PAP tersebut telah memiliki jaringan tetap dengan pedagang besar di Jakarta/Bogor. Ikatan modal ini menempatkan petani pada posisi yang lemah dalam penentuan harga.
Kentang ⁴⁾	Sumatera Utara	Pola pemasaran kentang di Tanah Karo, Sumatera Utara umumnya petani menjual langsung produksinya kepada pedagang pengumpul desa. Pedagang pengumpul memasarkan ke pedagang besar (grosir) yang merupakan saluran distribusi pemasaran utama di Brastagi maupun Medan. Dari sini penjualan selanjutnya dilakukan oleh PAP untuk pemasaran dalam negeri dan oleh eksportir untuk pasar ekspor.
Kubis ⁵⁾	Jawa Barat	Cara penjualan hasil produksi petani kepada pedagang/grosir dengan tiga cara, yaitu sistem tebasan, dijual/menjual kiloan, dan sistem ijon. Keterikatan modal dari pengijon/penebas menempatkan petani pada posisi tawar/penentuan harga yang lemah.

Sumber: 1) Hadi, P.U. dalam Sudaryanto, T. dkk., 1993
 2) Saptana, dkk. dalam Sudaryanto, T. dkk., 1993
 3) Purwoto, dkk. dalam Sudaryanto, T. dkk., 1993
 4) Hutabarat, B. dkk. dalam Sudaryanto, T. dkk., 1993) Sudaryanto, T., dkk., 1993

PROSPEK PENGEMBANGAN

Masih rendahnya tingkat konsumsi sayuran dan buah-buahan oleh rata-rata penduduk Indonesia menunjukkan adanya peluang cukup besar dalam pengembangan produk hortikultura di dalam negeri. Namun demikian, mengingat makin terbukanya pasar dalam era global saat ini maka pengembangan terutama perlu diarahkan pada komoditas-komoditas yang tidak saja memiliki keunggulan komparatif tinggi namun harus pula memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi. Dalam hal ini pengembangan produk hortikultura yang spesifik daerah tropis perlu mendapat perhatian (seperti manggis, salak, durian, dan sebagainya). Pengembangan komoditas tersebut orientasi pasar lebih ditekankan pada pasar ekspor.

Pada pasar dalam negeri, dari berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan, jumlah konsumen/penduduk dan kenaikan pendapatan merupakan faktor yang paling dapat diharapkan untuk memekarkan pasar sayuran dan buah-buahan di Indonesia. Kenaikan pendapatan diharapkan dapat meningkatkan volume konsumsi sayuran dan

buah-buahan pada golongan pendapatan rendah dan menengah. Pada golongan pendapatan menengah ke atas peningkatan pendapatan tidak diharapkan mempunyai pengaruh terhadap volume konsumsi sayuran dan buah-buahan, namun lebih ke peningkatan kualitas produk hortikultura pada paket konsumsi mereka. Khusus bagi penduduk golongan pendapatan tinggi, maka dapat diduga bahwa porsi sayuran dan buah-buahan impor yang bertambah pada mereka. Dalam hal ini perlu ditinjau kemungkinan dan keterbatasan efek substitusi impor melalui upaya peningkatan kuantitas dan terutama kualitas produk hortikultura.

Apabila penekanan pasar produk hortikultura melalui peningkatan pendapatan dan jumlah konsumen dalam negeri terjadi, maka peningkatan jumlah permintaan itu harus dapat diisyaratkan dengan baik kepada para produsen oleh para pelaku tataniaga. Tanggapan produksi terhadap peningkatan permintaan dapat berupa: (1) peningkatan produksi di daerah-daerah sentra produksi yang sudah ada, baik melalui intensifikasi maupun ekspansi luas areal, dan (2) membuka daerah produksi di daerah-daerah baru (pusat pertumbuhan baru).

Kedua tanggapan tersebut mempunyai implikasi yang berbeda terhadap penyesuaian sistem tataniaga yang diperlukan. Di daerah-daerah yang sudah ada sistem tataniaga relatif tidak terlalu mengalami kesulitan untuk menangani jumlah yang lebih besar. Barangkali peningkatan sistem informasi pasar dan peningkatan fasilitas sarana pengangkutan dan transportasi dapat membantu mengatasi masalah di daerah sentra produksi yang sudah ada. Masalah sistem tataniaga akan banyak dihadapi pada daerah-daerah sentra produksi baru. Risiko yang dihadapi para pelaku tataniaga di daerah baru tersebut antara lain adalah kurang/belum terjaminnya kelangsungan suplai baik secara kuantitas dan kualitas. Di sini bantuan pemerintah yang berupa penyediaan bibit, bimbingan teknis serta koordinasi dengan para pelaku dari setiap subsistem mata rantai agribisnis hortikultura akan sangat bermanfaat bagi pengembangan hortikultura di daerah baru.

