

AGRIFARM

JURNAL AGRIBISNIS DAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

Volume 1 No. 1

JUNI 2022

**EFISIENSI PEMASARAN KOPI ARABIKA (OSE) DI DESA WANAGIRI,
KECAMATAN SUKASADA, KABUPATEN BULELENG**

Kadek Daniel Satriawan, I Made Budiasa, Putu Fajar Kartika Lestari

**KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHATANI TOGA TERHADAP
PENDAPATAN KELUARGA DI DESA MEKAR BHUANA, KECAMATAN
ABIANSEMAL KABUPATEN BADUNG**

Genoveva Sarina Adung, Dian Tariningsih, Ni Gst. Ag. Eka Martiningsih

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SALAK GULA PASIR DESA
SIBETAN, KECAMATAN BEBANDEM, KABUPATEN KARANGASEM**

Supriadi Uma, I Made Tamba, Cening Kardi

**EFISIENSI DAN PENDAPATAN USAHATANI EDELWEIS DI DATARAN
TINGGI**

Ni Luh Yoni, I Ketut Arnawa, Ni Putu Sukanteri

**KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHATANI LAHAN KERING TERHADAP
PENDAPATAN RUMAH TANGGA**

Margareta Imul, Nyoman Utari Vipriyanti, Nyoman Yudiarini

**PENGARUH KELEMBAGAAN KOPI ARABIKA BERBASIS EKSPOR CV.
KOPI GUNUNG CATUR KINTAMANI KABUPATEN BANGLI**

I Putu Gede Hendrayana, Ida Ayu Made Dwi Susanti, Luh Putu Kirana Pratiwi, Ni Putu Anglila Amaral

PENERBIT



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR**

EFISIENSI PEMASARAN KOPI ARABIKA (OSE) DI DESA WANAGIRI, KECAMATAN SUKASADA, KABUPATEN BULELENG

Kadek Daniel Satriawan¹, I Made Budiassa², Putu Fajar Kartika Lestari³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

*corresponding Author: satriawandaniel@gmail.com

ABSTRACT

This study entitled Arabica (ose) coffee marketing efficiency in Wanagiri village, Sukasada district, Buleleng district. The purpose of this study was to analyze marketing costs, marketing margins, farmer share in each Arabica (ose) coffee marketing institution in Wanagiri Village, Sukasada District, Buleleng Regency. The location of the research was determined purposively in Wanagiri Village. This research was conducted with 48 farmers as respondents in Wanagiri Village, using simple random sampling method and at the marketing agency determined as many as 15 people consisting of 2 collectors traders, 7 retailers and 9 consumers. The results of the research on the analysis of marketing costs, marketing margins and marketing efficiency of Arabica coffee (ose) obtained the following results: (1) In the marketing channel level I there were no marketing costs and margins (0), farmer share 100%, marketing efficiency 0.00 %. (2) In the second level marketing channel, the marketing cost of marketing margin (1,200), farmer share is 95%, marketing efficiency is 6.8%. (3) In the third-level marketing channel, the marketing cost of marketing margin (3,200), farmer share is 87%, marketing efficiency is 11%. (4) The most efficient marketing channel is the level I channel (Products sold from farmers directly to consumers).

Keywords: Marketing margin, Farmer share and Marketing efficiency

I.PENDAHULUAN

Kabupaten Buleleng telah berkembang beragam hasil perkebunan di Buleleng. Pengembangan industry pengolahan untuk sector perkebunan di Kabupaten Buleleng direkomendasikan dengan memanfaatkan produksi unggulan salah satunya adalah kopi. Di wilayah Kabupaten Buleleng ada dua jenis kopi, yaitu Kopi Robusta dan Kopi Arabika. Kopi Arabika sangat cocok dibudidayakan di Desa

Wanagiri karena kopi Arabika sendiri hanya bisa tumbuh di ketinggian 1000-2000 meter di atas permukaan laut. Kopi Arabika lebih murah dari Kopi Robusta. Dalam satu tahun produksi kopi bisa mencapai 500 ton. Hal ini merupakan potensi yang luar biasa bagi pengembangan desa. Terkait dengan potensi desa tersebut, tentunya dibutuhkan pengelolaan kopi yang profesional, baik dari segi manajemen maupun masalah masalah teknis yang ada. Beberapa

aspek teknis yang dimaksud adalah adanya sistem pengolahan yang bisa secara cepat membantu petani kopi dalam proses produksinya.

Pada kegiatan efisiensi pemasaran kopi Arabika (*ose*) di Desa Wanagiri kabupaten Buleleng adapun permasalahan yang mereka hadapi yaitu pada proses sangrai kopi, kadang mereka mendapatkan hasil yang masih mentah, atau kadang kadang gosong. Masalah lain juga bahan bakar yang digunakan adalah kayu bakar, tentu hal ini sedikit banyak terkait dengan keberadaan kayu, dan usaha pelestarian lingkungan. Dalam pemasarannya, sampai saat ini masih dijumpai beberapa kendala diantaranya pola saluran pemasaran yang digunakan, besar biaya pemasaran yang dikeluarkan, besar margin pemasaran dan efisiensi pemasaran dalam budidaya Kopi Arabika. Hal ini sangat mempengaruhi pemasaran Kopi Arabika (*ose*) di Desa Wanagiri, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Hal inilah yang mendorong peneliti melakukan suatu penelitian mengenai Efisiensi pemasaran Kopi Arabika (*ose*), Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran, *farmer share* di setiap lembaga pemasaran kopi Arabika (*ose*) di Desa Wanagiri, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini meliputi harga beli, jumlah produksi, harga jual dari petani, biaya transportasi dan biaya pengemasan.

Data kualitatif dalam penelitian ini meliputi, karakteristik responden, kendala-kendala dalam memasarkan produk kopi arabika dan gambaran umum lokasi.

Dalam penelitian ini digunakan Metode Analisis Margin Pemasaran, Farmer Share, Efisiensi Pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan pada analisis biaya pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran kopi arabika (*ose*) diperoleh hasil sebagai berikut: 1. Pada saluran pemasaran tingkat I tidak diperoleh biaya dan margin pemasaran (0), farmer share 100%, efisiensi pemasaran 0,00%. 2. Pada saluran pemasaran tingkat II diperoleh biaya pemasaran margin pemasaran (1.200), farmer share 95%, efisiensi pemasaran 6,8%. Pada saluran pemasaran tingkat III diperoleh biaya pemasaran margin pemasaran (3.200), farmer share 87%, efisiensi pemasaran 11%. 4. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu saluran tingkat I (Produk yang dijual dari petani langsung ke konsumen).

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih oleh peneliti adalah di Desa Wanagiri, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Populasi dalam penelitian ini semua petani di Desa Wanagiri yang berjumlah 90 orang petani. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *simple random sampling*. Dalam menghitung penentuan jumlah sampel dan populasi maka digunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel untuk penelitian ini 48 orang petani yang berada di Desa Wanagiri, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Sampel lembaga pemasaran adalah 15 orang yang

terdiri dari pedagang pengepul 2 orang, pedagang pengecer 7 orang dan konsumen 9 orang. Yang pengambilan responden di tentukan secara *snowball sampling*.

Metode observasi pengumpulan data yang diperoleh dari pengamatan langsung terhadap aktivitas petani kopi Arabika selama beberapa waktu melalui perekaman, pemotretan fenomena guna pemenuhan data analisis. Metode wawancara mendalam yaitu proses mendapatkan keterangan dengan cara tanya jawab dengan beberapa petani sambil bertatap muka, dan sebagian dengan FGD antara pewawancara dan petani sampel yang berpedoman pada daftar pertanyaan/kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu yang meliputi karakteristik responden, luas lahan, produksi, pemasaran dan pertanyaan yang berhubungan dengan masalah pemasaran kopi arabika. Kuisisioner merupakan sejumlah pertanyaan

1. Analisis Margin Pemasaran

Menurut Widiastuti dan Harisudin (2013) untuk menghitung marjin dari setiap Lembaga pemasaran digunakan rumus:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

- M_p = Marjin pemasaran (Rp/kg)
- P_r = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)
- P_f = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

2. Farmer Share

Analisis *farmer Share* bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dan harga di tingkat konsumen yang di nyatakan dalam persentase (%). *Farmer Share* dirumuskan sebagai berikut:

tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahui. Data yang dihasilkan biaya pemasaran, efisiensi dan harga. Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan efisiensi pemasaran Kopi Arabika Di Desa Wanagiri Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Studi dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan cara melihat, mencatat yang berhubungan dengan efisiensi pemasaran Kopi Arabika di Desa Wanagiri, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng. Metode analisis pemasaran sebagai berikut.

$$F = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

- F = *Farmer Share*
- P_f = Harga di tingkat produsen/petani (Rp/kg)
- P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

3. Efisiensi Pemasaran

Menurut Roesmawaty (2011) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yang terlibat digunakan rumus:

$$E_p = \frac{TB}{TNB} \times 100\%$$

Keterangan:

- E_p = efisiensi pemasaran %
- TB = total biaya pemasaran (Rp)
- TNB = total nilai produk (Kg)

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah:

1. $0 - 33\% =$ efisien

2. $34 - 67\% =$ kurang efisien

3. $68 - 100\% =$ tidak efisien

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Nilai Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Wanagiri, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng

Tabel 1. Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika

Saluran Pemasaran	Biaya pemasaran (Rp)	Nilai produk Dipasarkan (Rp)	Efisiensi (%)
I	0	26.000	0,00
II	1.200	26.200	4,50
III	3.200	28.200	11,00

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa yang paling efisien pemasarannya terdapat pada saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan karena biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I tidak ada. Sedangkan pada saluran pemasaran II dan III efisiensi pemasaran lebih besar karena lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak sehingga semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan. Efisiensi pada saluran II dan III dikatakan kurang efisien karena banyak lembaga/perantara yang terlibat dalam proses pemasaran kopi arabika, sehingga semakin besar biaya yang dikeluarkan. Disamping itu selain banyaknya biaya yang dikeluarkan resiko yang harus diterima juga cukup besar salah satunya produk cepat rusak karena melewati saluran yang cukup panjang.

Efisiensi pemasaran dapat diperbaiki dengan cara meningkatkan output pemasaran ataupun dengan mengurangi biaya pemasaran yang

dikeluarkan. Jadi efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan melihat perbandingan antara output pemasaran yang dikeluarkan. Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari Panjang pendeknya saluran pemasaran, skala produksi, dan cepat tidaknya produk rusak dalam proses distribusi, dimana semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen makin Panjang saluran pemasaran yang terjadi dan semakin banyak biaya pemasaran yang dikeluarkan (biaya transportasi/bensin) begitupun dengan factor/skala produksi dimana semakin kecil sekal produksi maka saluran yang terjadi cenderung Panjang karena memerlukan perantara sehingga biaya yang di keluarkan juga semakin bnyak serta cepat tidaknya produk rusak dimana produk yang sudah rusak menghendaki saluran pemasran yang pendek, karena harus segera di terima konsumen hal ini yg menjadi alasan petani memilih saluran pemasaran I.

Selain itu kenapa petani juga lebih memilih saluran pemasaran I karena proses penjualan Kopi Arabika dianggap lebih mudah, baik dalam proses pembelian maupun masalah pembayaran terutama petani yang produksi kopi arabika dalam jumlah yang lebih banyak di bandingkan dengan lembaga pemasaran.

3.2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran juga dapat diartikan semua biaya yang telah terjadi dalam rangkamemasarkan produk atau barang dagangan,

dimana biaya tersebut timbul dari saat produk atau barang dagangan siap dijual sampai dengan di terimanya hasil penjualan menjadi kas (Upriyono, 1999). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak dapat biaya pemasaran pada saluran I, sementara pada saluran pemasaran II dan III ada beberapa biaya pemasaran yang dikluarkan oleh pedagang pengepul, dan pedagang pengecer. Untuk mengetahui lebih jelas koponen biaya dalam tingkat saluran pemasaran kopi Arabika Di desa Wanagiri dapat dilihat ada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Biaya Pemasaran Dan *Farmer Share* Kopi Arabika

No	Uraian	Saluran I (1-4)	Saluran II (1-2-4)	Saluran III (1-2-3-4)
1	Petani kopi Arabika Harga jual	26.000	25.000	25.000
2	Pedagang pengepul			
	Harga beli		25.000	25.000
	Biaya tenaga kerja / kuli angkut		300	250
	Biaya transportasi		300	250
	Keuntungan		600	500
	Harga jual		26.200	26.000
	Margin pemasaran		1.200	1.000
	<i>Frmer share</i>		95%	96%
3	Pedagang pengecer			
	Harga beli			26.000
	Biaya transportasi			300
	Biaya tenaga kerja / sortir			300
	Biaya kemasan			500

Keuntungan	1.100
Harga jual	28.200
Margin pemasaran	2.200

<i>Farmer share</i>				92%
---------------------	--	--	--	-----

4 *Konsumen*

Harga Beli Konsumen	26.000	26.200	28.200
Total Biaya Pemasaran	0	1.200	3.200
Margin Pemasaran	0	1.200	3.200

Farmer Share	100%	95%	87%
--------------	------	-----	-----

Sumber: Data Primer, 2021

Kegiatan pendistribusian kopi Arabika dari petani kekonsumen memerlukan pedagang perantara atau disebut juga lembaga pemasaran yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran. Penyaluran hasil produksi dari produsen ke konsumen melalui lebih dari satu saluran pemasaran dimana masing-masing saluran melibatkan lembaga pemasaran yang sama. Pada saluran pemasaran I petani langsung menjual biji kopi arabika ke konsumen, artinya tidak melalui lembaga perantara dalam memasarkan hasilnya. Margin pemasaran pada pola saluran I tidak ada (0) sehingga pada saluran ini petani tidak dirugikan. *Farmer share* yang di peroleh pada pola saluran pemasaran I yaitu 100% , dimana semakin besar persentase *farmer share* maka semakin tinggi nilai yang di terima petani. Harga jual Kopi Arabika ke konsumen yaitu Rp. 26.000/kg.

