

# EKONOMI KACANG TANAH DI INDONESIA

**Dewa Ketut Sadra Swastika**

Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Jl. Ahmad Yani 70 Bogor 16161

Email: sadradewa@yahoo.com

## PENDAHULUAN

Peningkatan pendapatan dan pengetahuan masyarakat tentang gizi telah mengubah pola konsumsi pangan masyarakat dari pangan karbohidrat penghasil energi ke pangan penghasil protein, baik hewani maupun nabati. Oleh karena itu, menurut Hutabarat (2003) permintaan pangan sumber protein akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk, urbanisasi, pendidikan, dan pendapatan masyarakat. Demikian juga halnya dengan permintaan terhadap kacang tanah sebagai salah satu sumber protein nabati.

Kacang tanah merupakan salah satu komoditas pangan sumber protein dan minyak nabati yang bernilai ekonomi tinggi (Purba 2012), namun popularitasnya tidak setinggi kedelai. Di Indonesia, secara nasional kacang tanah belum dianggap sebagai komoditas unggulan (Harsono 2012). Perhatian pemerintahpun tidak seperti halnya pada kedelai yang diprogramkan untuk mencapai swasembada. Program peningkatan produksi yang selama ini dilakukan untuk komoditas tanaman pangan baru terbatas pada padi, jagung, dan kedelai. Belum terdengar adanya kebijakan yang signifikan yang diluncurkan untuk kacang tanah. Oleh karena itu, teknologi budidaya yang diterapkan petani masih tradisional dan sederhana, sehingga produktivitasnya relatif masih rendah.

Di Indonesia sebagian besar kacang tanah baru dimanfaatkan untuk makanan rumah tangga seperti: kacang rebus, kacang garing, kacang goreng, bumbu masakan, dan makanan ringan lainnya. Sebenarnya kacang tanah potensial untuk diolah dalam industri makanan menjadi berbagai produk makanan olahan seperti: aneka kue, susu nabati, tepung protein tinggi, es krim, dan minyak nabati (Santosa 2009). Pertambahan penduduk seiring dengan pesatnya perkembangan industri makanan ringan seperti: kacang garing kemasan dan berbagai makanan ringan (*snacks*) berbahan baku kacang tanah, telah memicu peningkatan permintaan akan kacang tanah, baik dalam bentuk polong maupun biji. Akibatnya, produksi dalam negeri makin tidak mampu memenuhi permintaan, sehingga Indonesia masih mengimpor sekitar 30% dari kebutuhan dalam negeri.

Tulisan ini ditujukan untuk memberi pemahaman yang lebih baik tentang kinerja (*performance*) serta prospek ke depan (*outlook*) produksi, konsumsi, perdagangan dan pengembangan kacang tanah di Indonesia, termasuk posisi Indonesia di pasar internasional. Studi ini dilakukan melalui studi pustaka (*desk study*) dengan menggali dan menelaah data dan informasi dari berbagai sumber seperti BPS, FAOSTAT dan USDA, serta informasi yang relevan dari buku dan hasil kajian dari berbagai sumber.

## PRODUKSI, KONSUMSI, DAN PERDAGANGAN KACANG TANAH DUNIA

### Produksi Kacang Tanah Dunia

Data FAO (2014) menunjukkan bahwa produksi kacang tanah dunia selama dekade terakhir meningkat dari 33,13 juta ton pada tahun 2002 menjadi 37,13 juta ton pada tahun 2007 dan 41,19 juta ton pada tahun 2012, atau tumbuh rata-rata 2,30%/tahun

selama periode 2002–2007 dan 2,10%/tahun selama periode 2007–2012. Penurunan pertumbuhan produksi kacang tanah dunia disebabkan adanya penurunan pertumbuhan pada produktivitas dari 2,62%/tahun selama periode 2002–2007 menjadi hanya 0,34%/tahun selama periode 2007–2012, meskipun terjadi peningkatan pertumbuhan areal panen. Selama lima tahun terakhir areal panen masih tumbuh 1,75%/tahun, namun produktivitas hanya meningkat rata-rata 0,34%/tahun, sehingga produksi hanya meningkat 2,10%/tahun. Penurunan pertumbuhan produktivitas mencerminkan makin jenuhnya teknologi produksi yang diterapkan petani di negara-negara produsen, atau lambatnya kemajuan teknologi budidaya di Negara-negara berkembang. Jika pertumbuhan produksi dunia terus menurun, maka ke depan pertumbuhan tersebut akan sampai pada tingkat pertumbuhan negatif. Dengan kata lain, produksi kacang tanah dunia ke depan akan menurun. Kondisi ini merupakan ancaman serius bagi negara importir, termasuk Indonesia. Secara lebih rinci, perkembangan areal dan produksi kacang tanah dunia selama dekade terakhir disajikan pada Tabel 1. Hal yang menarik adalah bahwa areal panen kacang tanah masih meningkat selama lima tahun terakhir, meskipun lima tahun sebelumnya menurun.

Tabel 1. Perkembangan areal dan produksi kacang tanah dunia, 2002 –2012.

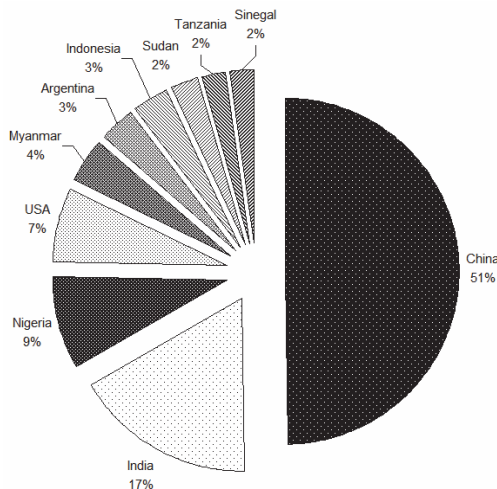
Tahun	Areal panen (ha)	Produktivitas (t/ha)	Produksi (t)
2002	23.017	1,44	33.133
2003	23.066	1,57	36.315
2004	23.702	1,54	36.452
2005	24.040	1,60	38.522
2006	21.530	1,55	33.347
2007	22.659	1,64	37.129
2008	24.217	1,57	37.921
2009	23.971	1,53	36.564
2010	25.478	1,65	42.142
2011	24.622	1,63	40.131
2012	24.709	1,67	41.186
Pertumb 02–07	-0,31	2,62	2,30
Pertumb 07–12	1,75	0,34	2,10

Sumber: FAOSTAT 2014. Diolah.