Fluktuasi harga serta transmisi harga di tingkat pengecer-produsen belum baik dan masih menjadi masalah dalam tataniaga hortikultura. Dalam kondisi seperti ini, untuk pengembangan produk-produk hortikultura, perbaikan sistem tataniaga perlu dilakukan untuk meminimalkan fluktuasi harga. Di samping itu perencanaan produksi sesuai dengan fluktuasi permintaan di tingkat konsumen terutama pada hari-hari menjelang puasa, hari raya, tahun baru perlu diantisipasi dengan baik. Penyediaan bibit berkualitas serta terjaminnya pasar merupakan insentif yang mendukung pengembangan hortikultura di tingkat produsen.

Dalam kaitan pengembangan hortikultura (khususnya buah-buahan) Pambudy dan Kriswantriyono (1996) mengajukan beberapa strategi diantaranya adalah: (1) peningkatan promosi ekspor dengan mempelajari kondisi negara yang dituju maupun kondisi negara pesaing dan peningkatan ekspor, (2) kebijakan pengembangan teknologi, (3) pembangunan infrastruktur, (4) peningkatan efisiensi pemasaran, (5) upaya diversifikasi pasar di luar negeri, (6) mengembangkan industri yang *broad-based technology* serta *resources-based*, (7) meningkatkan aktivitas risiko harga (*price risk management activities*), dan (8) menghasilkan produk olahan yang mampu memberikan nilai tambah yang tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari segi konsumsi dan permintaan, jumlah penduduk dan kenaikan pendapatan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi permintaan di samping faktor harga, selera, dan harga barang-barang lain. Dengan demikian, jumlah konsumen dan kenaikan pendapatan merupakan faktor yang dapat diharapkan untuk memekarkan pasar sayuran dan buah-buahan di dalam negeri. Di samping itu masih rendahnya tingkat konsumsi sayuran dan buah-buahan terutama bagi golongan konsumen berpendapatan rendah dan menengah juga menunjukkan peluang yang cukup besar untuk meningkatkan pasar dalam negeri. Dari sisi permintaan pasar ekspor, pengembangan produk spesifik daerah tropis (manggis, salak, rambutan, dan lain-lain) memiliki prospek yang cukup besar untuk dikembangkan.

Dari segi produksi dan penawaran, sifat komoditas hortikultura yang cepat busuk dan tidak tahan diangkut dalam jarak jauh tanpa mengalami kerusakan dan susut yang besar merupakan salah satu masalah yang menimbulkan risiko fisik dan ekonomik yang dihadapi petani. Dengan demikian, pengembangan agroindustri pengolahan produk hortikultura seperti sari buah, saus tomat, saus cabe, dan lain-lain merupakan salah satu tuntutan yang perlu dikembangkan. Hal ini terutama untuk memenuhi permintaan wilayah-wilayah di Indonesia yang tidak/belum mampu menghasilkan sayuran/buah-buahan segar dan konsumen menengah/atas di daerah konsumsi.

