

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang diandalkan, karena sektor pertanian sampai saat ini masih memegang peranan penting dalam menunjang perekonomian nasional. Sektor pertanian juga mempunyai peranan penting dalam mengentaskan kemiskinan, pembangunan pertanian berkaitan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan upaya peningkatan kesejahteraan petani dan upaya menanggulangi kemiskinan khususnya di daerah pedesaan (Permata, I. 2023). Sasaran utama pembangunan pertanian adalah peningkatan produksi pertanian dan pendapatan petani, karena itu kegiatan di sektor pertanian diusahakan agar dapat berjalan lancar dengan peningkatan produk pertanian baik melalui intensifikasi, ekstensifikasi, dan diversifikasi pertanian yang diharapkan dapat memperbaiki taraf hidup petani, memperluas lapangan pekerjaan bagi golongan masyarakat yang masih bergantung pada sektor pertanian (Pebriaman, 2021).

Tanaman pinang (*Areca catechu L.*) merupakan tanaman tahunan yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia yang mana penyebaran tanaman pinang secara alami cukup luas diberbagai daerah (Handayani *et al.*, 2023). Pinang memiliki banyak manfaat, namun saat ini banyak masyarakat hanya mengenal pinang sebagai tanaman yang bermanfaat untuk bahan makan sirih saja, padahal masih banyak manfaat lain sebagai tanaman penghijau, bahan bangunan, bahan ramuan tradisional, bahan baku pewarna pada industri tekstil (Lutony, 1993). Pinang merupakan salah satu komoditas perkebunan nasional yang memiliki prospek pasar yang cukup bagus (Setyawati. 2021). Di Indonesia, pinang merupakan salah satu komoditas ekspor yang dijadikan sebagai konsumsi lokal. Provinsi Aceh merupakan salah satu daerah yang sangat potensial untuk pengembangan komoditas pinang (Firmanda *et al.*, 2022).

Berdasarkan data badan statistik, perkebunan di Kabupaten Aceh Utara memiliki luas lahan 12.358 hektar (29,87%) dari luas areal pinang di Provinsi Aceh, dengan produksi mencapai 4.291 ton per tahunnya atau 334 kilogram/ha. Pada tahun 2020 produksi pinang mencapai 4.264 ton, kemudian pada tahun 2022

mengalami kenaikan mencapai 4.291 ton (BPS, 2022). Pengembangan pinang di Kabupaten Aceh Utara ini lebih diarahkan kepada perkebunan rakyat, salah satu daerah sentra produksinya adalah Kecamatan Sawang. Kecamatan Sawang memiliki luas areal pinang 1.971 ha (15,93%) dari luas areal pinang di kabupaten Aceh Utara dan (4,76%) dari luas areal pinang di Provinsi Aceh. Produksi dan luas lahan tanam pinang di kecamatan sawang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data luas tanaman pinang di Kecamatan Sawang Tahun 2018-2022

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
2018	1.937	1.456
2019	1.937	1.456
2020	1.939	1.456
2021	1.971	1.472
2022	1.971	1.472

Sumber : Dinas Perkebunan, 2023

Dilihat dari Tabel 1, perkembangan luas lahan dan produksi pada subsektor perkebunan pinang mengalami peningkatan pertumbuhan luas lahan perkebunan pinang 1,09% dengan jumlah angka 1.971 ha pada tahun 2021 dan jumlah produksi pinang juga mengalami peningkatan dengan pertumbuhan produksi pinang 1,65% dengan jumlah angka mencapai 1.472 ton di tahun 2021.

Petani di kecamatan Sawang sebagian besar memasarkan pinang dalam bentuk pinang basah dan pinang kering. Petani rata-rata menjual pinang dalam bentuk kering dengan harapan akan memberikan harga jual dan keuntungan yang lebih tinggi. Namun, dikarenakan harga jual pinang yang tidak menentu (berfluktuasi) maka harga pinang ditentukan oleh pedagang pengumpul dan ini dibuat atas kesepakatan bersama antara petani dan pedagang pengumpul. Tahun (2023) harga pinang di Kecamatan Sawang ditingkat petani yaitu Rp3.500/kg, sedangkan ditingkat pedagang pengumpul harga pinang mencapai Rp6.000,-per kg.

Perbedaan harga tersebut disebabkan adanya kegiatan pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran harga ditingkat konsumen akan semakin tinggi sehingga keuntungan dari tingginya harga tidak dinikmati petani melainkan pedagang perantara. Oleh sebab itu, dikhawatirkan perbedaan margin pemasaran yang tinggi akan merugikan

petani sebagai produsen, padahal salah satu cara memasarkan pinang secara efisien adalah dengan mengurangi margin pemasarannya.

Harga pinang di Kecamatan Sawang saat ini tergolong rendah berkisar antara Rp.3.500 – Rp.4.000/Kg. Harga pinang sangat ditentukan oleh pedagang pengumpul dikarenakan adanya fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan menyebabkan bertambahnya biaya pemasaran sehingga semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar biaya yang dikeluarkan. Dalam penentuan harga beli pedagang sangat memperhitungkan biaya yang mereka keluarkan, sehingga saat menjual kembali pedagang memperoleh keuntungan yang lebih besar. Berdasarkan kondisi lapangan, dalam melakukan fungsi pemasaran petani mengeluarkan biaya pemasaran yang besar namun petani tidak dapat memperhitungkan biaya tersebut untuk menentukan harga jual pinang dikarenakan kurangnya informasi pasar. Hal ini menyebabkan rendahnya pengetahuan petani mengenai kondisi pasar sehingga dalam menentukan harga jual pinang menjadi lemah dan petani hanya menjadi penerima harga (*price taker*). Lembaga pemasaran yang terlibat dalam menyalurkan pinang dari Kecamatan Sawang ke tujuan pasar mengeluarkan biaya-biaya dalam kegiatan pemasarannya seperti sortasi, pengangkutan, dan biaya pengemasan. Besarnya biaya pemasaran lembaga pemasaran tergantung dari jarak antar lembaga ke tujuan pasar. Semakin jauh jarak dari produsen ke tujuan pasar maka biaya pemasaran semakin besar (Suharyon. 2018).

Pemasaran di Kecamatan Sawang juga akan melibatkan beberapa lembaga pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan. Dengan demikian, maka akan berpengaruh terhadap harga yang diterima oleh setiap pihak terkait. Perbedaan harga pinang pada kawasan pasar yang berbeda menjadikan lembaga pemasaran dapat memainkan harga sesuai pasaran karena lembaga pemasaran menguasai informasi pasar. Hal ini menyebabkan panjangnya saluran pemasaran yang dimana terdapat tinggi nya margin pemasaran dan rendahnya bagian yang diterima petani sehingga keuntungan yang diterima petani lebih sedikit dibandingkan lembaga pemasaran. Oleh karena itu, memungkinkan suatu ketidakefisienan dalam pemasaran yang berjalan.