Fenomena ini mencerminkan bahwa petani di negara produsen makin tertarik menanam kacang tanah. Namun demikian, keterbatasan lahan dan persaingan penggunaan lahan dengan komoditas lain akan menyebabkan peningkatan areal tanam dan areal panen kacang tanah ke depan sulit dipertahankan. Oleh karena itu, peluang peningkatan produksi tergantung pada peningkatan produktivitas melalui perbaikan teknologi budidaya serta penciptaan dan penggunaan varietas unggul baru berdaya hasil tinggi. Hal ini merupakan tantangan bagi peneliti budidaya dan pemulia tanaman untuk menciptakan teknologi budidaya dan varietas unggul baru dengan produktivitas lebih tinggi daripada yang ada saat ini.

Tiga negara produsen utama kacang tanah adalah China, India, dan Nigeria, dengan pangsa produksi mendekati 64% dari total produksi kacang tanah dunia. Indonesia

menempati urutan ke-7 dengan pangsa produksi hanya 2,81% terhadap produksi kacang tanah dunia, seperti disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Sepuluh besar negara produsen kacang tanah dunia, 2014.

### Konsumsi Kacang Tanah Dunia

Konsumsi dalam negeri (*Domestic Consumption*) suatu negara adalah resultante dari produksi dalam negeri, impor, ekspor, dan perubahan stock. Secara matematis, konsumsi dalam negeri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$C_t = Q_t + M_t - X_t + Sb_t - Se_t \dots\dots\dots (1)$$

Di mana :

- $C_t$  = volume konsumsi kacang tanah dalam negeri suatu negara pada tahun t
- $Q_t$  = volume produksi kacang tanah dalam negeri suatu negara pada tahun t
- $M_t$  = Volume impor kacang tanah suatu negara pada tahun t
- $X_t$  = Volume ekspor kacang tanah suatu negara pada tahun t
- $Sb_t$  = Stok kacang tanah suatu negara pada awal tahun t (*beginning stocks*)
- $Se_t$  = Stok kacang tanah suatu negara pada akhir tahun t (*ending stocks*).

Konsumsi dalam negeri terdistribusi dalam bentuk penggunaan untuk pangan langsung (*food use*), untuk pakan (*feed use*) dan untuk industri pangan. Sedangkan total pasokan (*total supply*) dalam negeri terdiri dari konsumsi dalam negeri ( $C_t$ ), kebutuhan ekspor ( $X_t$ ) dan cadangan akhir dalam negeri ( $Se_t$ ). Secara matematis, total pasokan dapat dirumuskan sebagai berikut:

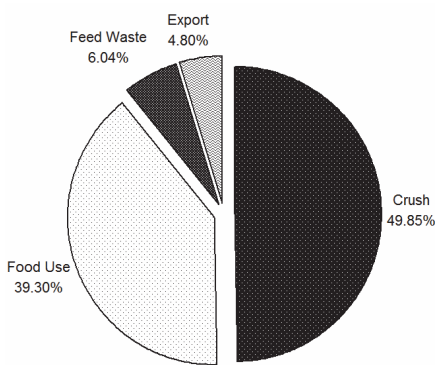
$$TS_t = C_t + X_t + Se_t \dots\dots\dots (2)$$

$$\text{atau } TS_t = Q_t + M_t + Sb_t \dots\dots\dots (3)$$

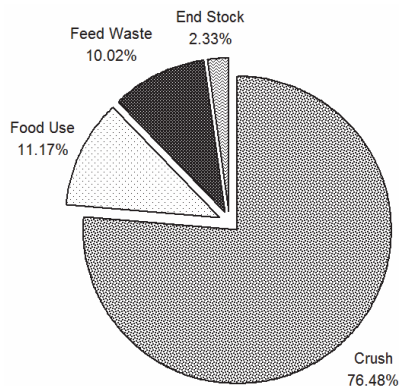
di mana:  $TS_t$  = total pasokan kacang tanah suatu negara pada tahun t

Sekitar 40,86 juta ton kacang tanah diproduksi dan dikonsumsi di dunia tiap tahun (USDA 2014). Berbagai bentuk kacang tanah yang umum dikonsumsi di dunia, yaitu minyak nabati yang diproduksi melalui *crushing industry* dan bungkil sebagai produk

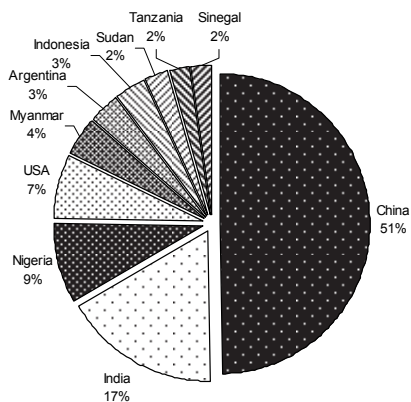
sampingan (*byproduct*) dari *crushing industry* untuk bahan pakan seperti di China dan India. Di negara-negara yang tidak mengembangkan industri minyak kacang tanah (*peanuts oil*), kacang tanah dikonsumsi dalam berbagai bentuk, mulai dari kacang goreng kemasan, hingga berbagai bentuk pangan olahan (*snack*) seperti di Amerika Serikat dan Uni Eropa.



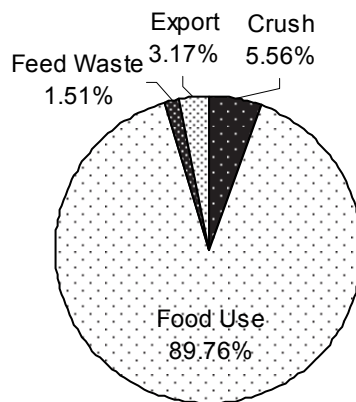
Gambar 2a. Rataan penggunaan kacang tanah di China, 2003–2013.



Gambar 2b. Rataan penggunaan kacang tanah di India, 2003–2013.



Gambar 3a. Rataan penggunaan kacang tanah di USA, 2003–2013.



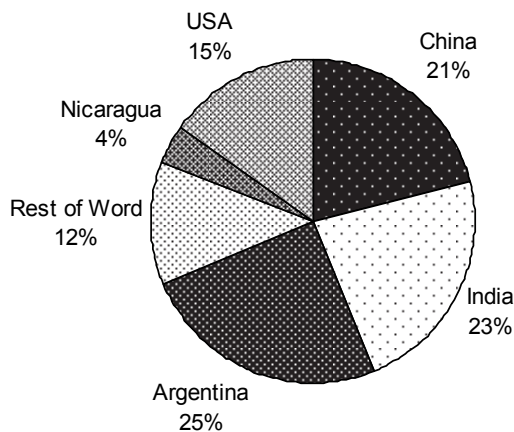
Gambar 3b. Rataan penggunaan kacang tanah di Uni Eropa, 2003–2013.

Di Indonesia dan negara-negara berkembang lainnya, kacang tanah selain dikonsumsi dalam bentuk kacang kemasan dan *snack* lainnya, juga dikonsumsi dalam berbagai bentuk pangan tradisional di tingkat rumah tangga. Selama periode 2003–2013, rata-rata penggunaan kacang tanah di China dan India disajikan pada Gambar 2a dan 2b. Sedangkan penggunaan kacang tanah di Amerika Serikat dan Uni Eropa adalah seperti disajikan pada Gambar 3a dan 3b.