Pada saluran pemasaran II pedagang pengepul membeli Kopi Arabika langsung kepada petani, Dalam proses pengangkutan Dalam 1

kali proses pengangkutan adalah 300/kg Jumlah rata-rata transportasi yang di keluarkan pedagang pengepul untuk mengangkut kopi Arabika dari Desa Wanagiri menuju lokasi penjualan pedagang pengepul dalam satu kali proses pengangkutan sebesar Rp, 300/kg dan biaya tenaga kerja sebesar 300/kg. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp.1.200, harga jual kopi dari petani kepedagang pengepul sebesar Rp. 25.000/kg dan harga jual konsumen sebesar Rp, 26.200/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 1.200/kg yang di dapat dari selisih harga yang di terima petani dengan harga yang di bayar pihak konsumen, dimana semakin tinggi margin pemasaran maka semakin tinggi keuntungan lembaga pemasaran sehingga petani tidak secara langsung di rugikan. Penelitian ini menunjukkan besarnya bagian yang di terima petani (*farmer share*) yaitu sebesar 95%, dengan keuntungan yang di terima pedagang pengepul sebesar Rp, 600/kg . pada saluran pemasaran II terdapat

lembaga pemasara yg terlibat yaitu pedagang pengepul. Pihak lembaga pemasaran pedagang pengepul sebagai perantara mengambil keuntungan sehingga ini mempengaruhi besarnya bagian yang di terima petani Kopi Arabika di Desa Wanagiri.

Pada saluran pemasaran III pedagang pengepul yang langsung membeli Kopi Arabika sebanyak 2 orang, sedangkan pedagang pengecer 7 orang . jumlah pengangkutan yang dilakukan dagang pengepul dalam satu kali proses pengangkutan kg. jumlah nilai rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengepul untuk mengangkut biji kopi Arabika dari desa wanagiri menuju keberberapa pasar local dalam satu kali proses pengangkutan sebesar 125.000 atau 250/kg, rata-rata biaya tenaga kerja yang di dikeluarkan sebesar 250/kg. Harga jual dari petani kepedagang pengepul sebesar Rp. 25.000/kg dan harga jual Kopi Arabika dari dagang pengepul kepedagang pengecer sebesar Rp 26.000/kg dengan total biaya pemasaran yang di keluarakan oleh pedagang pengepul sebesar Rp 3.200/kg dengan keuntungan yg diterima pedagang pengepul sebesar Rp. 500/kg. Margin pemasaran pada saluran III di tingkat pengepul yaitu sebesar Rp, 1000/kg dimana semakin besar margin pemasaran maka keuntungan yang di peroleh pedagang pengepul semakin tinggi. *Farmer share* (bagian yang di terima petani) pada saluaran III yaitu 96%, hal inilah yang menyebabkan petani tidak mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi karena pada pola saluaran III terlibat lembaga pemasaran/perantara.

Peadagang pengecer membeli kopi Arabika ke pedagang pengepul

sebesar Rp,26.000/kg. Jumlah pengangkutan yang dilakukan pedagang pengecer dalam satu kali proses pengangkutan 300 kg. jumlah rata-rata biaya tarsportasi yang di keluarakan pedagang pengecer Rp 300/kg dan biaya tenaga kerja Rp. 300/kg dan biaya kemasan sebesar Rp 500/kg. Total biaya pemasaran yang di keluarakan oleh pedagang pengecer sebesar RP. 1.500/kg dengan keuntungan yang di peroleh pedagang pengecer sebesar Rp. 1.100/kg Margin pemasaran saluran III tingkat pengecer sebesar Rp 2.200 yang di dapatkan dari selisih harga yang di terima petani dengan selisih haraga yang di bayar konsumen , dimana semakin tinggi margin pemasaran maka semakin tinggi keuntungan lembaga pemasaran . *farmer share* pada saluran III ditingkat pengecer yaitu seabesar 92 %

Total biaya pemasaran pada saluran III yaitu 3.200, biaya pemasaran pada saluran III lebih besar karena semakin banyak lembaga pemasaran terlibat. Margin pemasaran pada sauran III yaitu sebesar 3.200, dimana semakin tinggi margin maka semakin tinggi keuntungan lembaga pemasaran, dalam hal ini petani gtidak secara langsung di rugikan . *farmer share* pada saluran III sebesar 92%, dalam hal ini konsumen mengalami kerugian dengan harga beli konsumen kepedagang pengecer sebesar Rp. 28.200/kg.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada saluran pemasaran tingkat I tidak diperoleh biaya dan margin pemasaran

- (0), farmer share 100%, efisiensi pemasaran 0,00%.
2. Pada saluran pemasaran tingkat II diperoleh biaya pemasaran margin pemasaran (1.200), farmer share 95%, efisiensi pemasaran 6,8%.
 3. Pada saluran pemasaran tingkat III diperoleh biaya pemasaran margin pemasaran (3.200), farmer share 87%, efisiensi pemasaran 11%.
 4. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu saluran tingkat I (Produk yang dijual dari petani langsung ke konsumen).

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, I., Asmarantaka, R. W., & Nurmawati, R. 2018. *Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Kasus: Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah)*. Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen, 8(2), 254-271.
- Baviga, Rado, Ernawati Hamid, And Saad Murdy. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kopi Arabika Di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi*. Journal Of Agribusiness And Local Wisdom 4.1 (2021): 55-64.
- Caesara, Vinia, Mustafa Usman, And Akhmad Baihaqi. *Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Biji Kopi (Green Bean) Arabika Di Kabupaten Bener Meriah*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian 2.1 (2017): 250-261.
- Manalu, E. M. B. 2017. *Analisis Pemasaran Kopi Arabika (Coffea arabica) Studi Kasus: Desa Sitinjo Ii, Kecamatan Sitinjo*. Kabupaten Dairi.
- Nurhapsa, N., Nuddin, A., Suherman, S., & Lismayanti, L. (2018, July). Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Arabika Di Kabupaten Enrekang. In *Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi* (Vol. 1, Pp. 230-234).

KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHATANI TOGA TERHADAP PENDAPATAN KELUARGA DI DESA MEKAR BHUANA, KECAMATAN ABIANSEMAL KABUPATEN BADUNG

Genoveva Sarina Adung¹, Dian Tariningsih², dan Ni Gst. Ag. Eka
Martiningsih³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

**corresponding author: sarinaadungsary1998*

ABSTRACT

Family medicinal plants which include ginger, turmeric, galangal, temu lawak, are one of the people's choices to be planted in their yards with consideration because they can be used for health. The purpose of the study was to analyze the income, contribution and efficiency farming in Mekar Bhuana Village, Abiansemal District, Badung Regency. The types of data used in this study were quantitative and qualitative data, while the data sources in this study were primary and secondary data. Respondents in the study amounted to 10 people. The methods of collection include observation, interviews, literature study and documentation. The results showed that the amount of farming income in Mekar Bhuana Village, Abiansemal District, Badung Regency per planting period for 7 months, expanding 19.1 acres of land was Rp. 350.701.or Rp. 1.836.130 per planting period per ha. The contribution of farm income to the total family income in Mekar Bhuana Village, Abiansemal District, Badung Regency is Rp. 350.701 (8,17%), while the efficiency of farming in Mekar Bhuana Village, Abiansemal District, Badung Regency is profitable and efficient to develop, so it can be suggested to farmers to continue developing cultivation, especially in Mekar Bhuana Village, Abiansemal District, Badung Regency. considering the contribution of TOGA farming to total family income is quite high and profitable.

Keywords: Contribution, Income, Family Medicinal Plants, Farming

I.PENDAHULUAN

Tanaman obat keluarga menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk tanam dilahan pekarangan dengan pertimbangan karena dapat dimanfaatkan untuk kesehatan. Tanaman obat dapat dijadikan obat yang aman, tidak mengandung bahan kimia, murah, dan mudah didapat. Obat tradisional merupakan obat yang digunakan sebagian besar masyarakat sebagai bahan baku obat secara turun temurun. Penggunaan tumbuh-tumbuhan dalam penyembuhan adalah pengobatan tertua di dunia. Pemanfaatan tanaman obat di Indonesia merupakan program alternatif untuk memenuhi kebutuhan dasar dalam pelayanan kesehatan.

Pemanfaatan TOGA umumnya untuk pengobatan gangguan kesehatan keluarga menurut gejala-gejala umum seperti demam panas, batuk, sakit perut, dan gatal-gatal. TOGA dapat dijadikan sebagai alternatif obat tradisional yang paling mudah dicari saat anggota keluarga ada yang sakit. Keunikan dan manfaatnya yang baik inilah yang menjadikan petani senang membudidayakan TOGA, apalagi dengan harga yang cukup tinggi perkilogramnya, sehingga semakin membuat petani bergairah ingin menanamnya dengan harapan dapat menambah pendapatan rumah tangganya.

II.METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Mekar Bhuana, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan dasar pertimbangan. Desa Mekar Bhuana, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung memiliki potensi yang cukup

potensial dalam mengembangkan usahatani tanaman obat keluarga. Sebagian petani membudidayakan tanaman obat keluarga di Desa Mekar Bhuana dibandingkan petani yang ada di sekitarnya Kabupaten Badung. Data yang telah terkumpul kemudian diolah dan selanjutnya dianalisis, adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1.Analisis Pendapatan usahatani

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

Π = pendapatan / *income* (Rp)

TR = penerimaan / *total revenue* (Rp)

TC = total biaya (*total cost*)

Analisis Data Deskriptif presentase (DP).

Analisis DP di gunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi usahatani TOGA terhadap pendapatan keluarga petani dalam satuan persen (%).

2.Persentase Kontribusi Pendapatan

$$\text{Kontribusi} = \frac{\text{pendapatan usahatani tanaman obat keluarga (Toga)}}{\text{total pendapatan petani}} \times 100\%$$

3.Penerimaan

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR : Total Penerimaan / *total revenue* (rp)

P : Harga Produk

Q : Jumlah produk

4.R/C Ratio

$$R/C = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

R/C = Return Cost Ratio
 TR = Total Penerimaan (revenue)
 TC = Total Biaya (cost)

Suatu usaha dapat dikatakan menguntungkan dan efisien untuk dikembangkan apabila nilai R/C ratio lebih besar dari satu ($R/C > 1$), semakin tinggi nilai R/C menunjukkan bahwa penerimaan yang di peroleh semakin besar. Namun apabila nilai R/C lebih kecil dari satu ($R/C < 1$), maka usaha ini tidak mendatangkan keuntungan sehingga tidak efisien untuk di kembangkan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Petani Responden

Karakteristik responden dalam hasil penelitian ini dijabarkan dalam pembahasan dibawah ini. Deskripsi karakteristik petani responden meliputi umur, dan pendidikan formal, dan Pengalaman usahatani, dan luas lahan usahatani. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan aktifitas, termasuk dalam melakukan kegiatan usahatani TOGA. Rata-rata umur 50,2 tahun. Umur responden terbanyak berada pada rentang umur 43-47 tahun sebanyak 5 orang (50%), sedangkan umur responden dengan

rentang umur 48-52 dan 58-62 tahun sebanyak 2 orang (20%), dan umur responden dengan rentang 53-57 tahun sebanyak 1 orang (10%).

