

AGRIFARM

JURNAL AGRIBISNIS DAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

Volume 2 No. 3

JUNI 2023

NILAI TAMBAH DAN PENDAPATAN PENGOLAHAN KERIPIK BELUT

Yasinta Renyanita Sueng, Nyoman Utari Vipriyanti, Putu Fajar Kartika Lestari

PERANAN KELOMPOK WANITA TANI TERHADAP PENDAPATAN USAHATANI SAYURAN DI KELOMPOK WANITA TANI CEMPAKA DESA PENGOTAN

Ida Ayu Putu Pramestya Wiratam, Cening Kardi, Ni Putu Sukanteri

ANALISIS PERMINTAAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEM-PENGARUHI PERMINTAAN BUAH JERUK LUMAJANG DI KABU-PATEN GIANYAR

Komang Ayu Tri Puspa Rini, I Made Budiasa, Cening Kardi

KOMPARASI KEUNTUNGAN USAHA *HATCHERY* IKAN KERAPU HIBRIDA CANTIK DAN HIBRIDA CANTANG DI KECAMATAN GEROKGAK KABUPATEN BULELENG

Ni Nyoman Atik Dwi Putri Hartatik, Nyoman Yudiarini, Luh Putu Kirana Pratiwi

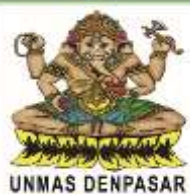
STRATEGI PEMASARAN BUAH TOMAT (STUDI KASUS PADA KELOMPOK TANI SAPTA KERTA BHUANA DI DESA BANGLI, KECAMATAN BATURITI KABUPATEN TABANAN)

Rikardus Jagang, Ni Gst Ag Gde Eka Martiningsi, Ida Ayu Made Dwi Susanti

EFISIENSI PEMASARAN BIBIT TANAMAN CABAI DI KELOMPOK WANITA TANI KARANG LESTARI DESA SIBANG KAJA

Si Ngurah Rai Putrajaya, I Made Tamba, Ni Putu Anglila Amaral

PENERBIT



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

**SUSUNAN TIM AGRIFARM
JURNAL AGRIBISNIS DAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

PENANGGUNG JAWAB
DEKAN FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR
Dr. Ir. I Made Sukerta, M.Si

KETUA TIM REDAKSI
Luh Putu Kirana Pratiwi, S.P., M.Agb.

TIM EDITOR
Dr. drh. Nyoman Yudiarini, S.KH., M.Agb.
Dr. Ni Putu Sukanteri, S.P., M.Agb.

KANTOR REDAKSI
Gedung Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas
Mahasaraswati Denpasar, Lantai 3.
Jl. Kamboja No. 11 A Denpasar 80223
Telp. (0361) 265322, Fax. (022) 227019
Website: <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/agrifarm>

NILAI TAMBAH DAN PENDAPATAN PENGOLAHAN KERIPIK BELUT

Yasinta Renyanita Sueng ^{1*}, Nyoman Utari Vipriyanti ², Putu Fajar Kartika Lestari³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email korespondensi: yasintarenyanita@gmail.com

ABSTRACT

One of the fishery products is eel, where eel can be processed into eel. The purpose of this study is to : analyze the added value and income obtained from processing eel into eel chips in Mengwitani Village, Mengwi District, Badung Regency. This research was conducted at UD Indra Dwi Ananda in Mengwitani Village, Mengwi District, Badung Regency. The research period is two months from September to October 2022. The types of data used in the study include qualitative data and quantitative data. Sources of data in this study are primary data and secondary data. The method used by respondents is the census method, which uses the entire population as respondents who operate as many as 9 people. Data collection methods include: observation, interviews, questionnaires, and documentation. The results showed that the added value generated from processing eel into eel chips in one production process at UD Indra Dwi Ananda, Mengwitani Village, Mengwi District, Badung Regency was Rp. 28.800 per kilogram with a total production of 60 kilograms of eel chips in one time. production process. The income received from processing eels into eel chips in one production process at UD Indra Dwi Ananda in Mengwi Village, Mengwi District, Badung Regency is Rp. 2.800.833 or Rp. 22.406.664 per However, it can be suggested to the government and related agencies to intensify their attention and guidance which includes aspects of capital technology management and marketing because there is added value and the opinion generated from processing eel into eel chips is quite high UD Indra Dwi Ananda in Mengwitani Village, Mengwi District, Badung Regency, hopefully more developed in the future.