## Perdagangan Kacang Tanah Dunia

### Ekspor Kacang Tanah

Lima negara eksportir kacang tanah terbesar di dunia adalah Argentina, India, China, USA dan Nicaragua. Pangsa pasar ekspor kelima negara tersebut mencapai 87,84% dari seluruh kacang tanah yang dipasarkan di pasar dunia. Pangsa pasar ekspor dari negara-negara sisanya hanya 12,16%. Hal yang menarik adalah ekspor Argentina. Sebagai negara produsen terbesar keenam, Argentina menjadi eksportir terbesar. Fenomena ini mengindikasikan bahwa sebagian besar produksi kacang tanah Argentina dipasarkan di pasar internasional. Negara yang menarik lainnya ialah Nicaragua yang merupakan negara produsen dengan ranking ke-25, tetapi menjadi negara eksportir terbesar keempat. Hal ini dimungkinkan sebagian besar bahkan seluruh kacang tanah yang diproduksi di Nicaragua diekspor. Data USDA (2014) menunjukkan bahwa Nicaragua tidak termasuk salah satu dari 20 negara importir kacang tanah. Ini berarti bahwa Nicaragua tidak melakukan impor untuk kemudian diekspor (re-ekspor). Dengan kata lain, Nicaragua meng-ekspor kacang tanah yang dihasilkan di dalam negerinya. Secara lebih rinci, ekspor kacang tanah dari lima negara eksportir terbesar disajikan pada Gambar 4.



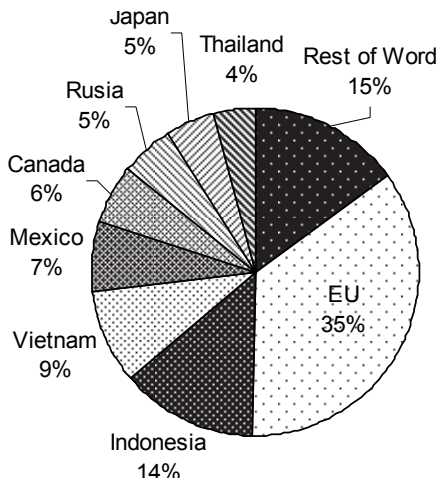
Gambar 4. Proporsi ekspor kacang tanah dari lima negara eksportir terbesar, 2014.

China sebagai negara produsen terbesar hanya menempati urutan ketiga negara eksportir setelah Argentina dan India. Ini berarti bahwa sebagian besar kacang tanah yang diproduksi di China dikonsumsi di dalam negeri untuk memenuhi kebutuhan *crushing* dan *food industries*. Seperti ditunjukkan dalam Gambar 2a, bahwa hanya 4,8% pasokan kacang tanah di China diekspor, sisanya digunakan di dalam negeri.

### Impor Kacang Tanah

Berbeda dengan pasar ekspor yang didominasi oleh lima negara eksportir, maka pasar impor terdistribusi ke lebih banyak negara. Setidaknya terdapat 8 (delapan) negara importir, dengan pangsa impor sekitar 85% dari total impor kacang tanah dunia. Tiga negara importir terbesar yaitu Uni Eropa, Indonesia dan Vietnam mendominasi dengan pangsa

pasar 58% dari total impor kacang tanah dunia. Indonesia merupakan negara importir kedua dengan pangsa impor 13,59%. Sebaran impor yang hampir merata di antara lima negara seperti disajikan pada Gambar 5. Sisa negara lainnya hanya berkontribusi sekitar 15%.

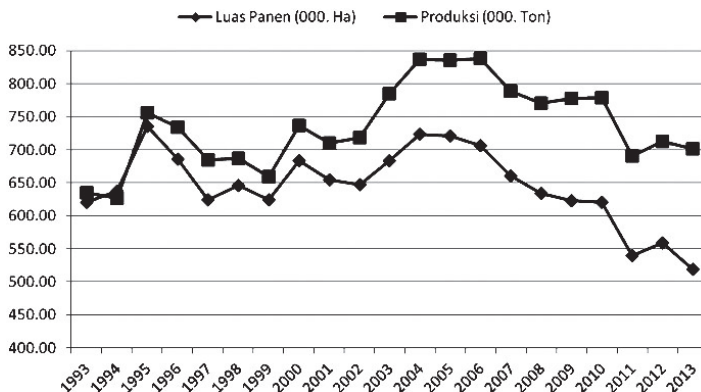


Gambar 5. Sebaran 8 negara importir kacang tanah, 2014.

## PRODUKSI, KONSUMSI, DAN PERDAGANGAN KACANG TANAH DI INDONESIA

### Perkembangan Produksi

Selama dua dekade terakhir (1993–2013), areal dan produksi kacang tanah di Indonesia berfluktuasi dengan puncak produksi dicapai dalam periode 2004–2006. Setelah tahun 2006, areal dan produksi terus menurun, seperti disajikan pada Gambar 6.



Gambar 6. Perkembangan areal panen dan produksi kacang tanah di Indonesia, 1993–2013.

Jika dicermati luas areal panen dan produksi selama satu dekade terakhir (2003–2013), fluktuasi areal dan produksi masih terjadi. Secara umum, pertumbuhan per lima tahun memperlihatkan angka yang negatif. Penurunan areal panen selama dekade terakhir

makin cepat, yaitu 1,50%/tahun selama 2003–2008, dan 3,92%/tahun selama lima tahun berikutnya. Hal ini mencerminkan makin sulitnya petani mencari lahan yang sesuai untuk tanaman kacang tanah. Peningkatan produktivitas tidak cukup untuk mengimbangi penurunan areal panen, sehingga produksi masih menurun rata-rata 0,40%/tahun selama periode 2003–2008 dan 1,84%/tahun selama periode 2008–2013. Secara lebih rinci, perkembangan areal panen dan produksi kacang tanah di Indonesia selama dekade terakhir disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan areal panen dan produksi kacang tanah di Indonesia, 2003 –2013.

Tahun	Luas panen (ha)	Produksi (t)	Produktivitas (t/ha)
2003	683.537	785.526	1,15
2004	723.434	837.495	1,16
2005	720.526	836.295	1,16
2006	706.753	838.096	1,19
2007	660.480	789.089	1,19
2008	633.922	770.054	1,21
2009	622.616	777.888	1,25
2010	620.563	779.228	1,26
2011	539.459	691.289	1,28
2012	559.538	712.857	1,27
2013	519.056	701.680	1,35
Pertumb 2003–2008	-1,50	-0,40	1,12
Pertumb 2008–2013	-3,92	-1,84	2,16

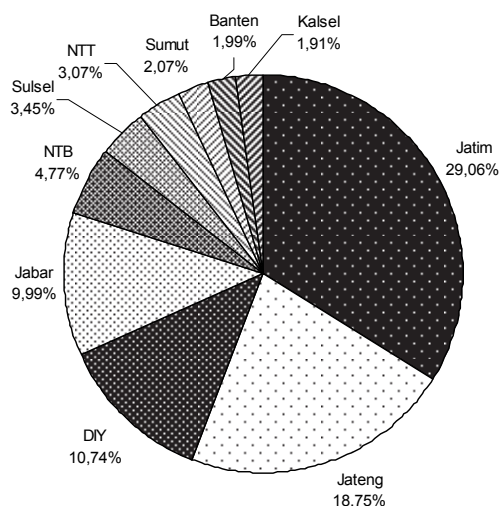
Sumber: BPS 2014, diolah.