Tingkat pendidikan responden juga dapat digunakan sebagai tolak ukur tingkat intelektual seseorang. Semakin tinggi pendidikan yang dimiliki maka semakin tinggi pula tingkat intelektualnya. Rata-rata tingkat pendidikan responden tertinggi pada tingkat pendidikan SD dan SMA yang masing-masing sebanyak 4 orang (40%), sedangkan tingkat pendidikan SMP sebanyak 2 orang (20%).

3.2. Biaya Usahatani TOGA

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli sarana produksi berupa pupuk kompos, pupuk KCL, bibit, peralatan serta tenaga kerja upahan untuk pengolahan lahan, persiapan penanaman dan pemeliharaan. Biaya yang digunakan adalah biaya eksplisit, yaitu biaya yang nyata dikeluarkan petani selama satu kali periode tanam perluas lahan selama 7 bulan di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung secara rinci dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya Total Usahatani Tanaman TOGA di Desa Mekar Bhuana

No	Jenis biaya	Kuantitas	Satuan	Harga (Rp)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
Biaya variabel						
1	Bibit jahe	32	Kg	7.000	224.000	5,69
2	Bibit lengkuas	10	Kg	5.000	50.000	1,27
3	Bibit kunyit	16	Kg	6.000	96.000	2,44

4	Bibit temulawak	43	Kg	5.000	215.000	5,46
5	Pupuk KCL	129	Kg	8.000	1.032.000	26,19
6	Pupuk kompos	115	Kg	5.000	575.000	14,59
7	Karung	32	Lembar	5.000	160.000	4,06
8	Tenaga kerja	21	HOK	70.000	1.470.000	37,30
	Total I				3.822.000	
Biaya tetap						
1	Pajak				114.600	2,90
2	Penyusutan alat					
	Cangkul				1.714	0,04
	Sabit				1.285	0,03
	Pisau				1.200	0,03
	Total II				118.799	100
	Total I +II				3.940.799	

Sumber: Data Primer, 2021

Rata-rata besarnya biaya usahatani TOGA dalam satu kali periode tanam (7 bulan) perluas lahan (19,1 are) adalah sebesar Rp.3.940.822. atau sebesar Rp 20.632.455 per periode tanam per Ha. Sumber pendapatan petani TOGA di Desa Mekar Bhuana bersumber dari pertanian yaitu tanaman (TOGA, padi, kacang panjang, dan bunga pacar dan pendapatan dari non usahatani seperti pedagang dan buruh. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Sumber Pendapatan Petani TOGA di Desa Mekar Bhuana

No	Sumber pendapatan	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
A. Pendapatan Usahatan i			
1	TOGA	4.291.500	54,25
2	Padi	226.211	2,86
3	Kacang panjang	70.281	0,89
4	Bunga pacar	117.000	1,47
	Total A	4.704.992	
B. Pendapatan Non Usahatan i			
1	Pedagang	2.683.333	33,90
2	Buruh	525.000	6,63
	Total B	3.208.333	100
	Total A+B	7.913.325	

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa sumber pendapatan petani dari usahatani (TOGA, padi, kacang panjang, dan bunga pacar) sebesar Rp. 4.704.992 dan pendapatan dari non usahatani pedagang dan buruh sebesar Rp. 3.208.333. Pendapatan Total petani TOGA sebesar Rp. 7.913.325.

3.2. Penerimaan Usahatani TOGA

Rata-rata penerimaan usahatani TOGA di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung, secara rinci dapat di lihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-Rata Penerimaan Usahatani TOGA di Desa Mekar Bhuana

No	Uraian	Produksi (kg)	Harga (Rp)	Nilai (Rp)
1	Jahe	102,6	15.000	1.539.000
2	Kunyit	81,5	15.000	1.222.500
3	Temulawak	101	15.000	1.515.000
4	Lengkuas	1	15.000	15.000
	Total			4.291.500

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa rata-rata penerimaan usahatani TOGA per satu kali periode tanam (7 bulan) perluas lahan (19.1 are) sebesar Rp 4.291.500, atau sebesar Rp 22.468.586 satu kali periode tanam per Ha.

3.3. Pendapatan Usahatani TOGA

Pendapatan usahatani TOGA dihitung dari selisih antara

penerimaan dengan biaya mengusahakan usahatani TOGA. Apabila penerimaan suatu usahatani tinggi belum tentu pendapatan usahatani tersebut juga tinggi, hal tersebut tergantung juga pada besar kecilnya biaya usahatani yang dikeluarkan oleh petani. Untuk lebih jelasnya pendapatan usahatani TOGA secara rinci disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Pendapatan Usahatani TOGA Di Desa Mekar Bhuana

Uraian	Nilai (RP)
Penerimaan usahatani TOGA	4.291.500
Biaya total usahatani TOGA	3.940.799
Pendapatan Usahatani TOGA	350.701

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa besarnya pendapatan dari usahatani TOGA di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung perperiode tanam 7 bulan perluas lahan 19,1 are sebesar Rp 350701 atau sebesar Rp 1.836.130 perperiode tanam per Ha.

3.4. Kontribusi Pendapatan Usahatani TOGA Terhadap Total Pendapatan Keluarga Di Desa Mekar Bhuana

Usahatani TOGA di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung sangat membantu kebutuhan keluarga, karena pada usaha ini petani bisa panen selama 7 bulan

dalam satu kali periode tanam perluas lahan sebesar 19,1 are, dimana dalam satu tahun hanya satu kali periode tanam. Selain mendapatkan pendapatan dari usahatani TOGA, petani juga memperoleh pendapatan dari usahatani lain diluar usahatani TOGA, pendapatan keluarga usaha lain diperoleh dari hasil usahatani padi, kacang panjang, bunga pacar, dan pendapatan dari non usahatani seperti pedagang, dan buruh. Pendapatan total keluarga merupakan pendapatan usahatani di tambah pendapatan diluar usahatani, dimana pendaptan usahatani TOGA dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan keluarga dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Kontribusi Usahatani TOGA Terhadap Pendapatan Keluarga

Uraian	Nilai (Rp)	Persentase (%)
Pendapatan Usahatani TOGA	350.701	8,17
Pendapatan Total Keluarga	4.291.500	100,00
Kontribusi		8,17

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa kontribusi usahatani TOGA terhadap pendapatan total keluarga sebesar Rp 350.701 atau sebesar (8,17%).

3.5.Efisiensi Usahatani TOGA

Usahatani TOGA mengutamakan secara ekonomis dengan menghitung nilai R/C, suatu

usaha dikatakan efisien jika ditinjau dari nilai R/C apabila nilai R/C > 1 dan usahatani TOGA tidak efisien diusahakan apabila nilai R/C < 1. Nilai R/C ratio diperoleh dengan membagikan nilai penerimaan petani TOGA dengan biaya total usahatani TOGA yang dikeluarkan oleh petani. Nilai R/C petani TOGA dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Efisiensi Usahatani TOGA Di Desa Mekar Bhuana

Uraian	Nilai
Penerimaan (Rp)	4.291.500
Biaya total (Rp)	3.940.799
Pendapatan	350.701
R/C	1,08

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 6 efisiensi usahatani TOGA yang diukur dengan R/C Ratio besarnya 1,08 yang berarti bahwa setiap besarnya biaya usahatani yang dikeluarkan 1 rupiah akan diperoleh penerimaan sebesar 1,08 rupiah. Dengan demikian usahatani TOGA di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung berada pada titik impas, karena R/C = 1.

4.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Besarnya pendapatan usahatani TOGA di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung perperiode tanam selama 7 bulan perluasan lahan 19,1 are adalah sebesar Rp 350.701. atau sebesar Rp 1.836.130 perperiode tanam per Ha.
- 2 Kontribusi pendapatan usahatani TOGA terhadap total

pendapatan keluarga di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung adalah sebesar Rp. 350.701 (8,17%).

- 3 Efisiensi usaha tani TOGA di Desa Mekar Bhuana Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung berada pada titik impas, karena $R/C = 1$.

DAFTAR PUSTAKA

- Anton, M., & Marhawati, G. (2016). *Kontribusi Usahatani Padi Sawah Terhadap Pendapatan Usahatani Keluarga Di Desa Ogoamas Ii Kecamatan Sojol Utara Kabupaten Donggala* (Doctoral dissertation, Tadulako University).
- Paulus, A. L., Wangke, W. M., & Moniaga, V. R. (2015). *Kontribusi Usahatani Kacang Panjang Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Petani Di Desa Warembungan Kecamatan Pineleng*. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 11(3), 53-62.
- Wijaya, N. T. A., Dewi, R. K., & Ustriyana, N. G. (2016). *Kontribusi Usahatani Jeruk Siam (Citrus nobilis) Terhadap Pendapatan Rumah Tangga di Poktan Gunung Mekar, Desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar*. *Journal of Agribusiness and Agritourism*.
- Yulianto, S., & Kirwanto, A. 2016. *Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga Oleh Orang Tua Untuk Kesehatan Anak Di Duwet Ngawen Klaten*. *Interest: Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5(1), 75-80.
- Yulida, R. 2012. *Kontribusi Usahatani Lahan Pekarangan Terhadap Ekonomi Rumah Tangga Petani Di Kecamatan Kerinci Kabupaten Pelalawan*. *IJAE (Jurnal Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia)*, 3(2), 135-154.

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SALAK GULA PASIR DESA SIBETAN, KECAMATAN BEBANDEM, KABUPATEN KARANGASEM

Supriadi Uma ¹, I Made Tamba ², Cening Kardi ³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

*corresponding author: supriadi091999@gmail.com

ABSTRACT

This research is about consumer preferences of Salak Gula Pasir Sibtan Village, which aims to examine the attributes as consumer preferences in buying Salak Sugar and to analyze the most dominant attributes by consumers in buying Salak Sugar Sibtan Village. The determination of the number of samples was determined intentionally, namely 45 respondents, the technique used in determining the sample was accidental sampling. The analytical method used in the study of consumer preferences for the attributes of Salak Gula Pasir uses a Likert scale consisting of a score of one to five, while to determine the most dominant attribute of Salak Gula Pasir using fishbein multi-attribute analysis. The results of this study are, the average achievement of the price attribute is 99.11%, the average taste attribute is 97.78%, the average size attribute is 65.33%, and the average color attribute is 98.22. %. The attribute that is the dominant preference considered by consumers in buying Salak Gula Pasir in Sibtan Village is the price attribute, with the highest index of other attributes, which is 24.01.

Keywords: Consumer Preferences, Attributes, Salak Sugar

1.PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang bermusim tropis yang memiliki potensi dalam menghasilkan berbagai macam buah-buahan, sayur-sayuran, serta tumbuhan lainnya. Salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional yaitu sektor pertanian, dan yang memegang peranan penting adalah sektor hortikultura. Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai nilai

ekonomis tinggi dan memegang peranan penting bagi pembangunan pertanian. Hal ini dapat dilihat dari beraneka ragamnya buah dan sayur yang mampu tumbuh di indonesia.

Salak Gula Pasir yang mempunyai nama latin *Salacca Edulis* memiliki kandungan vitamin C yang lebih tinggi, dan Salak Gula Pasir juga sangatlah bermanfaat bagi kesehatan. Salak Gula Pasir ini memiliki daging buah yang berwarna putih dan kulit berwarna hitam kecoklatan dan kulit yang merupai sisik. Salak Gula Pasir merupakan

salah satu komoditas buah lokal yang memiliki peluang pasar yang sangat tinggi. Salak Gula Pasir merupakan salah satu komoditas buah-buahan asal Indonesia yang berpotensi menjadi primadona komoditas ekspor buah asal Indonesia, yaitu ke negara Singapura dan Cina. Permintaan Salak Gula Pasir di dalam negeri sangat baik dilihat dari peningkatan jumlah konsumsi buah nasional, yaitu 331,200.000.000 ton pada tahun 2015 menjadi 436.930.000.000 ton pada tahun 2016, peningkatan permintaan Salak Gula Pasir menjadi karena mengingat harga Salak Gula Pasir yang relatif terjangkau yaitu Rp 20.000,-/s/d Rp30.000,-/kg sesuai dengan varian rasa dan jenis Salak Gula Pasir yang diminati, sehingga banyak masyarakat mengkonsumsi Salak Gula Pasir untuk memenuhi kebutuhan Salak Gula Pasir sehari-hari (BPS, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut yang menjadi preferensi konsumen dan menganalisis atribut yang paling dominan menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Tradisional Desa Sibetan dan beberapa pasar tradisional di Kota Denpasar, Provinsi Bali. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Pasar Tradisional yang dipilih, yaitu pasar Telaga, pasar Kalanganyar, Pasar Cokrominoto, Pasar Badung dan Pasar Kreneng dengan pertimbangan Pasar Tradisional ini paling populer sehingga banyak pengunjung. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu

dari bulan Desember 2021 sampai Februari 2022.

Untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap Salak Gula Pasir Sibetan digunakan analisis deskriptif. Preferensi konsumen terhadap atribut-atribut Salak Gula Pasir menggunakan skala likert yang terdiri dari skor satu sampai lima. Untuk mengetahui atribut Salak Gula Pasir yang dominan digunakan analisis multiatribut Fishbein.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Umur adalah rentan kehidupan yang diukur dengan tahun atau satuan waktu yang mengukur waktu keberadaan manusia. Memahami usia konsumen sangat penting, karena konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda (sumarwan, 2016). Karakteristik responden yang membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar jika dilihat dari umur, yang paling banyak yaitu konsumen yang berumur kisaran 30-50 tahun yaitu sebanyak 44 orang (97,8%), sedangkan konsumen kisaran umur 65 tahun 1 orang 2,2%, hal ini dikarenakan umur kisaran 30-50 tahun merupakan umur produktif manusia. Menurut sensus penduduk antar sensus jumlah kategori usia belum produktif (0-14 tahun), usia produktif (18-60 tahun), dan usia sudah tidak produktif (65+ tahun).

Tingkat pendidikan adalah suatu proses peserta didik dalam meningkatkan pendidikan sesuai dengan jenjang yang akan di tempuhnya dalam melanjutkan pendidikan yang ditempuh untuk lebih jelasnya karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Responden yang banyak membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar jika dilihat dari tingkat pendidikan yaitu SMA/K dengan jumlah responden 21 orang (46,66%), kemudian tingkat responden dengan pendidikan SMP sebanyak 10 orang (22,22%), sedangkan SD dan SERJANA sama banyak yaitu 7 orang (15,56%). Hal ini dapat membuktikan tingginya tingkat pendidikan dari konsumen tidak menjamin paling tingginya dalam membeli Salak Gula Pasir

Desa Sibetan dan Kota Denpasar melaikan adanya motivasi yang diberikan baik itu oleh keluarga maupun lingkungan sekitar. Pendidikan konsumen merupakan sarana untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen sehingga konsumen individu dapat mengembangkan atau memperoleh keterampilan, kemampuan dan nilai yang di butuhkan untuk menjadi konsumen yang bertanggung jawab dan reponsif di Pasar Tradisional serta masyarakat.

3.1. Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Salak Gula Pasir

Preferensi responden terhadap Salak Gula Pasir merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk Salak Gula Pasir yang dikonsumsi. Pilihan tersebut berbeda-beda antara responden satu dengan responden

yang lain. Preferensi responden terhadap buah salak di Pasar Tradisional Desa Sibetan dan Kota Denpasar dapat dianalisis menggunakan analisis metode likert. Dalam penelitian ini atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen yaitu seperti yang terlampir dalam tabel 1. sebagai berikut.

Tabel 1. Atribut-Atribut Yang Menjadi Preferensi Konsumen

Preferensi	Tingkat Kesukaan Konsumen					Jumlah	Rata-rata (%)	Interval
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)			
Harga	43	2	0	0	0	45	99,11	Sangat Setuju
	215	8	0	0	0	223		
Rasa	40	5	0	0	0	45	97,78	Sangat Setuju
	200	20	0	0	0	220		
Ukuran	1	10	34	0	0	45	65,33	Sangat Setuju
	5	40	102	0	0	145		
Warna	41	4	0	0	0	45	98,22	Sangat Setuju
	205	8	0	0	0	221		

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa atribut-atribut yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar beragam yakni harga, rasa, ukuran, dan warna Salak Gula Pasir. Harga menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar. harga menjadi pertimbangan konsumen karena harga Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar relative murah dibandingkan dengan harga di Pasar Modern, hal ini terbukti dari penelitian ini 43 orang sangat setuju dan 2 orang setuju dengan hal ini, sedangkan konsumen dengan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0. Rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 99,11% menunjukkan responden sangat setuju harga Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar. Teori yang diungkapkan bahwa konsumen menjadikan harga sebagai indikator dari kualitas sebuah produk atau layanan. harga itu bersifat fleksibel, artinya disesuaikan dengan cepat, dari empat unsur bauran pemasaran tradisional, harga adalah elemen paling murah mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar.

Rasa Salak Gula Pasir juga menjadi faktor penting yang dijadikan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, rasa enak dari rasa Salak Gula Pasir yakni manis menjadi ciri khas dari buah ini. Dalam penelitian ini ada 40 orang yang sangat suka dan 5 orang yang suka dengan rasa Salak Gula Pasir, sedangkan konsumen dengan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0. Rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 97,78%

menunjukkan responden sangat setuju bahwa rasa Salak Gula Pasir sangat enak dikonsumsi. Rasa merupakan faktor yang dievaluasi konsumen, dimana konsumen akan melakukan evaluasi terhadap semua produk yang mereka konsumsi untuk mengetahui produk mana yang sesuai dengan preferensi rasa mereka. Penelitian yang dilakukan pompiang dalam menemukan bahwa rasa makanan merupakan faktor yang mempengaruhi dalam membeli produk makanan, konsumen akan cenderung memilih produk yang sesuai dengan preferensi rasa konsumen, seperti dalam penelitian ini konsumen lebih menyukai kualitas rasa yang baik untuk buah yang dibelinya, evaluasi konsumen terhadap rasa menentukan keputusan pembeli berikutnya. tentang petunjuk memilih buah segar menjelaskan bahwa perbandingan kadar gula merupakan salah satu parameter terbaik untuk menilai mutu buah, umumnya rasa buah ditentukan oleh adanya perbandingan rasa manis pada perbandingan yang tepat.

Ukuran dari Salak Gula Pasir relative kecil ada 1 orang yang sangat setuju dan 10 orang yang setuju, sedangkan 34 orang netral, dari pernyataan konsumen bahwa ukuran dari buah salak beragam, kadang ada yang besar, sedang dan ada juga yang kecil, besar kecilnya Salak Gula Pasir dapat mempengaruhi jumlah per kg yang dibeli, akan tetapi rasanya tetap sama. Rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 65,33% menunjukkan responden setuju bahwa ukuran Salak Gula Pasir relative kecil.

Warna dari Salak Gula Pasir yaitu coklat kehitaman, dari pernyataan ini ada 41 orang yang

menyatakan sangat setuju dan 4 orang yang menyatakan setuju, hal ini menunjukkan pada dasarnya warna dari salak yaitu coklat kehitaman yang menjadi warna khas dari Salak Gula Pasir rata-rata pencapaian skor dari semua responden sebesar 98,22% menunjukkan responden sangat setuju bahwa warna Salak Gula Pasir coklat kehitaman. mengatakan bahwa warna yang cerah

dapat digunakan untuk menarik perhatian, menyampaikan makna dan mempengaruhi konsumsi. Penerapan warna yang sesuai dengan preferensi konsumen akan membuat konsumen akan tertarik dan mencoba sebuah produk selain berfungsi sebagai daya tarik dan melindungi produk, kemasan juga memiliki fungsi sebagai penyediaan informasi mengenai produk.

3.2.Atribut Yang Paling Dominan Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar

Untuk mengetahui atribut Salak Gula Pasir yang sesuai dengan preferensi konsumen, digunakan analisis multiatribut Fishbein. Langkah pertama untuk mengetahui atribut yang sesuai dengan preferensi yaitu menganalisis nilai kepercayaan terhadap Salak Gula Pasir (bi),

kemudian mencari nilai evaluasi mengenai dari atribut (ei). Untuk menentukan atribut mana yang dominan di pertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks sikap konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Indeks sikap konsumen (Ao) yang tertinggi terhadap suatu atribut Salak Gula Pasir, menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.

Tabel 2. Kepercayaan konsumen (bi) terhadap atribut Salak Gula Pasir

No	Atribut-	Nilai					Jumlah	Bi
	Atribut	5	4	3	2	1		
1	Harga	43	2	0	0	0	45	4,956
		215	8	0	0	0	223	
2	Rasa	40	5	0	0	0	45	4,889
		200	20	0	0	0	220	
3	Ukuran	1	10	34	0	0	45	3,267
		5	40	102	0	0	147	
4	Warna	41	4	0	0	0	45	4,911
		205	16	0	0	0	221	

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan Tabel 2 diatas, menunjukkan bahwa atribut Salak Gula Pasir yang diyakini oleh konsumen dalam membeli adalah atribut harga dengan jumlah rata-rata tertinggi dari atribut lainnya sebesar

4,956. Konsumen menganggap bahwa harga Salak Gula Pasir merupakan hal yang paling baik yang mempengaruhi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar.

Tabel 3. Evaluasi Konsumen (ei) terhadap atribut Salak Gula Pasir

No.	Atribut-	Nilai					Jumlah	Ei
		5	4	3	2	1		
1.	Harga	39	5	1	0	0	45	4,844
		195	20	3	0	0	218	
2.	Rasa	37	5	3	0	0	45	4,889
		185	20	9	0	0	214	
3.	Ukuran	11	15	19	0	0	45	3,267
		55	60	57	0	0	175	
4.	Warna	35	6	4	0	0	45	4,911
		175	24	12	0	0	211	

Sumber: Data Primer, 2021

Dari Tabel 3. diatas menunjukkan bahwa evaluasi konsumen dalam membeli atribut Salak Gula Pasir adalah atribut harga dengan jumlah rata-rata tertinggi dari atribut lainnya sebesar 4,844, konsumen beranggapan bahwa evaluasi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir berdasarkan harga yang sesuai dengan preferensi konsumen, mencari harga Salak Gula Pasir yang murah, akan tetapi kualitas tetap baik.

Tabel. 3 Sikap Konsumen (Ao) Terhadap Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar

No	Atribut – atribut	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap	Peringkat
1.	Harga	4,956	4,844	24,01	I
2.	Rasa	4,889	4,889	23,25	II
3.	Ukuran	3,267	3,267	12,49	IV
4.	Warna	4,911	4,911	23,03	III

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel. 3 diatas dapat menunjukkan bahwa atribut yang menjadi preferensi dominan dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar adalah atribut harga, dengan indeks yang paling tinggi dari atribut lainnya yaitu sebesar 24,01 kemudian ditingkatkan kedua yaitu rasa sebesar 23,25, kemudian warna sebesar 23,03 sedangkan yang terakhir ukuran sebesar 12,49. Jika dilihat dari indeks Ao yang tertinggi diatas, dominan preferensi konsumen dalam membeli Salak Gula Pasir dilihat dari harga dari Salak Gula Pasir, yakni harga Salak Gula Pasir Desa Sibetan dan Kota Denpasar lebih terjangkau (murah) dari pasar moderen. Salah satu faktor mengapa produk laku dipasaran yaitu harga yang murah dan terjangkau, banyak konsumen yang mencari harga perbandingan akan suatu produk dipasar, apa bila ada produk serupa dengan kualitas sama dan harga yang berbeda, sudah pasti konsumen akan memilih harga produk yang paling murah.

Hal ini dikarenakan konsumen merasa apa bila ada harga yang lebih rendah kenapa harus

memilih harga yang mahal. Harga Salak Gula Pasir yang murah tidak semestinya kualitas yang jelek, melainkan strategi dari pedagang agar buah dapat laku terjual, (Alex 2015). Hal ini juga didukung dengan adanya ulasan (Bakery Magazine 2016), yang menyatakan bahwa mampu memberikan kualitas roti yang setara dengan bintang 5 namun dengan harga yang terjangkau (murah). Disisi lain harga murah ditetapkan oleh pedagang Salak Gula Pasir sebagai salah satu strategi agar Salak Gula Pasir dapat dibeli oleh konsumen, bukan berarti kualitasnya rendah. Harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk (Jackson 2014). Jika suatu harga ditetapkan terlalu tinggi, maka nilai persepsi konsumen akan lebih kecil dibandingkan dengan biayanya dan peluang penjualan akan hilang, sebaliknya jika suatu harga ditetapkan terlalu rendah produk

mungkin dipersepsikan sebagai nilai yang besar bagi konsumen.

4.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Atribut yang menjadi preferensi konsumen Salak Gula Pasir yaitu.

1. Harga Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen dengan harga sangat murah Rp. 5-10, murah Rp. 10-15, cukup murah Rp. 15-20, mahal Rp.20-25 dan sangat mahal Rp. 25-30.
2. Rasa Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari rasa Salak Gula Pasir. Rasa Salak dibedakan dalam kategori manis, manis sedikit sepat, dan sepat.
3. Ukuran Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari besar kecilnya salak. Ukuran Salak Gula Pasir dapat dikategorikan dalam ukuran berat sebagai berikut: ukuran besar (11-14 buah per kg), ukuran sedang (15-19 buah per kg), dan ukuran kecil (20-25 buah per kg).

