

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Prospek pembangunan tanaman pertanian tidak hanya pada peningkatan produksi komoditas tradisional, tetapi juga telah bergeser ke arah penganeekaragaman komoditas. Strategi peningkatan produksi pertanian tidak lagi diletakkan pada intensifikasi saja, tetapi secara simultan berwawasan diversifikasi, ekstensifikasi, dan rehabilitasi (Syamsulbahri, 1996).

Pembangunan pertanian di Indonesia yang mencakup pembangunan pertanian tanaman pangan dan perkebunan, perikanan, peternakan serta kehutanan, diarahkan pada berkembangnya pertanian yang maju, efisien dan tangguh. Tanaman hortikultura terbagi menjadi 3 golongan yaitu tanaman buah, tanaman sayuran dan bunga. Penanaman tanaman buah, sayuran serta bunga akan dapat menambah penghasilan (Arief. A. 1990)

Pengembangan pertanian harus diprioritaskan pada komoditas yang berciri memiliki nilai ekonomi tinggi, dapat dijadikan sebagai bahan pangan alternatif, toleran pada kondisi lingkungan Indonesia, pemasarannya mudah, serta mampu diusahakan pada lahan kering sehingga tidak bersaing dengan tanaman pangan utama dalam penggunaan lahan. Salah satu tanaman yang cocok dikembangkan untuk mengatasi masalah pangan dan ekonomi adalah tanaman kentang.

Kentang (*Solanum tuberosum L.*) merupakan tanaman pangan bernilai ekonomi tinggi yang dapat mendatangkan keuntungan bagi pengusaha industri makanan olahan, pedagang dan petani yang membudidayakannya. Kentang adalah makanan yang bernilai gizi tinggi dan lengkap serta dapat digunakan sebagai bahan pangan alternatif pengganti beras. Kentang juga merupakan salah satu makanan siap hidang (*instant food*) dan cepat hidang (*fast food*) di Indonesia saat ini.

Tabel 1.1. Luas Panen dan Produksi Tanaman Kentang di Propinsi Jawa Tengah Tahun 2003

Kabupaten	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
Wonosobo	2.864	434.960	151,8
Banjarnegara	2.067	326.143	157,7
Brebes	1.510	224.547	148,7
Batang	743	135.976	183,0
Purbalingga	442	60.243	136,2
Magelang	215	19.592	91,1
Tegal	105	18.530	176,4
Temanggung	82	13.341	162,6
Pekalongan	81	21.297	262,9
Pemalang	47	5.404	114,9
Wonogiri	14	521	37,2
Semarang	10	1.568	156,8
Banyumas	1	20	20
Cilacap	0	0	0
Kebumen	0	0	0
Purworejo	0	0	0
Boyolali	0	0	0
Klaten	0	0	0
Sukoharjo	0	0	0
Karang Anyar	0	0	0
Sragen	0	0	0
Grobogan	0	0	0
Blora	0	0	0
Rembang	0	0	0
Pati	0	0	0
Kudus	0	0	0
Jepara	0	0	0
Demak	0	0	0
Kendal	0	0	0
Total	8181	1.262.142	1.799,3

Sumber : BPS Kabupaten Wonosobo Tahun 2006

Dari data luas lahan pertanian yang ditanami sayuran kentang dan jumlah produksi dapat dilihat bahwa di Pulau Jawa, potensi usaha tani atau pertanian kentang cukup besar. Di Jawa Tengah luas produksi tanaman kentang adalah 8.181 ha, dengan produksi per hektar mencapai 1.262.142 ton (BPS, 2003), dengan lokasi penanaman yang tersebar di berbagai daerah.

Salah satu daerah sentra produksi kentang di Jawa Tengah adalah Kabupaten Wonosobo.

Tabel 1.2. Luas Panen dan Produksi Tanaman Kentang di Kabupaten Wonosobo 2006

Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)
2001	2.576	39,222
2002	2.042	35,188
2003	2.864	43,496
2004	3.144	47,333
2005	3.418	53,055
Jumlah	14.044	218,294
Rata-rata	2.808,8	43.658,8

Sumber : BPS Kabupaten Wonosobo Tahun 2006

Dari Tabel 1.2 diperoleh data bahwa selama 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2001-2005, rata-rata luas panen kentang di Kabupaten Wonosobo adalah sebesar 2.808,8 ha, dengan produksi 43.658,8 ton.

Selain terus berkembangnya jumlah luas lahan dan produksi kentang di Kabupaten Wonosobo, harga kentang pun mengalami peningkatan. Perkembangan harga kentang di Kabupaten Wonosobo selama 3 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3. Rata-rata Harga Kentang di Kabupaten Wonosobo 2006

Tahun	Rp/Kg
2003	2.500
2004	2.700
2005	3.000

Sumber : BPS Kabupaten Wonosobo Tahun 2006

Produksi yang dihasilkan tidak akan berarti jika tanpa diikuti usaha untuk memasarkannya. Oleh karena itu, produsen harus berusaha keras untuk memperbaiki produksi dan efisiensi distribusi. Tanpa adanya pasar hasil-hasil pertanian maka pertanian akan bersifat statis dan usaha tani hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen saja (Mubyarto, 1986). Pemasaran merupakan fungsi bisnis yang bertugas untuk mengenali kebutuhan dan keinginan pelanggan, menentukan pasar sasaran mana yang dapat dilayani dengan sebaik-baiknya oleh perusahaan, serta merancang produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut (Kotler, 1996).

B. Perumusan Masalah

Pemasaran pertanian khususnya kentang sering menghadapi masalah-masalah seperti barang yang cepat rusak, ini mengakibatkan harga kentang jatuh. Untuk mendapatkan jangkauan pemasaran kentang yang luas maka petani tidak akan mampu apabila hanya mengadakan penjualan secara langsung ke konsumen, untuk itu diperlukan adanya saluran distribusi yang berupa lembaga-lembaga penyalur agar dapat menyalurkan produknya dengan cepat dan tepat.

Dalam sistem pemasaran kentang perlu adanya lembaga pemasaran yang mengantarkan kentang dari petani ke konsumen akhir. Semakin banyak jumlah lembaga pemasaran yang terlibat maka saluran pemasarannya akan semakin panjang sehingga menyebabkan margin pemasaran menjadi tinggi, akibatnya petani mengalami tekanan khususnya menyangkut harga.

Berdasarkan uraian di atas, maka inti dari permasalahan yang ingin

dikaji dalam penelitian ini adalah kemanakah kentang hasil produksi akan disalurkan.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran kentang di Kabupaten Wonosobo.
2. Untuk mengetahui margin di setiap saluran pemasaran kentang .
3. Untuk mengetahui fungsi-fungsi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran.
4. Untuk mengetahui keuntungan pemasaran kentang pada masing-masing pelaku di setiap saluran pemasaran di Kabupaten Wonosobo.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dan juga sebagai suatu pelengkap syarat guna memperoleh gelar sarjana pada fakultas pertanian INSTIPER Yogyakarta.
2. Sebagai sumber informasi bagi penelitian atau pengkaji yang tertarik pada masalah serupa untuk penelitian lebih lanjut dan bagi semua pihak yang memerlukannya.