Penurunan luas panen yang signifikan seperti terlihat pada Tabel 2, merupakan tantangan untuk memacu produktivitas, guna meningkatkan produksi untuk mengurangi ketergantungan pada impor. Saat ini produktivitas kacang tanah di Indonesia rata-rata baru mencapai 1,35 t/ha polong kering. China dan Amerika Serikat dapat menghasilkan masing-masing 3,61 t dan 4,73 t/ha. Ini berarti bahwa potensi hasil kacang tanah jauh lebih tinggi daripada rata-rata hasil di Indonesia, sehingga masih terbuka peluang untuk meningkatkan produktivitas. Data Puslitbangtan (2009) menunjukkan bahwa sampai tahun 2009 setidaknya terdapat 14 varietas kacang tanah yang dilepas oleh Badan Litbang Pertanian mempunyai potensi hasil di atas 3 t/ha polong kering. Menurut Kasno (2014), selama tahun 2010–2012 setidaknya telah dilepas 5 varietas baru kacang tanah dengan potensi hasil lebih tinggi dari 3 t/ha polong kering. Hingga saat ini telah dilepas 19 varietas kacang tanah dengan potensi hasil di atas 3 t/ha polong kering. Ini berarti bahwa Indonesia mempunyai potensi yang cukup besar dalam meningkatkan produktivitas kacang tanah untuk meningkatkan produksi dalam negeri.

Selain itu, saat ini kegiatan penelitian pemuliaan tanaman masih terus berupaya untuk menghasilkan varietas unggul baru berdaya hasil tinggi dan toleran terhadap cekaman lingkungan, baik biotik maupun abiotik. Dengan kata lain, penelitian pemuliaan tanaman kacang tanah untuk menghasilkan varietas unggul baru berdaya hasil tinggi masih merupakan strategi penelitian dan pengembangan tanaman pangan yang harus mendapat prioritas.

## Konsentrasi Produksi

Selama dekade terakhir, sebagian besar (86%) produksi kacang tanah berada di 10 provinsi penghasil utama kacang tanah. Hanya 14% tersebar di 23 provinsi lainnya. Sekitar 69% terkonsentrasi di empat provinsi, yaitu Jawa Timur, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, dan Jawa Barat. Kontribusi masing-masing dari 10 provinsi penghasil kacang tanah di Indonesia adalah seperti disajikan pada Gambar 7.



Gambar 7. Sebaran 10 provinsi sentra produksi kacang tanah di Indonesia, 2003–2013.

Tabel 3. Perkembangan areal dan produksi kacang tanah di 10 provinsi sentra produksi, 2003–2013.

Provinsi	Rataan		Pertumbuhan			
	Areal (000 ha)	Produksi (000 t)	Areal (%/th)		Produksi (%/th)	
	2003–2013	2003–2013	2003–2008	2008–2013	2003–2008	2008–2013
Jawa Timur	188	229	0,62	-2,52	0,78	0,55
Jawa Tengah	142	179	-1,68	-7,33	-0,34	-5,67
DI Yogyakarta	71	69	-1,69	0,49	1,83	2,29
Jawa Barat	68	98	-4,19	0,09	-2,73	3,13
NTB	33	43	-5,58	3,80	-4,39	5,31
Sulse	32	38	-6,69	-33,57	-7,22	-27,42
NTT	19	21	10,92	-8,71	13,49	-8,96
Sumut	18	20	-6,25	-10,82	-5,10	-10,09
Banten	13	17	4,93	-5,49	5,89	-4,73
Kalsel	14	17	1,42	-8,37	0,03	-7,37

Sumber: BPS 2014. Diolah.

Perkembangan luas areal dan produksi kacang tanah selama periode 2003–2008, menunjukkan penurunan yang signifikan di hampir semua provinsi sentra produksi,



kecuali di Jawa Timur, NTT, Banten dan Kalimantan Selatan. Pada periode 2008–2013, hanya tiga provinsi yang luas areal dan produksinya meningkat, yaitu DI Yogyakarta, Jawa Barat dan NTB, seperti disajikan pada Tabel 3.

Penurunan areal panen selama periode 2003–2008 di enam provinsi sentra produksi relatif masih rendah, sehingga penurunan produksi kacang tanah nasional juga masih rendah, yaitu rata-rata 0,40%/tahun. Selama lima tahun berikutnya, yaitu pada periode 2008–2013, penurunan areal panen di tujuh provinsi, terutama di Jawa Tengah dan Sulawesi Selatan cukup berarti dalam pertumbuhan produksi kacang tanah, sehingga produksi nasional menurun rata-rata 1,84%/tahun.

### Perkembangan Konsumsi dan Perdagangan

Volume konsumsi kacang tanah dalam negeri sangat tergantung dari persediaan (*total supply*) dalam negeri. Sedangkan persediaan dalam negeri ditentukan oleh volume produksi, impor, dan stok awal. Perkembangan persediaan dan konsumsi kacang tanah di Indonesia selama dekade terakhir adalah seperti disajikan pada Tabel 4.

Di tengah volume produksi yang terus menurun karena menurunnya areal panen, total persediaan kacang tanah selama dekade terakhir ternyata meningkat rata-rata 1,32% per tahun. Peningkatan ini disebabkan oleh meningkatnya volume impor. Data selama dekade terakhir menunjukkan bahwa volume impor kacang tanah rata-rata 22% dari total konsumsi. Kecenderungan volume impor masih terus meningkat, meskipun dengan pertumbuhan yang menurun. Hal ini ditunjukkan oleh impor selama tahun 2012 dan 2013 yang sudah mencapai rata-rata 30% dari total konsumsi dalam negeri. Jika tidak ada terobosan berarti dalam peningkatan produktivitas, maka produksi akan terus menurun sejalan dengan penurunan areal tanam. Konsekuensinya, Indonesia akan makin tergantung pada impor.

Tabel 4. Perkembangan persediaan kacang tanah di Indonesia, 2003–2013.