4. Warna kulit Salak Gula Pasir adalah serangkaian anggapan dan kesan konsumen tentang kepuasan yang didapat dari warna kulit Salak Gula Pasir tersebut. Warna kulit Salak Gula Pasir dibedakan menjadi hitam, coklat kehitaman, dan coklat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex. 2015. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (Salacca Edulis) Di Pasar Tradisional Kota Surakarta: Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret. Surakarta. Yogyakarta.*
- BPS. 2016. *Diagram Timbang IHK Hasil Survey Biaya Hidup Tahun 2016. BPS Surakarta.*
- Bekary Magazine. Retrieved September 25, 2016, From:<http://www.Bakerymagazine.Com/2014/02/23/roti-taiwan-tetap-menjadi-pelihan-masyarakat-indonesia>
- Jacson, 2014. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruh terhadap keputusan pembelian comfarta. Manado.*

EFISIENSI DAN PENDAPATAN USAHATANI EDELWEIS DI DATARAN TINGGI

Ni Luh Yoni¹, I Ketut Arnawa², Ni Putu Sukanteri³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

*corresponding author: niluhyoni91@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze how the economic value of edelweiss flowers as a means of ritual (religious rituals) and as an object of agro-tourism and analyzing how the efficiency of edelweiss flower farming income is as a means of ritual and as a characteristic of tourism objects in the area in Banjar Dinas Temukus, Besakih village, Rendang district, Karangasem district. Methods of collecting data through observation, interviews, questionnaires, literature study, and documentation. The data obtained in the field are analyzed through revenue analysis, income analysis and R/C Ratio analysis. Based on the research analysis in the field, the average income of edelweiss flower farming is Rp. 16,050,000.00, and the acceptance of agro-tourism is Rp. 449,910,000.00. The average income in farming is Rp. 10,806,500.00 and income from the agro-tourism sector is Rp. 16,734,934.00. Based on the analysis of the R/C Ratio obtained 3.06 farming and agro-tourism R/C Ratio 1.03. So based on the criteria used $R/C > 1$, it means that edelweiss flower farming and agro-tourism are efficient and profitable.

Keywords: Edelweiss, Economic Value, Revenue Analysis, Income Analysis

1.PENDAHULUAN

Tanaman upakara (ritual keagamaan) merupakan salah satu komoditas potensial yang dapat dikembangkan baik skala kecil atau besar terbukti tingginya kebutuhan masyarakat terhadap tanaman upakara. Bunga padang kasna atau kerap disebut bunga edelweis *Anaphalis javanica* termasuk salah satu tanaman upakara langka. Bunga edelweis merupakan salah satu sarana penting bagi umat hindu di Bali untuk melakukan persembahyangan sebagai plawa, yang digunakan pada hari raya

galungan dan kuningan. Bunga edelweis mempunyai makna keteguhan hati, keikhlasan, lambing cahaya matahari, kesucian restu dari ida sanghyang widhi wasa, dan keheningan pikiran. Keberadaan bunga edelweis ini di manfaatkan oleh masyarakat Desa Besakih untuk usahatani sebagai saran upakara dan usahatani agrowisata.

Tanaman edelweis tumbuh di Kabupaten Karangasem, tepatnya di banjar Dinas Temukus, Desa Besakih atau di kaki Gunung Agung. Tanaman edelweis ini biasa nya di panen menjelang hari

raya galungan oleh petani setempat. Petani biasanya menjual langsung kepasar rakyat dan juga menjual ke tengkulak. Biasanya bunga ini dikemas dengan diikat tali . Keberadaan bunga edelweis beberapa waktu lalu juga sempat marak diperbincangkan di media sosial akibat postingan seorang pendaki Gunung Agung yang mengambil foto dengan latar belakang hamparan kebun bunga edelweis, sehingga salah satu petani bunga ini berinisiatif membuat perkumpulan untuk mendirikan agrowisata dengan namanya Taman Edelweis . Semenjak Taman Edelweis ini di buka pada tahun 2018 lalu banyak wisatawan lokal dan mancanegara datang berkunjung . postingan foto yang berlatarkan keindahan bunga edelweis banyak di media sosial sehingga banyak orang yang berkeinginan mendatangi teman ini. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana nilai ekonomi bunga edelweis dan bagaimana analisis efisiensi pendapatan sebagai sarana upakara dan sebagai objek agrowisata di Banjar Dinas Temukus desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem. Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis bagaimana nilai ekonomi bunga edelweis dan menganalisis bagaimana analisis efisiensi pendapatan sebagai sarana upakara dan sebagai objek agrowisata di Banjar Dinas Temukus desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem

2.METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian ini di lakukan sengaja (purposive) di Banjar Dinas Temukus desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten

Karangasem, tersebut merupakan satu-satunya di Bali yang membudidayakan bunga edelweis. Dan teknik penelitian dilakukan secara sensus sampling yakni semua anggota populasi di gunakan menjadi sampel. Sampel penelitian ini berjumlah sebanyak 30 orang. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data, yaitu Observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi keperpustakaan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis penerimaan, pendapatan dan ratio secara rinci sebagai berikut.

1.Analisis Penerimaan

Untuk mengetahui besar tingkat penerimaan yang diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$TR = P.Q$$

TR (Total Revenue): Total Penerimaan

P (Price) : Harga bunga edelweis (ikat/kg)

Q (Quantity) :Jumlah produksi bunga edelweis (ikat)

2.Analisis Pendapatan

Analisis Pendapatan usahatani menggambarkan keadaan usahatani pada saat tertentu, dapat merupakan keadaan sekarang, masa lalu ataupun perencanaan untuk masa yang akan datang. Analisis pendapatan usahatani dapat digunakan oleh petani untuk mengukur keberhasilan usahatannya.Prinsip penting yang perlu diketahui dalam menganalisis mengenai pendapatan pada usahatani adalah keterangan mengenai keadaan penerimaan dan keadaan pengeluaran.

Metode analisis pendapatan yang digunakan adalah analisis pendapatan menurut Soekartawi (1995).

$$Pd = TR - TC$$

Pd = Pendapatan usahatani

TR = Total Revenue

(Total penerimaan)

TC = Total Cost (Total biaya)

3. Analisis R/C ratio

Analisa R/C ratio merupakan alat analisa untuk mengukur efisiensi suatu usaha yang dilihat dari ratio perbandingan antara penerimaan penjualan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Secara rinci dapat dirumuskan

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

R/C Ratio > 1, Usahatani layak dikembangkan

R/C Ratio < 1, Usahatani tidak layak dikembangkan

R/C Ratio = 1, Usahatani Impas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden merupakan gambaran secara umum tentang keadaan dan latar belakang yang berkaitan dan berpengaruh terhadap kegiatannya dan menjalankan usahanya. Responden pada penelitian ini adalah petani edelweis. Karakteristik dari responden meliputi umur petani, tingkat pendidikan, dan jumlah tanggungan, dan luas lahan. Umur merupakan salah satu modal dalam mengolah lahan, karena umur sangat identik dengan tenaga yang dimiliki oleh seseorang dalam melakukan kegiatan terutama dalam bidang

pertanian. Oleh karena itu semakin tua umur maka tenaga yang dimiliki juga semakin menurun. Dapat dilihat bahwa 12 orang (40%) sampel berada pada usia produktif, usia 41 – 60 tahun sebanyak 11 orang (37%) dan hanya ada 7 orang (23%) berada pada usia lebih dari 60 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dilakukan petani yang berada pada golongan usia produktif, semakin produktif seorang petani maka potensi tenaga yang dimiliki responden masih tinggi di dalam mengolah usahatani. Usia berpengaruh pada keaktifan seseorang untuk berpartisipasi. Dalam hal ini golongan tua yang dianggap lebih berpengalaman atau senior, akan lebih banyak memberikan pendapat dalam hal menentukan keputusan.

Tingkat pendidikan responden juga sangat menentukan tingkat berfikirnya. Tingkat pendidikan dan keterampilan yang dimiliki seseorang merupakan salah satu faktor yang menyebabkan seseorang memperoleh pekerjaan. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka kemampuan untuk memilih alternatif pekerjaan akan lebih selektif. Dilihat dari tabel di atas tingkat pendidikan di Banjar Temukus cenderung rendah dimana terdapat 15 orang (50%) dari total 30 orang responden tidak tamat sekolah. Dimana mereka cenderung memperoleh pengetahuan secara nonformal bertani dari keluarga mereka. Tingkat pendidikan SD sebanyak 10 orang (34%), tingkat pendidikan SMP sebanyak 1 orang (3%). Dan tingkat pendidikan SMA sebanyak 4 orang (13%). Rendahnya tingkat pendidikan di Banjar Dinas Temukus dikarenakan jarak sekolah jauh.

Jumlah anggota keluarga adalah jumlah orang yang tinggal dalam satu rumah yang meliputi istri, anak dan saudara yang ikut tinggal bersama dalam satu rumah. Jumlah anggota 3-4 orang, 5-6 orang >6 orang. Hal ini menunjukkan jumlah bahwa, karakteristik responden lebih dominan oleh anggota keluarga yang berjumlah 4-5 sebanyak 14 orang dengan persentase 47%. Hal ini sangat berpengaruh terhadap pemakaian tenaga kerja luar, karena jumlah anggota keluarga yang lebih banyak dapat menghemat biaya tenaga kerja luar maka berpengaruh terhadap peningkatan produksi yang di hasilkan.

Lahan garapan adalah salah satu faktor produksi. Besarnya produksi yang diperoleh dari usahatani bunga edelweis ini akan mempengaruhi pendapatan yang akan diterima oleh petani. Hal ini menunjukkan bahwa lahan usahatani bunga edelweis yang lebih dominan adalah dengan luas 20-50 are, yaitu terdapat 16 orang atau 53%. Petani

yang memiliki luas lahan kurang dari 20 are sejumlah 9 orang atau 3%, dan petani yang memiliki luas lahan garapan lebih dari 50 are sejumlah 5 orang atau sebanyak 17%. Dari semua jumlah lahan garapan petani bunga edelweis ini merupakan lahan milik sendiri

3.1. Biaya Produksi Usahatani Bunga Edelweis Sarana Upakara dan Agrowisata

Kegiatan usaha tani tidak lepas dari biaya agar memperoleh hasil yang di inginkan. Petani akan tetap dihadapkan masalah beban biaya yang harus dikeluarkan dan diperhitungkan untuk menghasilkan produksi yang maksimal. Biaya yang dimaksud meliputi : biaya variable dan biaya tetap. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh jumlah yang dihasilkan sedangkan biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah yang dihasilkan.

Tabel 1 Biaya Total Perbandingan Usahatani Bunga Edelweis Sebagai Sarana Upakara dan Agrowisata

No	Nama	Agrowisata (Rp)	Sarana Upakara (Rp)
1	Biaya Tetap	3.097.166	310.000
2	Biaya variabel	430.077.900	4.933.500
	Jumlah total	433.175.066	5.243.500

Sumber: Data Primer, 2021

Pada tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa total biaya dan perbandingan pada sektor usahatani agrowisata dan usahatani sebagai sarana upakara. Dimana total biaya pada sektor usahatani agrowisata lebih besar dari pada usahatani

sebagai sarana upakara yaitu berjumlah Rp. 433,175,066.00 yaitu biaya tetap sejumlah Rp. 3,097,166.00 dan biaya variabel Rp. 430,077,900.00. Hal ini karena pada sektor Agrowisata memerlukan lebih banyak biaya pendukung. Sedangkan

pada usahatani sebagai sarana upakara total biaya yakni sebesar Rp. 5,243,500.00 yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp.

310,000.00 dan ditambah dengan biaya variabel sebesar Rp. 4,933,500.00.

3.2 Penerimaan usahatani bunga edelweis sebagai sarana upakara

Penerimaan petani bunga edelweis yaitu harga jual di kali jumlah produksi. Adapun total

penerimaan petani bunga edelweis di Banjar Dinas Temukus, Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem dapat dilihat pada table 2.

Tabel. 2 Penerimaan Rata-Rata Bunga Edelweis

Nama	Luas lahan (are)	Jumlah Produksi (Rp/ikat)	Harga (Rp/ikat)	Penerimaan (Rp/ Panen)
Panen	43	214	75,000.00	16,050,000.00
Total				16,050,000.00

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 5.3 diatas dapat dilihat bahwa jumlah produksi bunga edelweis rata-rata 214 ikat , selama panen bunga ini hanya bisa di panen satu kali dengan harga jual

Rp.75,000,00. Total jumlah penerimaan bunga edelweiss selama panen yakni sejumlah Rp. 16,050,000.00.

3.3 Penerimaan bunga edelweis sebagai objek wisata

Adapun total penerimaan agrowisata taman edelweis di Banjar

Dinas Temukus, Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem dapat dilihat pada table 3.