Keyword : eel, eel chips, added value and income.

LPENDAHULUAN

Latar Belakang

Hasil perikanan Indonesia pada umumnya dapat digunakan sebagai bahan baku industri olahan. Salah satu hasil perikanan adalah belut, dimana belut dapat diolah menjadi keripik belut. Pendorong tingginya permintaan keripik belut karena memiliki rasa khas belut goreng yang gurih dan lezat dan

sangat digemari oleh golongan masyarakat mulai dari anak-anak sampai orang tua sebagai makanan cemilan. Keripik belut merupakan hasil olahan dari belut segar dengan penambahan bumbu-bumbu serta tepung beras maupun tanpa tambahan tepung beras dalam penggorengannya sehingga lebih enak umumnya konsumen membeli

keripik belut tepung. Pengolahan hasil perikanan merupakan kegiatan industri yang menciptakan nilai tambah bagi komoditi perikanan melalui produk olahan dalam bentuk setengah jadi maupun barang jadi menggunakan bahan baku berasal dari hasil perikanan. UD Indra Dwi Ananda di Desa Mengwitani, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung merupakan industri rumah tangga menengah yang bergerak pada bidang olahan makanan ringan yaitu keripik belut. Keripik belut merupakan olahan makanan ringan cukup lama dikenal masyarakat ditinjau dari segi umur mulai dari orang tua, dewasa, hingga anak kecil sedikit- banyak mengkonsumsi keripik belut sebagai snack yang dipilih pada waktu santai dan dapat dijadikan lauk pendamping nasi.

Tujuan Penelitian

Penelitian bertujuan untuk mengetahui nilai tambah pengolahan belut segar menjadi kripik belut yang bernilai ekonomis. Serta mengetahui pendapatan yang diperoleh dalam pengolahan kripik belut.

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Pemilihan lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan dasar pertimbangan bahwa UD Indra Dwi Ananda adalah merupakan satu-satunya industri rumah tangga

penghasil keripik belut yang terdapat di Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung yang sudah memiliki izin dari Dinas Perindustrian.

II.METODE ANALISIS DATA

Metode analisis yang digubakan dalam penelitian adalah Analisis Nilai Tambah dan analisis Pendapatan

1. Analisis Nilai Tambah.

Nilai Tambah Bruto NTb = Na ±

$$BA = Na \pm (Bb + Bp) \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan : NTb=Nilai tambah bruto (Rp);

Na=Nilai produk akhir keripik belut (Rp);

BA=Biaya antara (Rp);

Bb=Biaya bahan baku keripik belut (Rp);

Bp=Biaya bahan penolong (Rp)

2. Analisis Pendapatan

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(2)$$

Dimana:

π = Pendapatan (Rupiah)

TR = *Total Revenue*, total penerimaan yang diperoleh per proses produksi (Rupiah)

TC = Total Cost, biaya total yang dikeluarkan per proses produksi (Rupiah).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan gambaran umum tentang keadaan dan latar belakang responden yang berpengaruh terhadap kegiatan usaha, berikut ini akan diuraikan beberapa karakteristik

responden berdasarkan pendidikan, umur dan pengalaman kerja.

Umur

Umur mempunyai pengaruh terhadap kemampuan fisik seseorang dalam mengelola usahanya maupun dalam melakukan pekerjaan lain. Rata-rata umur responden termasuk kedalam kelompok usia umur produktif. Umur responden terbanyak berada pada rentang umur 35-45 tahun sebanyak 5 orang (55,56%), umur responden dengan rentang umur 46- 56 tahun sebanyak 4 orang (44,44%).

Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang menentukan produktifitas kerja, sikap dan kemampuan orang dalam mengambil keputusan dan tindakan, tingkat pendidikan responden tertinggi yaitu berada pada jenjang pendidikan SMA sebanyak 5 orang (55,56%), diikuti dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 3 orang (33,33%), dan tingkat pendidikan yang paling

sedikit adalah SMP sebanyak 1 orang (11,11%).

Karakteristik Usaha Keripik Belut UD Indar Dwi Ananda

Karakteristik usaha meliputi: bahan baku dan proses pengolahan belut menjadi keripik belut, biaya usaha, penerimaan dan pendapatan, serta pemasaran.

Biaya Produksi

Biaya dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk proses pembuatan keripik Belut di Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.

Biaya Tetap

Biaya tetap dalam penelitian ini merupakan biaya penyusutan peralatan kecil seperti wajan, saringan, baskom, timbangan, ember, keranjang bambu, sutil. Uraian biaya penyusutan alat pada UD Indra Dwi Aanda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Penyusutan Alat Pengolahan Keripik Belut Satu Kali Proses Produksi Pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung

No	Sarana/ komponen biaya	Jumlah (bh)	Nilai pembelian (Rp)	Lama pemakaian (tahun)	Nilai penyusutan (Rp)
1	Wajan	2	75.000	18	86,80
2	Saringan	2	27.000	1	562,5
3	Baskom	6	40.000	1	2.500
4	Timbangan	1	380.000	20	197,91
5	Ember	2	25.000	1	520,83
6	Keranjang bambu	2	30.000	3	208,33
7	Sutil	2	25.000	1	520,83
Total					2.099,7

Sumber: Data Diolah Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 1. rata-rata biaya penyusutan alat satu untuk kali proses produksi pada U.D Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung adalah sebesar Rp 2.099,7

atau sebesar Rp 16.797,6 per bulan. Biaya tetap pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung termasuk biaya penyusutan alat.

Tabel 2 Rata-rata Biaya Tetap Pengolahan Keripik Belut Satu Kali Proses Produksi Pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung Tahun 2022

No	Biaya Tetap	Besar Biaya Tetap (Rp)	Persentase (%)
1	Penyusutan alat	2.099,7	100
	Total	2.099,7	100

Sumber : Data Diolah Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan dalam satu kali proses produks pada U.D

Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung adalah sebesar Rp 2.099,7 atau sebesar Rp 16.797,6 per bulan.

Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya langsung yang dapat berubah dengan kuantitas volume penjualan. Biaya variabel pengolahan belut menjadi

keripik belut pada U.D Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Rata-Rata Biaya Variabel Pengolahan Belut Menjadi Keripik Belut Satu Kali Proses Produksi Pada UD Indra Dwi Ananda

No	Biaya Variabel	Kuantitas	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1	Belut	120	Kg	50.000	6.000.000	78,49
2	Tepung beras	15	Kg	12.000	180.000	2,35
3	Bawang merah	1	Kg	30.000	30.000	0,39
4	Bawang putih	1	Kg	25.000	25.000	0,33
5	Ketumbar	2	Ons	1.000	2.000	0,03
6	Telur	8	Butir	1.500	12.000	0,16
7	Penyedap	10	Pcs	500	5.000	0,08
8	Kemasan kecil	100	Bh	200	20.000	0,26
9	Kemasan besar	200	Bh	500	100.000	1,30
10	Kayu bakar	20	Ikat	15.000	300.000	3,93
11	Garam	1	Kg	10.000	10.000	0,14
12	Label kemasan	300	Bh	200	60.000	0,78
13	Minyak goreng	20	L	15.000	300.000	3,92
14	Upah tenaga kerja	8	Orang	75.000	600.000	7,84
Total					7.644.000	100

Sumber: Data Diolah Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 3. Rata-rata biaya variabel pengolahan belut menjadi keripik belut satu kali proses produksi pada U.D Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung adalah sebesar Rp. 7.644.000 atau sebesar Rp 61.152.000 perbulan.