Tahun	Produksi (000 ton)	Impor (000 ton)	Stok awal (000 ton)	Total Supply (000 ton)
2003	786	114	60	960
2004	837	151	50	1.038
2005	836	193	73	1.102
2006	838	209	85	1.132
2007	789	253	68	1.110
2008	770	239	72	1.081
2009	778	275	118	1.171
2010	779	292	181	1.252
2011	691	228	157	1.076
2012	713	343	90	1.146
2013	702	310	82	1.094
Rataan	774	237	94	1.106
Pertumb 03–13	-1,12	10,52	3,17	1,32
Pertumb 08–13	-1,83	5,34	2,64	0,24

Sumber: BPS 2014 dan USDA 2014. Diolah.

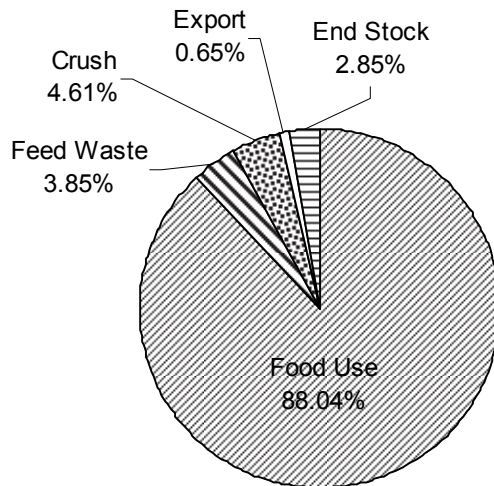
Sekitar 96% dari persediaan kacang tanah nasional dikonsumsi di dalam negeri untuk berbagai penggunaan. Sebagian kecil sisanya untuk stok akhir tahun dan ekspor. Dari

volume yang dikonsumsi di dalam negeri, penggunaan untuk pangan merupakan proporsi terbesar. Distribusi volume penggunaan kacang tanah di Indonesia selama periode 2003–2013 adalah seperti disajikan pada Tabel 5. Sedangkan rataan proporsi penggunaannya disajikan pada Gambar 8.

Tabel 5. Perkembangan persediaan dan konsumsi kacang tanah di Indonesia, 2003–2013.

Tahun	Total supply (000 ton)	Konsumsi Dlm neg (000 ton)	Pangan (000 ton)	Pakan (000 ton)	Crushing (000 ton)	Stok Akhir (000 ton)	Ekspor (000 ton)
2003	960	939	851	37	51	45	8
2004	1.038	1.013	913	43	57	39	9
2005	1.102	1.061	975	29	57	58	9
2006	1.132	1.098	987	55	56	66	9
2007	1.110	1.083	988	46	49	53	9
2008	1.081	1.047	952	49	46	51	6
2009	1.171	1.113	1.021	43	49	88	7
2010	1.252	1.165	1.069	46	51	141	7
2011	1.076	1.037	954	36	47	113	6
2012	1.146	1.113	1.027	37	49	67	6
2013	1.094	1.061	966	47	47	60	6
Rataan	1.106	1.066	973	42	51	71	7
Pertumb 03–13	1,32	1,23	1,28	2,51	-0,80	2,81	-2,55
Pertumb 08–13	0,24	0,26	0,30	-0,57	0,33	2,98	0,33

Sumber: BPS 2014 dan USDA 2014. Diolah.



Gambar 8. Rataan proporsi penggunaan kacang tanah di Indonesia, 2003–2013.

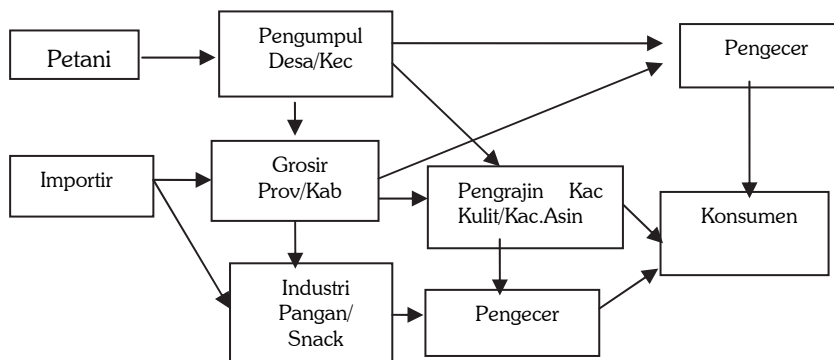
Data Tabel 5 menunjukkan bahwa selain penggunaan kacang tanah untuk pangan, ternyata ada sebagian kecil kacang tanah yang digiling dan diperas untuk menghasilkan minyak nabati dalam *crushing industry*. Namun proporsinya hanya sekitar 4% dari *total supply* kacang tanah dalam negeri. Selain itu, masih ada kacang tanah yang diekspor

dengan proporsi sangat kecil, kurang dari 1%. Rataan proporsi penggunaan kacang tanah di Indonesia selama periode 2003–2013 adalah seperti disajikan pada Gambar 8.

### Pemasaran Dalam Negeri

Fungsi pemasaran adalah untuk mengantarkan produk pertanian dari produsen awal (petani) kepada konsumen akhir melalui kegiatan penanganan pascapanen, pengolahan, pengemasan, penyimpanan dan transportasi. Seperti telah diungkapkan di depan bahwa sebagian besar kacang tanah di Indonesia dikonsumsi untuk pangan, baik dikonsumsi langsung dalam bentuk biji maupun dalam berbagai bentuk makanan ringan (*snack*) dan minyak nabati.

Rantai pemasaran kacang tanah tergantung bentuk yang dikonsumsi. Rantai pemasaran kacang tanah dari petani yang paling pendek (sederhana) adalah kacang tanah yang langsung dikonsumsi dalam bentuk biji segar di tingkat rumah tangga. Pelaku pasar yang terlibat dalam pemasaran kacang tanah antara lain adalah petani, pedagang pengumpul (tingkat desa, kecamatan, dan kabupaten), pedagang besar (grosir), pengrajin, industri pengolahan, dan pengecer, sebelum sampai ke konsumen akhir (Erwidodo dan Saptana 1996; Rina 2006). Jika komoditas tersebut memasuki pengrajin kacang garing, kacang asin, atau kacang goreng, maka saluran pemasarannya akan lebih panjang. Terlebih lagi jika kacang tanah memasuki proses industri pengolahan menjadi berbagai bentuk makanan olahan, rantai pasarnya akan menjadi lebih panjang lagi. Sedangkan pasokan kacang tanah berasal dari dua sumber, yaitu produksi dalam negeri dan dari impor. Lebih dari 20% kacang tanah didatangkan dari luar negeri (impor). Bahkan Indonesia menjadi negara importir terbesar kedua setelah Uni Eropa. Di dalam negeri, sesuai dengan bentuk kacang tanah yang dikonsumsi, secara garis besar rantai pemasaran kacang tanah adalah seperti disajikan pada Gambar 9.



Gambar 9. Rantai pemasaran kacang tanah di Indonesia.