Tabel 3. Penerimaan Agrowisata Taman Edelweis

No	Pengunjung	Jumlah	Harga Tiket (Rp)	Nilai Penerimaan (Rp)
1	Lokal	21.680	20.000	433.600.000
2	Domestik	41	20.000	820.000
3	Asing	42	30.000	1.260.000
4	Anak-anak	2.846	5.000	14.230.000
Jumlah		24.609		449.910.000

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas jumlah pengunjung lokal lebih dominan dari pada yang lain, yakni berjumlah paling banyak yaitu 21680 kunjungan dengan harga tiket Rp.20,000 dan jumlah penerimaan yaitu sebesar Rp. 433,600,000.00. Sedangkan pengunjung domestic berjumlah 41 orang dengan per harga tiket Rp.20,000 dan jumlah penerimaan yaitu sebesar Rp.820,000. Dan untuk pengunjung dari warga asing berjumlah 42 orang dengan

harga tiket sebesar Rp.30,000. Dengan jumlah penerimaan yang masuk sebesar Rp.1,260,000. Sedangkan untuk pengunjung anak-anak baik warga lokal yang berkunjung berjumlah 2846 orang dengan harga tiket Rp.5000. Dari total jumlah kunjungan warga lokal, domestik, warga asing dan anak-anak berjumlah 24609 pengunjung. Dengan total penerimaan yakni sebesar Rp. 449,910,000.00.

3.4 Pendapatan Usahatani Bunga Edelweis Sebagai Sarana Upakara dan Agrowisata

Pendapatan petani merupakan selisih antar penerimaan dengan biaya total yang dikeluarkan petani dalam melakukan kegiatan usahatani.

Tabel 4 Pendapatan Usahatani Sebagai Sarana Upakara dan Objek Agrowisata

Nama	Sarana Upakara	Agrowisata
Penerimaan	16,050,000.00	449,910,000.00
Biaya	5,243,500.00	433,175,066.00
Pendapatan	10,806,500.00	16,734,934.00

Sumber: Data Primer, 2021

Pada tabel diuraikan penerimaan usahatani agrowisata taman edelweis sebesar Rp. 449,910,000.00. dengan total jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengelola usahatani agrowisata sebesar Rp. 433,175,066.00 dan

pendapatan yang diperoleh oleh pengelola yakni sebesar Rp.16,734,934.00. Rendahnya pendapatan di sektor agrowisata dikarenakan dampak dari covid-19 yang menyebabkan rendahnya pengunjung yang datang.

Tabel. 5 R/C ratio Usahatani Bunga Edelweis Sebagai Sarana Upakara Dan Agrowisata

Uraian	Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	R/C Ratio
Sarana Upakara	16.050.000,00	5.243.500,00	3,06
Agrowisataa	449.910.000,00	433.175.066,00	1,03

Sumber: Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat rata – rata penerimaan dalam usahatani bunga edelweis sebagai sarana upakara yaitu sebesar Rp. 16,050,000.00 dan rata-rata biaya yang di keluarkan adalah Rp. 5,243,500.00 dengan nilai R/C ratio adalah sebesar 3,06. Dan penerimaan dalam usahatani agrowisata taman edelweis yaitu sebesar Rp. 449,910,000.00 dan biaya yang di keluarkan adalah Rp. 433,175,066.00 dengan nilai R/C ratio adalah sebesar 1,03. Berdasarkan kriteria yang digunakan maka kedua usahatani tersebut layak dan menguntungkan.

Untuk mengetahui nilai ekonomi usahatani bunga edelweis dari sektor agrowisata dan usahatani dengan tujuan akhir digunakan sebagai sarana upakara dalam satu kali panen atau selama enam bulan, dapat dilihat dari rata-rata luas lahan untuk menghasilkan penerimaan bunga edelweis yang memiliki nilai ekonomi yaitu tanaman tersebut mampu memberikan manfaat ekonomi yang layak kepada usahatani bunga edelweis maupun agrowisata taman edelweis. Lebih rinci dapat di lihat pada tabel 6.

Tabel 6 Nilai Ekonomi Usahatani Bunga Edelweis Sebagai Sarana Upakara Dan Agrowisata

Uraian	Luas lahan (are)	Penerimaan (Rp)	Nilai Ekonomi (Rp)
Sarana Upakara	42,857	16.050.000,00	374.501,00
Agrowisata	43,739	449.910.000,00	10.286.243,00

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 7. Nilai Ekonomi Usahatani Bunga Edelweis Per hektar

Uraian	Luas lahan (Ha)	Nilai ekonomi (Rp)	Nilai Ekonomi (Rp)
Usahatani	0,4286	374.501,00	873.777,42
Agrowisata	0,4374	10.286.243,00	23.516.799,00

Sumber: Data Primer, 2021

Pada tabel 7 dapat dilihat bahwa dari usahatani bunga edelweis sebagai sarana upakara dengan rata-rata luas lahan yaitu 42,857 are , memiliki rata-rata pendapatan yaitu sebesar Rp. 16,050,000.00 dengan nilai ekonomi sebesar Rp. 374,501.00 per are dan nilai ekonomi per hektar yaitu sebesar Rp.873,777.42.. Sedangkan untuk petani yang membuka lahan

pertaniannya sebagai sektor agrowisata dengan berkelompok ,yang bernama Taman edelweis dengan rata- rata lahan yakni 43,739 are mendapatkan rata-rata penerimaan sejumlah Rp. 449,910,000.00. dengan nilai ekonomi sebesar dalam Rp.10,286,243.00 per are dan nilai ekonomi per hektar yaitu sebesar Rp.23,516,799.00.

Pada penelitian yang berjudul Analisis pendapatan usahatani pandan wangi. oleh I Putu Dana Arta tahun 2021. Dengan metode analisis pendapatan, biaya produksi, penerimaan, pendapatan. Diperoleh bahwa pendapatan rata-rata pandan wangi selama 1 bulan yakni sebesar Rp.2.724.568. dengan total penerimaan sebesar Rp. 4.570.00 dan total biaya sebesar Rp.1.844.432. Dari hasil penelitian pada usaha pandan wangi tersebut dengan usahatani edelweis di dataran tinggi ,lebih menguntungkan usahatani dari sektor agrowisata yakni dengan rata-rata pendapatan sebesar Rp. 16,734,934.00 per 6 bulan.

4.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1 Nilai ekonomi bunga edelweis sebagai sarana upakara dari sektor usahatani yang dijual kepasar rakyat berdasarkan penelitian senilai Rp. 873,777.42 per hektar. Sedangkan dari sektor agrowisata taman edelweis nilai ekonomi sebesar Rp. 23,516,799,00 per hektar. Selama 6 bulan atau satu kali musim panen.
- 2 Efisiensi pendapatan usahatani bunga edelweis sebagai sarana upakara berdasarkan penelitian diperoleh R/C Ratio sebesar 3,06. Sedangkan sebagai ciri khas objek wisata pada sektor agrowisata taman edelweis sebesar 1,03 . Maka dapat dikatakan bahwa usahatani bunga edelweis dan agrowisata taman edelweis efisien dan menguntungkan. Karena dari kriteria yang digunakan adalah

R/C> 1 artinya usahatani maupun agrowisata tersebut menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arta Dana,I.P. 2021 *Analisis Pendapatan Usahatani Pandan Wangi Studi Kasus Di Subak Latu Desa Abiansemal Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung*. Skripsi Fakultas Pertanian Dan Bisnis UNMAS.
- Dewantara Krisna G.I. 2017. *Keanekaragaman Genetika Edelweis (Anaphalis Javanica) Menggunakan Penanda DNA Kloroplasngan Matk*. Skripsi. Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Ginting Thasia. 2018. *Nilai Ekonomi Tanaman Obat Di Taman Nasional Danau Sentarum Kalimantan Barat*. Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan.
- Hamsah Fathoni.M. 2010. *Studi Morfologi Dan Anatomi Daun Edelweis Jawa (Anaphalis Javanica) Pad Ataman Nasional Bromo Tengger Semeru Tengger Jawa Timur*. Skripsi. UIN Maumalik Imbrahim Malang.
- Ningsing Untari.D.P.I. 2019. *Pengembangan Dan Pemerdayan Masyarakat Desa Temukus-Besakih, Kabupaten Karangasem, Bali Untuk Mendukung Pariwisata Berbasis Desa Wisata*. Jurnal Tataloka.
- Sulistia, TA. 2017. *Evaluasi Nilai Ekonomi Usaha Budi Daya Tanaman Jagung Sebagai Tanaman Pakan Dan Pangan Di Kota Probolinggo*. Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan Dan Veteriner.

Surata, I Ketut. 2015. *Studi Etnobotanik Tanaman Upacara Hindu Bali sebagai Upaya Pelestarian Kearifan Lokal*. Jurnal kajian Bali. IKIP Saraswati Tabanan.

KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHATANI LAHAN KERING TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA

Margareta Imul¹, Nyoman Utari Vipriyanti², dan Nyoman Yudiarini³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitasa Mahasaraswati Denpasar

*corresponding author: retyimul16@gmail.com

ABSTRACT

The province of Bali has a non-forest cultivation area also called dry land area. Belantih village, Kintamani District, Bangli Regency is one of the regencies that has dry and with an area of 620.00 Ha. In general, farmers cultivate various commodities to meet household needs, such as coffee, oranges, chilies, large chilies, beans and tomatoes. Based on the aspect of dry land area, Belantih village has enormous potential. The purpose of this study was to determine the contribution of dry land farming income to house income. Leader and to determine the feasibility of dry land farming in the research area based on the calculation of R/C and B./C. This research was conducted with 20 farmers as respondents in Belantih village, using the simple random sampling. The results showed that dry land farming in Belantih Village, Kintamani District, Bangli Regency could provide an adequate contribution to the income of farmer families by 54,66%. The feasibility of dry land farming in Belantih Village, Kintamani District, Bangli Regency based on the calculation of R/C of 2.03 and B/C of 1.03

Keywords: Feasibility, Contribution, Dry Land Farming.

1.PENDAHULUAN

Potensi lahan yang luas dan variasi usaha pertanian yang sangat besar maka lahan kering merupakan lahan yang sangat potensial dan berperan besar sebagai lahan usahatani yang memberikan kontribusi terhadap pendapatan rumahtangga petani, selain itu lahan yang potensial tersebut juga berkontribusi terhadap penyediaan lapangan kerja dan lapangan usaha pertanian untuk masyarakat. Provinsi Bali memiliki kawasan budidaya non hutan disebut juga kawasan pertanian lahan kering (PLK) Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten

Bangli merupakan salah satu kabupaten yang mempunyai lahan kering dengan luas 620,00 Ha. Pada umumnya petani mengusahakan berbagai komoditas untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, seperti kopi, jeruk, cabai rawit, cabai besar, kacang, dan tomat.

Berdasarkan aspek luasan lahan kering maka Desa Belantih mempunyai potensi yang sangat besar. Maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah kontribusi pendapatan usahatani lahan kering terhadap pendapatan rumah tangga di Desa Belantih. Tujuan dalam penelitian

ini adalah untuk mengetahui besarnya kontribusi pendapatan usahatani lahan kering terhadap pendapatan rumah tangga dan Untuk mengetahui kelayakan usahatani lahan Kering di daerah penelitian berdasarkan perhitungan nilai R/C, dan B/C.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli, penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive*). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Data Kuantitatif, data yang termasuk kedalamnya yaitu luas lahan, jumlah produksi, pendapatan, penerimaan dan analisis R/C dan B/C. Data Kuantitatif, data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data keadaan usahatani lahan kering di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli . Data Primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang ditanganinya. Data primer diperoleh melalui hasil wawancara langsung di lapangan yaitu meliputi karakteristik responden, biaya-biaya dan penerimaan, dan pendapatan melalui wawancara dengan responden menggunakan kuisisioner dan pengamatan (observasi).

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *simple random sampling* (secara acak). Penentuan jumlah sampel ditetapkan secara *purposive* yaitu dari 60 Populasi, sampel yang digunakan 20 responden dengan pertimbangan jumlah tersebut dinilai cukup dalam penelitian ini, mengingat bahwa sampel minimal untuk memenuhi syarat sebaran normal adalah 20 responden. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan

utamanya untuk mengetahui keadaan umum daerah penelitian (letak geografis, keadaan lokasi penelitian) serta data yang diperoleh artikel, jurnal, BPS, dan yang berhubungan dan relevan dengan penelitian. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, kuisisioner, dan dokumentasi dengan tujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi pendapatan usahatani lahan kering terhadap pendapatan rumah tangga dan Untuk mengetahui kelayakan usahatani lahan Kering di daerah penelitian berdasarkan perhitungan nilai R/C, dan B/C.