Efisiensi tataniaga sayuran dan buah-buahan masih dapat ditingkatkan dengan cara peningkatan fungsi-fungsi fisik pengangkutan, kemasan dan penyimpanan. Peluang untuk memperbaiki kemasan masih besar mengingat pada waktu ini kemasan yang ada dalam tataniaga sayuran dan buah-buahan sangat sederhana. Hal ini dapat memperluas jangkauan wilayah pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik. 1993. Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Indonesia. Buku I.
- Biro Pusat Statistik. 1993. Survei Pertanian. Produksi Tanaman Sayuran dan Buah-buahan di Indonesia.
- Hadi, P.U. 1993. Perspektif Agribisnis Nenas Segar dan Nenas Olahan di Indonesia, *dalam* Sudaryanto, T. dkk. (Penyunting). Prosiding Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Hutabarat, B., I. Sadikin, dan B. Winarso. 1993. Karakteristik dan Perspektif Agribisnis Kentang di Tanah Karo, Sumatera Utara, *dalam* Sudaryanto, T, dkk. (Penyunting). Prosiding Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Nurmalinda, A.T. Soetiarso, A. Hidayat, dan Suwandi. 1994. Analisis Biaya dan Pendapatan Cabai pada Lahan Bekas Tanaman Tebu. Buletin Penelitian Hptikultura Vol.XXVI No.3 hal. 61-65. Balai Penelitian Hortikultura Lembang.
- Pambudy, R. dan A. Kuswantryono. 1996. Perdagangan Buah Segar 11 Tahun Terakhir: Ekspornya Rata-rata Hanya 2,61 Juta Dollar Sedangkan Impornya Lebih Tiga Kali Lipat, *dalam* Harian Kompas, 13 Agustus 1996 hal. 17.
- Purwoto, A., R. Sayuti, dan T. Sudaryanto. 1993. Prospek Pengembangan Agribisnis Pisang di Indonesia, *dalam* Sudaryanto, T, dkk. (Penyunting). Prosiding Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Rachman, H.P.S. dan Erwidodo. 1994. Kajian Sistem Permintaan Pangan di Indonesia. Jurnal Agro Ekonomi. 13(2):72-89. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Saptana, I.W. Rusastra, K.M. Noekman, dan Sudaryanto. 1993. Situasi Komoditas Jeruk di Indonesia: Kinerja, Kendala dan Prospek, *dalam* Sudaryanto, T, dkk. (Penyunting). Prosiding Perspektif Pengembangan Agribisnis di Indonesia. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Santoso, P. 1992. Analisis Ekonomi Peremajaan Usahatani Apel di Jawa Timur. Jurnal Hortikultura: 2(3):51-54. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- _____, dan Wahyunindyawati. 1992. Analisis Permintaan Mangga di Jakarta. Jurnal Hortikultura: 2(2):63-69. Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Soetiarso, A.T., R. Majawisastra, dan A. Santika. 1994. Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi dan Sistem Pemasaran Cabai Merah di Cibarusah, Bekasi. Buletin Penelitian Hortikultura Vol.XXVI No.4 hal. 63-70. Balai Penelitian Hortikultura Lembang.
- Soetiarso, A.T., Wijaya, W.H., A.S. Duriat, Anggoro Hadi P., R.M. Sinaga, dan A. Hidayat. 1994. Survei Identifikasi Masalah Bawang Putih di Dataran Medium. Buletin Penelitian Hortikultura Vol.XXVII No.1 hal. 74-88. Balai Penelitian Hortikultura Lembang.
- Sudaryanto, T., Y. Yusdja, A. Purwoto, K.M. Noekman, A. Iswariyadi, dan W.H. Limbong. 1993. Agribisnis Komoditas Hortikultura. Monograph Series No.7. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian.
- Tomeck, W.G. and Kenneth L. Robinson. 1990. Agricultural Product Prices. Cornell University Press. Ithaca and London. Third Edition.
- Vademekum Pemasaran 1984-1994. Direktorat Bina Usaha Tani dan Pengolahan Hasil. Direktorat Jenderal Pertanian Tanaman Pangan, Departemen Pertanian.

Tabel Lampiran 1. Perkembangan Perubahan Harga di Tingkat Produsen dan Pengecer Beberapa Komoditas Sayuran di Indonesia, 1984-1994

(rata-rata % perubahan harga)

Tahun	Kol bulat		Kentang		Bawang merah	
	Produsen (Lembang)	Konsumen (Jakarta)	Produsen (Pengalengan)	Konsumen (Jakarta)	Produsen (Brebes)	Konsumen (Jakarta)
1984	-29,06	-23,50	-24,41	-21,23	86,50	61,43
1985	4,78	4,82	3,18	4,42	-25,86	-18,56
1986	12,40	12,82	21,33	18,67	2,98	10,08
1987	55,96	41,32	10,59	10,88	33,90	27,24
1988	-16,07	-12,33	22,91	29,51	-33,97	-23,62
1989	-11,40	-11,74	-17,40	-19,41	147,48	91,49
1990	52,82	52,98	22,09	23,67	-32,44	-20,95
1991	31,92	31,60	46,70	38,99	-0,83	2,70
1992	-9,01	-9,32	-33,88	-22,78	39,64	26,39
1993	17,68	-	48,25	33,95	60,33	40,31
1994	66,17	-	51,37	50,28	31,35	-18,52

Sumber: Vademekum Pemasaran 1984-1994

*) Dihitung dari rata-rata perubahan harga bulanan