Menurut Ditjen Tanaman Pangan (2013) bahwa pemasaran kacang tanah yang berlaku di tingkat petani secara umum terdiri dari dua sistem, yaitu: (1) sistem pemasaran bebas, artinya petani bebas melakukan penjualan kapan saja dan kepada siapa saja yang memberi harga yang lebih tinggi; (2) sistem kontrak jual-beli, artinya produsen dan pembeli sudah melakukan perjanjian jual beli sebelum kacang tanah ditanam. Sistem kedua ini dinilai menguntungkan kedua belah pihak, karena terdapat kepastian produksi dan harga. Salah satu bentuk sistem kontrak adalah “kemitraan” yang dilakukan oleh

produsen sebagai penjual dengan perusahaan sebagai pembeli dalam jangka waktu tertentu. Kemitraan bertujuan untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Karena merupakan strategi bisnis, maka keberhasilan kemitraan sangat ditentukan oleh adanya kepatuhan dari semua pihak yang bermitra dalam menjalankan etika bisnis.

Kemitraan usaha antara kelompok tani kacang tanah dengan mitra usaha di beberapa daerah telah berjalan meskipun belum berkembang seperti yang diharapkan. Manfaat yang dapat diperoleh dengan terjalinnya kemitraan antara lain: (1) permodalan semakin kuat, (2) terjadinya transfer teknologi, (3) pembinaan lebih intensif dan (4) adanya jaminan pasar produk.

Kegiatan kemitraan yang sudah terjalin antara pelaku usaha dan petani selama ini di beberapa provinsi perlu dibina dan dikembangkan dengan model kemitraan yang disepakati bersama.

Beberapa model/pola kemitraan yang ada, yaitu (Ditjen Tanaman Pangan 2013) sebagai berikut.

- Bantuan sarana produksi, hasil dibeli seluruhnya oleh perusahaan.
- Bantuan teknologi, pupuk, penanganan pascapanen, hasil dibeli seluruhnya oleh perusahaan.
- Pinjaman sarana produksi, hasil dibeli perusahaan sesuai kesepakatan.
- Modal petani, hasil dijamin dibeli oleh perusahaan.

Beberapa perusahaan yang bergerak di bidang industri pangan yang menghasilkan berbagai jenis makanan ringan (*snack*) dari kacang tanah disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Daftar perusahaan yang menghasilkan berbagai makanan ringan (*snack*).

No	Nama Perusahaan	Alamat	Produk
1.	Bambang Sugianto	Pabrik: Jl. Raya 139 Margomulyo RT 01/01, Kode Pos 62356, Telp/HP : 0356 - 611095/ 082755002, Kec. Kerek, Tuban	Kacang Tanah Ose
2.	Sumber Tani	Pabrik : Jl. Diponegoro 44 62314, Telp: 0356-321841, Kec. Tuban, Kab. Tuban	Kacang Tanah Ose
3.	PT Bumi Mekar Tani	Head Office: Wisma Garudafood 1 Jl. Bintaro Raya No. 10 A. Jkt Phone/Fax : 021-7290110/: 021-7290112 www.garudafood.com E-mail: bmt@garudafood.com	Kacang Tanah Olahan (Kacang Atom, kacang telur, kacang kulit sangrai, dll)
4.	PT Garuda Putra Putri Jaya PT Dua Kelinci	Pabrik: Jl. Raya Pati Juana Km 2.3 Telp/Fax: 0295-381673/ 0295-383863 Kecamatan Pati, Kab. Pati Jl. Raya Pati -Kudus Km 6.3 Pati Indonesia, HP 085697988040, 08122553608, Phone 0295-381407, 381664, Fax: 0295-385652, www.dk-peanuts.com, email: pati@dk-peanuts.com	Kacang Tanah Olahan (Kacang Atom, kacang telur, Kacang Kulit Sangrai, dll)
5.	PT Dwi Kelinci	Pabrik: Jl. Raya Pati -Kudus Km 6.3 59163, Telp: 0295-381407,381664, Fax 0295-381457, Kecamatan Margorejo, Kabupaten Pati, Provinsi Jawa Tengah	Kacang panggang
6.	ABC	Pabrik: Jl. Pahlawan 26 62381, Telp: 0356-323804, HP : 0815508759, Kecamatan Semanding, Kabupaten Tuban, Provinsi Jawa Timur	Kacang Tanah Ose

Sumber: Ditjen Tanaman Pangan 2013.

# PROSPEK PENGEMBANGAN

## Prospek Pasar

Kacang tanah termasuk komoditas yang multi fungsi, yaitu dapat dikonsumsi langsung dalam bentuk biji segar, dan dapat digunakan sebagai bahan baku industri berbagai jenis makanan olahan dan minyak nabati, serta bungkilnya untuk pakan ternak. Oleh karena itu, perkembangan industri pangan dan pakan ternak berbahan baku kacang tanah telah menyebabkan meningkatnya permintaan terhadap kacang tanah dalam negeri. Meningkatnya penggunaan kacang tanah merupakan peluang pasar yang besar bagi pengembangan produksi kacang tanah.

Menurut Ditjen Tanaman Pangan (2013) bahwa pengolahan kacang tanah menjadi berbagai produk makanan dan produk antara (setengah jadi) untuk bahan baku industri, baik industri skala menengah dan besar maupun untuk skala industri rumah tangga dapat menciptakan diversifikasi produk olahan yang digemari masyarakat dan dapat meningkatkan nilai tambah. Beberapa karakteristik dari kacang tanah yang merupakan peluang bagi pengembangan produksi kacang tanah di antaranya sebagai berikut:

- 1) permintaan yang terus meningkat untuk konsumsi dan industri pengolahan
- 2) memiliki keunggulan produk untuk pangan sehat
- 3) memiliki alternatif produk turunan (pangan, pakan) karena sifatnya yang multi fungsi
- 4) harga jual yang relatif stabil dan kompetitif dengan harga kacang-kacangan lain
- 5) industri pengolahan kacang tanah dari skala kecil hingga skala besar di Indonesia berkembang dengan baik.
- 6) Berdasarkan karakteristik seperti pada butir (1) sampai (5), maka kacang tanah mempunyai prospek pasar yang sangat baik untuk dikembangkan di Indonesia.

## Prospek Produksi dan Konsumsi

Dari sisi produksi, tanpa terobosan yang berarti dalam perluasan areal tanam dan teknologi budidaya, maka ke depan produksi kacang tanah akan terus menurun. Penurunan produksi terutama disebabkan oleh tajamnya laju penurunan areal tanam melampaui laju peningkatan produktivitas. Jika pertumbuhan areal panen dan produktivitas ke depan masih seperti yang terjadi selama periode 2003–2013, maka areal panen dan produksi hingga tahun 2025 diproyeksikan terus menurun, seperti disajikan pada Tabel 7. Di sisi lain, konsumsi dalam negeri selama periode yang sama diproyeksikan terus meningkat, sehingga defisit juga meningkat dan harus dipenuhi melalui impor. Pada tahun 2025, defisit yang harus dipenuhi dari impor diproyeksikan melampaui 32% dari kebutuhan konsumsi dalam negeri. Dengan kata lain, tanpa terobosan yang berarti, di masa mendatang Indonesia makin tergantung pada impor.