1. Biaya Produksi

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

FC = *Fixed cost* (Biaya Tetap)

VC = *Variable cost* (Biaya Variabel)

2. Penerimaan Usahatani

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR = Total Revenue (Total Penerimaan)

P = Harga Jual Produk (Rp)

Q = Jumlah Produksi yang dihasilkan (Rp)

3. Analisis Pendapatan

$$= TR - TC$$

Dimana:

= Pendapatan Petani

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya

4. Kontribusi Usaha Tani

Kontribusi =

$$\frac{\text{Pendapatan usahatani lahan kering}}{\text{Total pendapatan rumah tangga}} \times 100$$

5. Kelayakan usaha tani

1. R/C ratio

Kriteria:

- a. $R/C = 1$, maka usaha impas
 - b. $R/C > 1$, maka usaha layak
 - c. $R/C < 1$, maka usaha tidak layak
2. B/C ratio

Kriteria:

- a. $B/C < 1$, maka usaha tidak layak
- b. $B/C = 1$, maka usaha impas
- c. $B/C > 1$, maka usaha layak

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Petani Responden

Deskripsi karakteristik petani responden meliputi umur, pendidikan formal, dan luas lahan usahatani lahan kering. Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan aktifitas. Umur responden lebih banyak di dominasi oleh kelompok umur petani 37-46 sebanyak 8 orang (40%) dan 47-56 tahun sebanyak 8 orang (40%), kelompok umur petani 26-36 tahun sebanyak 4 orang (20%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas petani terdiri dari petani usia produktif.

Tingkat pendidikan dan keterampilan yang dimiliki seseorang merupakan salah satu faktor yang menyebabkan seseorang memperoleh pekerjaan. pendidikan responden

tertinggi pada tingkat pendidikan SD sebanyak 8 orang (40%), sedangkan tingkat pendidikan SMP sebanyak 5 orang (25%), tingkat pendidikan Sarjana 4 orang (20%) dan tingkat pendidikan SMA sebanyak 3 orang (15%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan masih rendah.

Pengalaman berusahatani lahan kering paling lama responden di di desa Belantih di dominasi oleh kisaran >10 tahun yaitu sebanyak 12 orang atau (60%), pengalaman petani 5-10 tahun sebanyak 6 orang (30%) dan pengalaman petani <5 tahun sebanyak 2 orang (10).

Luas lahan responden tertinggi yaitu 50 are sebanyak 4 orang (20%), luas lahan 30 dan 40 are masing-masing sebanyak 3 orang, luas lahan 20, 23, 26 dan 60 are masing-masing sebanyak 2 orang (10%), dan luas lahan 25 dan 80 are sebanyak 1 orang (5%).

Karakteristik responden berdasarkan jumlah tanggungan keluarga di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli yaitu < 3 sebanyak 6 orang (30%), jumlah tanggungan keluarga 3-5 sebanyak 12 orang (60%) dan jumlah tanggungan keluarga > 5 sebanyak 2 orang (10%).

3.2. Biaya Produksi Usahatani Lahan Kering

Biaya tetap adalah biaya yang tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan

walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Uraian biaya penyusutan per tahun pada usahatani lahan kering dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penyusutan Peralatan Usahatani Lahan Kering di Desa Belantih

No	Jenis Alat	Nilai Penyusutan (Tahun)	Persentase (%)
1.	Cangkul	117.500	14,96
2.	Sabit	100.000	12,73

3.	Gerobak Sorong	39.300	4,93
4.	Selang	46.000	5,81
5.	Spayer	217.500	27,64
6.	Gunting	21.750	2,74
7.	Fiber	100.000	12,73
8.	Terpal	145.000	18,46
Total		787.050	100,00

Sumber: Data Primer, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya penyusutan alat yang dikeluarkan oleh petani yaitu sebesar Rp 787.050. Uraian biaya tetap yang dikeluarkan petani dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Rata-rata biaya tetap usahatani lahan kering di Desa Belantih

No	Komponen Biaya	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1.	Penyusutan Alat	787.050	77,14
2.	Pajak Tanah	232.800	22,86
Total		1.019.850	100,00

Sumber: Data Primer, 2021

Rata-rata biaya tetap per tahun usahatani lahan kering di Desa Belantih adalah sebesar Rp. 1.019.850. Penyusutan alat menghabiskan biaya tertinggi yaitu Rp 787.050 (77,14%) dari biaya tetap, sedangkan pajak tanah sebesar Rp 232.800 per tahun atau (22,86%) dari biaya tetap.

Tabel 4. Rata-Rata Biaya bibit/benih Usahatani lahan Kering di Desa Belantih

No	Bibit/Benih	Biaya
1.	Jeruk	200.000
2.	Kopi	167.833
3.	Cabe	442.000
4.	Tomat	76.67
5.	Kacang Merah	80.000
6.	Cabai Besar	460.000

Total 1.426.500

Sumber: Data Primer, 2021

Rata-rata biaya bibit yang dikeluarkan oleh petani usahatani lahan kering adalah sebesar Rp. 1.426.500. Biaya bibit benih yang dikeluarkan tertinggi adalah bibit cabai besar yaitu Rp. 460.000, kemudian biaya pembelian bibit cabe sebesar Rp. 442.000, pembelian bibit jeruk sebesar Rp. 200.000, pembelian bibit kopi sebesar Rp. 167.83, pembelian benih kacang merah sebesar Rp. 80.000, dan yang terakhir pembelian bibit tomat sebesar Rp. 76.67.

Tabel 5. Rata-rata Biaya Variabel Usahatani Lahan Kering di Desa Belantih

No	Uraian	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
1.	Bibit	1.426.500	11,96
2.	Pestisida Explore	45.714	0,39
3.	Pestisida Zidor	66.667	0,59
4.	Pestisida Antrakol	90.000	0,76
5.	Pestisida Primolis	95.000	0,76
6.	Pestisida Bima Star	60.000	0,55
7.	Pupuk Urea	187.500	1,53
8.	Pupuk Npk	4.060.000	33,95
9.	Pupuk Kandang	1.400.000	11,77
10.	Pupuk Kompos	71.428	0,54
11.	Upah Tenaga Keja	228.571	1,94
12.	Pembelian Air	994.000	35,35
	Jumlah	8.725.380	100

Sumber: Data Primer, 2021

Tabel 6. Rata-Rata Biaya Total pada Usahatani Lahan Kering di Desa Belantih

No	Jenis Biaya	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1.	Biaya tetap	1.426.500	14,01
2.	Biaya variable	8.725.380	85,99
	Total biaya	10.151.880	100,00

Sumber: Data Primer, 2021

Rata-rata biaya total pada usahatani lahan kering di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli adalah sebesar Rp.10.151.880 biaya yang di

keluarkan paling tinggi adalah biaya variabel sebesar Rp. 8.725.380 (85,99%) kemudian diikuti dengan biaya tetap sebesar Rp.1.426.500 (14,01%).

3.4. Penerimaan dan Pendapatan Usahatani Lahan Kering

Penerimaan usahatani adalah perkalian antara jumlah produksi yang diperoleh dengan harga produksi.

Rata-rata penerimaan usahatani Lahan Kering di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Penerimaan Komoditas Usahatani Lahan Kering di Desa Belantih

No	Jenis Komoditi	Tomat	Kacang Merah	Jeruk	Cabai Besar	Cabai Rawit	Kopi
1	Produksi per 10 ton tahun (ton)	3 ton	11 ton	5 ton	14 ton	6 ton	
2	Harga	500./kg	10.000/kg	10.000/kg	7.000/kg	15.000/kg	10.000/kg
3	Penerimaan Responden	5.000.000	3.000.000	110.000.000	35.000.000	210.000.000	60.000.000
Jumlah					Rp. 423.000.000		
Penyusutan					Rp. 21.150.000		
Total Penerimaan Responden					Rp. 21.150.000		

Sumber: Data Primer, 2021

Rata-rata penerimaan usahatani Lahan Kering di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli yaitu sebesar Rp. 21.150.000. Penerimaan dari cabai rawit paling tinggi saat panen pertahun yaitu sebesar Rp.210.000.000, jeruk sebesar Rp. 110.000.000, kopi sebesar Rp. 60.000.000, cabai besar sebesar Rp.

35.000.000, tomat sebesar Rp. 5.000.000, serta penerimaan yang paling sedikit dari kacang merah yaitu sebesar Rp 3.000.000. Pendapatan usahatani Lahan Kering diperoleh dari selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan petani selama proses produksi. Rata-rata pendapatan usahatani Lahan

Kering di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rata-rata Pendapatan Usahatani Lahan Kering di Desa Belantih

No	Uraian	Nilai (Rp)
1.	Total Penerimaan	21.150.000
2.	Total Biaya	10.151.880
	Total Pendapatan	10.998.120

Sumber: Data Primer, 2021

Total pendapatan yang diterima oleh petani di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten

Bangli yaitu diperoleh petani sebesar Rp. 10.998.120.

3.5. Pendapatan Total Keluarga

Pendapatan total rumah tangga merupakan seluruh pendapatan rumah tangga baik yang berasal dari hasil usahatani lahan kering maupun

pendapatan dari usaha lain. Pendapatan total keluarga pendapatan total keluarga dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 9. Pendapatan Total Keluarga Di Desa Belantih

No	Pendapatan total keluarga/tahun (Rp)	Orang	Persentase (%)
1.	<20.000.000	9	45
2.	20.000.000-40.000.000	10	50
3.	60.000.000	1	5
	Jumlah	20	100

Sumber: Data Primer, 2021

Dari Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah petani terbanyak adalah petani yang mengeluarkan biaya

produksi yaitu 20.000.000- 40.000.000 yaitu sebanyak 10 Orang atau sekitar 50%.

3.6. Sumber Pendapatan Petani Selain Dari Usahatani Lahan Kering di Desa Belantih

Sumber pendapatan petani selain usahatani lahan kering di Desa Belantih yaitu pendapatan pertanian

seperti usahatani padi sawah dan pendapatan non pertanian seperti guru, dan beternak. Uraian sumber pendapatan petani selain usahatani lahan kering di Desa Belantih dapat dilihat pada Tabel 10 berikut:

Tabel 10. Distribusi Pendapatan Petani Selain Dari Usahatani Lahan Kering

No	Sumber Pendapatan	Jumlah (Rp)
1.	Pendapatan Pertanian	
	• Padi Sawah	6.000.000
	Total I	6.000.000
2.	Pendapatan non Pertanian	
	• Guru	4.132.000
	• Beternak	10.000.000
	Total II	14.132.000
	Pendapatan total I+II	20.132.000

Sumber: Data Primer, 2021

Total pendapatan petani selain usahatani lahan kering sebesar Rp. 20.132.000. Total pendapatan pertanian sebesar Rp. 6.000.000 dan total pendapatan non pertanian sebesar Rp. 14.132.000.

3.6. Kontribusi Pendapatan Usahatani Lahan Kering Terhadap Pendapatan Rumah Tangga

Berdasarkan perhitungan dari rumus diatas dapat diketahui bahwa

kontribusi usahatani lahan kering terhadap pendapatan rumah tangga sebesar 54,66%.

3.7. Kelayakan Usahatani Lahan Kering Berdasarkan R/C Ratio dan B/C Ratio

Kelayakan usahatani lahan kering di Desa Belantih berdasarkan R/C dan B/C dapat dilihat pada Tabel 11 berikut.

Tabel 11. Indikator Kelayakan Usahatani Lahan Kering Berdasarkan R/C dan B/C

No	Indikator Kelayakan	Hasil	Keterangan
1.	R/C	2,03	Layak
2.	B/C	1,03	Layak

Sumber: Data Primer, 2021

Dari tabel diatas besarnya R/C ratio usahatani lahan kering sebesar 2,03 artinya setiap modal yang dikeluarkan sebesar Rp.1 akan mendapatkan sebanyak

Rp.2,03. Besarnya B/C ratio per petani adalah sebesar 1,03 artinya setiap modal yang dikeluarkan sebesar Rp.1 akan mendapatkan sebanyak Rp. 1,03.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa usahatani lahan kering di Desa Belantih, Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli dapat memberikan kontribusi yang dominan bagi pendapatan rumah tangga petani sebesar 54,66%. Kelayakan usahatani lahan kering di Desa Belantih Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli berdasarkan perhitungan R/C sebesar 2,03 dan B/C sebesar 1,03 maka layak untuk diusahakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gustiyana, H. 2004. *Analisis Pendapatan Usahatani Untuk Produk Pertanian*. Salemba Empat: Jakarta.
- Hendriyanto. 2016. *Analisis Kontribusi Budidaya Udang Tiger Terhadap Pendapatan Keluarga, di Kelurahan labuhan Deli, Kecamatan Medan Marelan, Kota Medan*. Skripsi Ekonomi Pertanian. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Mirwansyah Kiki. 2019. *Kontribusi Pendapatan Usahatani Kopi Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Dalam Prekspektif Ekonomi Islam*, Universitas Raden Intan Lampung.
- Muzdalifah. 2011. *Analisis Produksi dan Efisiensi Usaha tani Padi di Kabupaten Banjar, Jurnal Agribisnis Pedesaan Volume 01 No. 04 Desember 2011: 256-266*
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani. Universitas Indonesia (UI-Prees)*. Jakarta. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Latulangi Volume 1, Nomor 3, September 2013:991-998.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- T.Gilarso. 2008. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Edisi 5. Kanisius: Yogyakarta.