Tabel 7. Proyeksi produksi dan konsumsi kacang tanah di Indonesia, 2013–2025.

Tahun	Areal (000 ha)	Produksi (000 ton)	Konsumsi Dalam Negeri (000 ton)	Surplus (000 ton)
2013	519	702	1061	-359
2014	505	694	1085	-367
2015	491	686	1109	-375
2016	478	678	1134	-383
2017	465	671	1159	-390
2018	452	663	1185	-398
2019	440	656	1211	-405
2020	428	648	1238	-413
2021	416	641	1266	-420
2022	405	634	1294	-427
2023	394	627	1323	-434
2024	383	620	1352	-441
2025	373	613	1382	-448

Sumber: BPS 2014 dan USDA 2014. Diolah.

### Strategi Pengembangan

Produksi kacang tanah selama dekade terakhir terus menurun akibat penurunan areal panen yang cukup signifikan. Jika pertumbuhan yang terjadi selama dekade terakhir masih tetap berlangsung di masa mendatang, maka produksi kacang tanah di Indonesia diproyeksikan akan terus menurun. Makin terbatasnya lahan untuk tanaman kacang tanah merupakan salah satu kendala yang menyebabkan terus menurunnya areal tanam. Selain itu, menurut Kasno (2014), bahwa adopsi varietas unggul kacang tanah di Indonesia baru mencapai rata-rata 51,36%, sehingga produktivitas rata-rata nasional masih jauh di bawah potensi hasil varietas unggul yang ada saat ini.

Makin terbatasnya lahan dan masih rendahnya produktivitas menyebabkan produksi makin tidak mampu memenuhi permintaan dalam negeri, sehingga defisit diperoyeksikan akan terus meningkat. Kecenderungan defisit yang makin besar dapat diantisipasi melalui berbagai strategi percepatan peningkatan produksi dalam negeri. Kesenjangan produktivitas antara potensi hasil varietas unggul yang tersedia dengan produktivitas di tingkat petani masih besar. Di Indonesia saat ini setidaknya terdapat 19 varietas unggul kacang tanah berdaya hasil tinggi (>3 t/ha polong kering), sementara produktivitas secara nasional baru mencapai 1,35 t/ha polong kering. Hal ini berarti bahwa masih terbuka peluang yang besar untuk meningkatkan produktivitas melalui introduksi dan promosi inovasi teknologi budidaya spesifik lokasi, termasuk penggunaan varietas unggul (Puslitbangtan 2009; Kasno 2014). Ditjen Tanaman Pangan (2013) mengidentifikasi masih besarnya senjang hasil antara potensi dengan hasil nyata di lapangan yang merupakan potensi peningkatan produktivitas. Selain itu, juga diidentifikasi ketersediaan teknologi maju dan sumberdaya manusia yang terampil dalam budidaya kacang tanah.

Sejalan dengan ketersediaan varietas unggul yang dihasilkan dari serangkaian penelitian pemuliaan tanaman, Badan Litbang Pertanian saat ini juga mengembangkan inovasi baru berupa teknologi Pengelolaan Tanaman Terpadu (PTT) untuk kacang tanah. Keter-

sediaan inovasi teknologi PTT spesifik lokasi merupakan potensi yang besar untuk meningkatkan produktivitas mencapai sasaran 2 t/ha polong kering pada tahun 2014 dan 2,5 t/ha polong kering pada tahun 2010 (Harsono 2012). Dalam inovasi teknologi PTT, komponen teknologi yang diterapkan dikelompokkan ke dalam dua kelompok, yaitu teknologi dasar dan teknologi pilihan. Menurut Rahmianna *et al.* (2010), bahwa kelompok teknologi dasar merupakan syarat keharusan yang diterapkan di semua agro-ekosistem di semua daerah, sedangkan penerapan teknologi pilihan disesuaikan dengan kondisi agro-ekosistem serta kemampuan dan kemauan petani. Yang tergolong Teknologi Dasar meliputi: (1) penggunaan varietas unggul baru (VUB), (2) penggunaan benih bermutu dan berlabel, (3) pengolahan tanah, (4) pembuatan saluran drainase, (5) pengaturan populasi tanaman dengan jarak tanam, dan (6) pengendalian organisme pengganggu tanaman (OPT) secara terpadu. Yang termasuk Teknologi Pilihan adalah: (1) pemupukan sesuai kebutuhan tanaman dan kesuburan tanah, (2) pemberian pupuk organik, (3) ameliorasi untuk lahan masam, (4) pengairan pada periode kritis, dan (5) penerapan panen dan pascapanen yang baik.

Strategi pengembangan inovasi teknologi yang harus ditingkatkan ialah **alih teknologi** dari Badan Litbang Pertanian sebagai sumber teknologi kepada petani atau kelompok tani sebagai pengguna teknologi. Dalam hal alih teknologi, Badan Litbang Pertanian telah membentuk Balai Pangkajian Teknologi Pertanian (BPTP) sebagai ujung tombak di 33 provinsi. Mandat utama BPTP adalah menyediakan teknologi tepat guna spesifik lokasi di wilayah kerja masing-masing. Untuk menyediakan teknologi tepat guna spesifik lokasi, BPTP melakukan perakitan dan uji adaptasi teknologi yang siap pakai dari balai penelitian komoditas nasional, di wilayah kerja masing-masing. Selain itu, BPTP juga berperan aktif melakukan alih teknologi melalui berbagai pendekatan diseminasi, seperti audiensi dengan *stakeholder* pertanian di daerah, seminar, temu alih teknologi, pameran teknologi, penyebaran leaflet dan brosur teknologi serta gelar teknologi bekerjasama dengan kelompok tani, lembaga penyuluhan, dinas terkait dan pihak swasta di daerah. Dengan kerjasama yang baik antarberbagai pihak, diharapkan proses alih teknologi dapat berjalan lebih cepat, sehingga petani paham, mampu, dan mau menerapkan teknologi maju guna meningkatkan produktivitas.

Namun demikian, kendala yang masih sering dihadapi petani dalam menerapkan teknologi maju ialah keterbatasan modal. Oleh karena itu, Ditjen Tanaman Pangan masih memandang penting adanya subsidi benih unggul, pupuk dan pestisida. Di samping itu, penyediaan kredit lunak dengan administrasi sederhana juga diperlukan untuk mengatasi keterbatasan modal petani dalam menerapkan teknologi maju. Selain keterbatasan modal, sumberdaya lahan juga merupakan salah satu faktor penentu (*determinant factor*) keberhasilan dalam meningkatkan produksi kacang tanah. Oleh karena itu, sudah saatnya pemerintah memberi perhatian yang cukup dalam membangun lembaga keuangan mikro seperti Bank Pertanian untuk menyediakan kredit lunak dengan administrasi yang sederhana di perdesaan. Selain itu, lahan-lahan bekas HGU perkebunan yang saat ini ditelantarkan selayaknya didistribusikan ke petani kecil untuk pengembangan budidaya kacang tanah. Perluasan areal tanam juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan areal perkebunan muda sebelum tajuknya menutupi permukaan lahan. Menurut data Statistik Perkebunan bahwa saat ini setidaknya terdapat 2,48 juta ha tanaman kelapa sawit muda atau disebut Tanaman Belum Menghasilkan (TBM) dan sekitar 0,75 juta ha TBM karet yang tersebar di seluruh Indonesia (Ditjen Perkebunan 2010a; Ditjen Perkebunan 2010b). Jika 10% saja dari lahan TBM tersebut ditanami kacang tanah, maka akan terdapat tambahan

luas areal tanam sekitar 323 ribu ha, atau sekitar 62% dari areal panen tahun 2013. Jika produktivitas yang dicapai dari perluasan areal ini rata-rata 50% dari produktivitas nasional, maka tambahan areal tanam tersebut akan menyumbang sekitar 31% dari produksi kacang tanah nasional. Namun untuk melaksanakan strategi ini diperlukan kemauan dan komitmen politik dari pemerintah untuk melakukan gerakan serentak tanam kacang tanah (Gertak Tanah) secara nasional pada TBM kelapa sawit dan karet di seluruh kabupaten/kota di Indonesia. Sebagai pemicu, di awal gerakan pemerintah selayaknya menyediakan sarana produksi (benih unggul, pupuk dan bahan kimia lain) yang diperlukan.

## PENUTUP

Sebagai salah satu komoditas pangan yang bernilai ekonomi tinggi, popularitas kacang tanah di Indonesia tidak setinggi kedelai, sehingga relatif belum tersentuh oleh kebijakan pengembangan agribisnisnya. Oleh karena itu, teknologi budidaya yang diterapkan petani masih tradisional dan sederhana, sehingga produktivitasnya relatif masih rendah.

Pertambahan penduduk dan pesatnya perkembangan industri makanan berbahan baku kacang tanah telah memicu peningkatan permintaan kacang tanah. Namun di sisi lain, produksi dalam negeri makin tidak mampu memenuhi permintaan yang terus meningkat, sehingga Indonesia masih menjadi negara importir kedua terbesar dunia setelah Uni Eropa. Bahkan produksi nasional selama dekade terakhir terus menurun akibat menurunnya areal tanam. Dua faktor yang diduga menyebabkan penurunan areal, yaitu kurangnya insentif harga dan makin sulitnya petani mencari lahan untuk tanaman kacang tanah. Peningkatan produktivitas karena kemajuan teknologi belum mampu mengimbangi laju penurunan areal tanam, sehingga produksi terus menurun.

Rataan produktivitas kacang tanah di Indonesia masih jauh di bawah produktivitas yang dicapai di China dan Amerika Serikat, bahkan masih jauh di bawah potensi hasil varietas unggul yang ada di Indonesia saat ini. Oleh karena itu, pengembangan teknologi PTT dengan menggunakan varietas unggul berdaya hasil tinggi merupakan kebijakan yang strategis dalam upaya meningkatkan produksi dan mengurangi ketergantungan pada impor kacang tanah. Kebijakan tersebut dapat diimplementasikan dalam bentuk gerakan serentak tanam kacang tanah, terutama di lahan-lahan tanaman kelapa sawit dan karet muda yang tajuknya belum menutupi permukaan lahan, di seluruh kabupaten/kota di Indonesia. Gerakan tersebut perlu dipicu dengan program bantuan penyediaan sarana produksi (benih unggul, pupuk dan bahan kimia lain) yang diperlukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kasno, A., dan. D. Harnowo. 2014. Karakteristik varietas unggul kacang tanah dan adopsinya oleh petani. *Iptek Tanaman Pangan* 9(1): 13–23. Puslitbang Tanaman Pangan.
- Ditjen Perkebunan. 2010a. Statistik Perkebunan Indonesia 2009–2011. Kelapa Sawit. Departemen Pertanian. Jakarta.
- Ditjen Perkebunan. 2010b. Statistik Perkebunan Indonesia 2009–2011. Karet. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Ditjen Tanaman Pangan. 2013. Prospek Pengembangan Agribisnis Kacang Tanah. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Erwidodo dan Saptana. 1996. Prospek harga dan pemasaran kacang tanah di Indonesia. Hlm. 21–40 *dalam* N. Saleh, K. Hartojo, Heriyanto, A. Kasno, A.G. Manshuri, Sudar-



- yono, dan A. Winarto. (Peny.). Risalah Seminar Nasional Prospek Pengembangan Agribisnis Kacang Tanah di Indonesia. Edisi Khusus Balitkabi No. 7-1996. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan.
- Harsono, A. 2012. Inovasi teknologi budidaya berbasis pengelolaan tanaman terpadu untuk meningkatkan produksi kacang tanah. Orasi Pengukuhan Profesor Riset Bidang Budidaya Tanaman. Kementerian Pertanian dan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Bogor, 5 April 2012.
- Hutabarat, B. 2003. Prospect of feed crops to support the livestock evolution in South Asia: Framework of the study project. *In Proc. of Workshop on the CGPRT Feed Crops Supply/Demand and Potential/Constraints for Their Expansion in South Asia held in Bogor. Indonesia. Sept 3–4. 2002. CGPRT Centre Monograph No. 42. Bogor. Indonesia.*
- Purba, F.H.K. 2012. Potensi pengembangan kacang tanah dalam peluang usaha di berbagai daerah Indonesia. <http://heropurba.blogspot.com/2012/11/potensi-pengembangan-kacang-tanah-dalam.html>. Diakses 3 Juli 2014.
- Puslitbang Tanaman Pangan. 2009. Deskripsi Varietas Unggul Palawija 1918–2009. Puslitbang Tanaman Pangan.
- Rahmianna, A.A., A. Taufiq, J. Purnomo, Marwoto, dan N. Saleh. 2010. Pedoman Umum PTT Kacang Tanah. Puslitbang Tanaman Pangan. Bogor.
- Rina, Y. 2006. Pemasaran kacang tanah di lahan lebak Kalimantan Selatan. *Dalam* Noor, M., I. Noor, dan A. Supriyo (Eds). *Prosiding Seminar Nasional Pengelolaan Lahan Terpadu*. Balai Besar Sumberdaya Lahan Pertanian.
- Santosa, B.A.S. 2009. Inovasi Teknologi *Defatting*: Peluang peningkatan diversifikasi produk kacang tanah dalam industri pangan. Orasi Pengukuhan Profesor Riset Bidang Pengolahan Hasil. Badan Litbang Pertanian. Bogor.