PENGARUH KELEMBAGAAN KOPI ARABIKA BERBASIS EKSPOR CV. KOPI GUNUNG CATUR KINTAMANI KABUPATEN BANGLI

I Putu Gede Hendrayana¹, Ida Ayu Made Dwi Susanti², Luh Putu Kirana Pratiwi³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis

Universitasa Mahasaraswati Denpasar

^{2,3}Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis

Universitasa Mahasaraswati Denpasar

*corresponding author: hendrayna1@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to (1) To determine the institutional role applied in CV. Gunung Catur Coffee in Catur Kintamani Village (2) Analyzing the export system applied in CV. Mount Catur Coffee in Catur Kintamani Village. This research was conducted from October 2021 to December 2021. The types of data in this study are quantitative data and qualitative data. Sources of data in this study are primary data and secondary data. Methods of collecting data through observation, interviews, questionnaires, literature study, and documentation. The data obtained in the field were analyzed through Likert scale analysis, and quantitative analysis techniques. Based on the analysis of research in the field, the institutional role of Arabica coffee in CV. Gunung Catur coffee indicators are quite good and get a score of 116.80 with an indicator percentage of 77.87% obtained from five statements. Green bean coffee export system on CV. Gunung Catur Coffee in Catur Kintamani Village as a whole is in a fairly good indicator and based on the research obtained a score of 116.50 with an indicator percentage of 77.67% obtained from four statements.

Keywords: Institutional Role, Export System, Likert Scale

1.PENDAHULUAN

Desa catur, Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli merupakan salah satu sentra penghasil kopi arabika Kintamani dan populasi terbanyak yang mendapatkan permintaan kopi arabika. Kopi arabika yang merupakan sumber pendapatan penting bagi petani, karena produksi kopi arabika lebih tinggi di banding perkebunan lainnya. Potensi mutu citarasa kopi arabika dari kintamani cukup baik karena ukuran bijinya besar-besar, aroma kopi rasa jeruk dan tidak terlalu pahit. Peranan petani kopi

di perusahaan CV. Kopi Gunung Catur sangat penting dalam menjalankan sistem pengolahan teknologi supaya nantinya perusahaan ini menjadi lebih baik kedepannya karena sudah menerapkan kelembagaan agribisnis dalam meningkatkan kapasitas dan kompetensi petani. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Bagaimanakah peran kelembagan kopi arabika di CV. Kopi Gunung Catur Desa Catur Kintamani dan Bagaimanakah sistem ekspor pada CV. Kopi Gunung Catur di Desa Catur Kintamani.

II.METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Kopi Arabika yang berlokasi di wilayah Desa Catur Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Penentuan lokasi penelitian dengan cara sengaja (purposive) dengan pertimbangan yaitu; Desa Catur Kintamani merupakan sebagai sentral produksi Kopi Arabika di wilayah Kintamani Kabupaten Bangli . Kopi Arabika di kawasan Desa Catur Kintamani sudah tersertifikat IG berbasis ekspor. CV. Kopi Gunung Catur Kintamani belum pernah ada yang melakukan penelitian terkait hal serupa.

penelitian ini berjumlah sebanyak 30 orang. Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data, yaitu Observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi masyarakat tentang mata pencaharian yang sedang dilakukan saat ini.

Sampel
Tabel 1. Metode Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Skor
1	SB	Sangat Baik	5
2	B	Baik	4
3	CB	Cukup Baik	3
4	TB	Tidak Baik	2
5	STB	Sangat Tidak Baik	1

Sumber : Ridwan, 2009

Teknik analisis kuantitatif digunakan untuk mengelola dan menginterpretasikan data yang berbentuk angka atau yang bersifat sistematis. Jenis analisisnya menggunakan analisis persentase dengan menggunakan

Keterangan:

P : persentase (%) yang dicari

f : jumlah responden yang memilih alternative jawaban

N : jumlah keseluruhan responden

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

rumus:

III.HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1.Peran Kelembagaan Kopi Arabika CV. Kopi Gunung Catur

Keberadaan lembaga ekonomi baik formal maupun non formal sangat membantu petani dalam perkembangan usahatani kopi, namun tidak semua kelembagaan ekonomi benar-benar berperan dan berfungsi

sesuai dengan tujuan awal yang telah ditetapkan. Beberapa ketidaksesuaian yang muncul pada kelembagaan ekonomi tersebut antara lain motivasi dan kurangnya tingkat partisipasi terhadap pengembangan potensi komoditas, kegiatan produktif lebih mementingkan kepentingan individu saja dan lemahnya pembinaan. Kemudian dari penelitian di CV. Kopi Gunung Catur adanya indikator yang

terkait yaitu : Mengedukasi petani dalam pasca panen, Memberikan kepastian harga sesuai produk, menjembati petani kopi untuk meningkatkan produk, meningkatkan kualitas kopi dengan proses pengolahan kopi, dan memasarkan kopi kepada ekspor. Peran kelembagaan kopi arabika tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Peran Kelembagaan Kopi Arabika CV. Kopi Gunung Catur

Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Total skor	Average Persentase	Indikator	
Mengedukasi Petani Dalam Pasca Panen	2	6	30	40	25	103	3,43	68,67	cukup baik
Memberikan Kepastian Harga Sesuai Produk	1	4	30	28	50	113	3,77	75,33	cukup baik
Menjamin Petani Kopi Untuk Meningkatkan Kapasitas	0	8	12	48	50	118	3,93	78,67	cukup baik
Meningkatkan Kualitas Kopi Dengan Proses Pengolahan	1	2	12	40	75	129	4,30	86,00	baik
Memasarkan Kopi Kepada Ekspor	1	2	15	48	55	121	4,03	80,67	baik
Peran Kelembagaan						116,80	3,89	77,87	cukup baik

Sumber: Data Primer, 2021

Pada Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa peran kelembagaan dengan 5 pernyataan berada pada Indikator Cukup Baik, Dengan total skor 116,80 dapat di bulatkan menjadi 117, dengan persentase 77,87%. Secara Rinci Kelima Pernyataan dijabarkan sebagai berikut.

1. Pada variabel peran kelembagaan nilai tertinggi pada Pernyataan meningkatkan kualitas kopi dengan proses pengolahan kopi sangat mempengaruhi nilai tertinggi karena hanya kualitas kopi yang baik diutamakan oleh CV. Kopi Gunung Catur

2. Nilai tertinggi kedua pada variabel peran kelembagaan adalah pernyataan memasarkan kopi kepada eksportir dikarenakan yang berperan aktif dalam pemasaran ekpor ini adalah CV.Kopi Gunung Catur sendiri,
3. Nilai tertinggi ketiga pada variabel peran kelembagaan adalah pernyataan menjembati petani kopi untuk meningkatkan kapasitas karena CV.Kopi Gunung Catur menjadi salah satu penghubung antara kelompok tani yang berada di desa Catur Kintamani dan sekaligus agar dapat meningkatkan produksi kopi dengan kualitas ekspor.
4. Nilai tertinggi keempat pada variabel peran kelembagaan adalah pernyataan memberi kepastian harga sesuai produk dikarenakan CV.Kopi Gunung Catur ingin meningkatkan produksi kelompok tani lain dengan memberikan kepastian harga sesuai dengan harga pasar.
5. Nilai tertinggi kelima pada variabel peran kelembagaan adalah pernyataan mendukung petani dalam pasca panen karena pada saat pasca panen CV.Kopi Gunung Catur memberikan edukasi agar kopi yang dipanen nantinya dapat memenuhi syarat ekspor

3.2 Sistem Ekspor

Sistem ekspor merupakan salah satu bagian dari perdagangan internasional. Dalam hal ini ekspor memiliki pengertian yakni kegiatan perdagangan yang dilakukan untuk menjual barang ataupun jasa keluar negeri, dalam upaya untuk memperoleh keuntungan. Kemudian dari penelitian di CV. Kopi Gunung

Catur adanya empat indikator yang terkait dengan CV. Kopi Gunung Catur yaitu : persyaratan administrasi ekspor, kualitas produk biji kopi ekspor, keterlibatan mitra bisnis dalam pasar ekspor, peranan pemerintah dalam pasar ekspor. dan presentase dari kelayakan dapat di lihat pada tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Kopi Arabika CV. Kopi Gunung Catur

Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Total skor	average	presentase	indikator
Persyaratan Administrasi Ekspor	1	8	30	32	35	106	3,53	70,67	cukup baik
Kualitas Produk Biji Kopi Ekspor	1	4	30	28	50	113	3,77	75,33	cukup baik
Keterlibatan Mitra Bisnis Dalam Pasar Modal	0	4	9	40	75	128	4,27	85,33	baik
Peran Pemberintah Dalam Pasar	0	2	27	40	50	119,00	3,97	79,33	cukup baik

Eksport

Sistem Eksport	116,50	3,88	77,67	cukup baik
----------------	--------	------	-------	------------

Sumber: Data Primer, 2021

Pada tabel 3. dapat dilihat bahwa system ekspor dengan 4 pernyataan berada pada indikator cukup baik, dengan total skor 116,50 dengan persentase 77,67%. Secara rinci keempat pernyataan akan dijabarkan sebagai berikut.

1. Pada Variabel sistem ekspor nilai tertinggi pada Pernyataan keterlibatan mitra bisnis dalam pasar ekspor sangat mempengaruhi nilai tertinggi karena dalam sistem ekspor, mitra bisnis berperan besar terhadap proses ekspor barang khususnya komoditi kopi.
2. Nilai tertinggi kedua pada variabel sistem ekspor adalah pernyataan peran pemerintah dalam pasar ekspor dikarenakan program pemerintah yang turut serta dalam memfasilitasi CV.Kopi Gunung Catur sehingga kopi ini tersertifikasi dan mempengaruhi kelayakan harga jual.
3. Nilai tertinggi ketiga pada variabel sistem ekspor adalah pernyataan kualitas produk dalam biji kopi ekspor karena standar kualitas biji kopi sangat berbeda dengan kualitas biji kopi yang dipasarkan skala lokal, contohnya ukuran biji kopi yang sudah dipilah oleh mesin produksi.
4. Nilai tertinggi keempat pada variabel sistem ekspor adalah pernyataan persyaratan administrasi ekspor karena CV. Kopi gunung catur memiliki persyaratan administrasi ijin

ekspor, sehingga Cv. Kopi gunung catur layak untuk melakukan ekspor.

4.KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Peran kelembagaan kopi arabika di CV. Kopi Gunung Catur di Desa Catur Kintamani berdasarkan penelitian berada pada indikator cukup baik dan memperoleh skor berjumlah 116,80 dengan persentase Indikator sebesar 77.87 % yang di dapatkan dari lima pernyataan.
2. Sistem ekspor green bean kopi pada CV. Kopi Gunung Catur di Desa Catur Kintamani secara keseluruhan berada pada indikator cukup baik dan berdasarkan penelitian memperoleh skor 116,50 dengan persentase Indikator sebesar 77.67% yang di dapatkan dari empat pernyataan.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2020. *Produksi Kopi Arabika Kabupaten Kota Provinsi Bali*. <https://bali.bps.go.id/indicator/54/349/1/produksi-kopi-arabika-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-bali.html>
- Dinas Perkebunan Bali. 2015. *Kopi Arabika Kintamani Masuk Unggulan Komoditi Nasional*. <http://www.disbun.baliprov.go.id/berita/detail/74-kopi-arabika-kintamani-masukunggulan-komoditi-nasional>.

- Farid Ustiaji. 2016. *Analisis Daya Saing Komoditi Ekspor Unggulan Indonesia di Pasar Internasional*. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Vol.14, No. 02. Gabungan Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia, Peraturan Ekspor, pada <http://gaeki.or.id/ketentuan-ekspor-kopi>. Diakses pada 21 Februari 2020.
- Gisaro, M.Y.B., L. Philippe, B. Philippe, and Deo. 2013. "Role Of Kopakama In Promoting socio-Economic Development of Coffee Farmers". International NGO Journal 8 (3): 61–67.
- MPIG. 2007. *Buku Persyaratan Indikasi Geografis Kopi Arabika*. Kintamani Bali.