Biaya Total Usaha Kripik Belut

Biaya total adalah jumlah biaya yang dikeluarkan keseluruhan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya Total yang dikeluarkan pada UD Indra Dwi Ananda dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Rata-Rata Biaya Total Pengolahan Belut Menjadi Keripik Belut Satu Kali Proses Produksi Pada UD Indra Dwi Ananda

No	Jenis biaya	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya tetap	2.099,7	0,02
2	Biaya variabel	7.644.000	99,98
	Total	7.646.099,7	100,00

Sumber: Data Diolah Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4 rata-rata biaya total pengolahan belut menjadi keripik belut untuk satu kali proses produksi pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mebgwi Kabupaten Badung adalah sebesar Rp. 7.646. 099,7 atau sebesar Rp 61.168.797,6 per bulan.

Penerimaan dan Pendapatan

Pendapatan merupakan hasil dari penjualan produk yang di kurangi dengan total biaya yang di keluarkan. Adapun pendapatan pada UD Indra Dwi Ananda adalah hasil penjualan keripik belut dalam satu kali proses produksi. Secara rinci dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rata-Rata Penerimaan Dan Pendapatan Pengolahan Belut Menjadi Keripik Belut Satu Kali Proses Produksi Pada UD Indra Dwi Ananda

No	Karakteristik	Kuantitas (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	60	175.000	10.500.000
2	Biaya total produksi			7.646.099,7
3	Pendapatan			2.853.900,3

Sumber: Data Diolah Primer, 2022

Nilai penjualan atau penerimaan pengolahan belut menjadi keripik belut dalam satu kali proses produksi pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung adalah sebesar Rp. 10.500.000 atau 84.000.000 per bulan. pendapatan pengolahan belut

menjadi keripik belut dalam satu kali proses produksi pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung adalah sebesar Rp 2.853.900,3 atau sebesar Rp 22.831.202,4 per bulan.

Nilai Tambah Hasil Pengolahan Belut Menjadi Keripik Belut Pada UD Indra Dwi Ananda

Perhitungan nilai tambah di lakukan dengan berbagai komponen

mempengaruhi dalam perhitungan antara lain bahan baku yang di hitung berdasarkan data yang di peroleh dari lapangan dapat di rinci pada Tabel 6.

Tabel 6 Analisis Nilai Tambah Pengolahan Belut Menjadi Keripik Belut Satu Kali Proses Produksi Pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani

No	Daftar Input, Output, Dan Harga	Nilai
1	Hasil produksi keripik belut (Kg)	60
2	Bahan baku (Kg)	120
3	Tenaga kerja (HOK)	8
4	Faktor konversi (1) / (2)	0,5
5	Koefisien tenaga kerja (HOK/kg) (3) / (2)	0,06
6	Harga output (Kg)	175.000
7	Upah rata-rata (Rp/HOK)	75.000
Pendapatan Dan Keuntungan		
8	Harga bahan baku (Rp/kg)	50.000
9	Sumbangan input lain (Rp/Kg)	8.700
10	Nilai <i>output</i> (Rp/Kg) (4) x (6)	87.500
11	Nilai tambah (10) – (8) – (9) (Rp/Pcs)	28.800
	Rasio nilai tambah (%) (11a) / (10)	32,91
12	Imbalan tenaga kerja (5) x (7) (Rp/kg)	4.500
	Bagian tenaga kerja (%) (12a) / (11a)	15,62
13	Keuntungan (11a) – (12a) (Rp/kg)	24.300
	Tingkat keuntungan (%) (13a) / (11a)	84,37
14	Marjin (10) – (8) (Rp/kg)	37.500
	endapatan tenaga kerja (%) (12a) / (14)	12
	Sumbangan <i>input</i> lain (%) (9) / (14)	23,2
	Keuntungan (%) (13a) / (14)	63,33

Sumber: Data Diolah Primer, 2022

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata penggunaan bahan baku dalam proses pengolahan belut menjadi keripik belut pada UD Indra Dwi Ananda Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. UD Indra Dwi Ananda

menggunakan bahan baku dalam satu kali proses produksi sebanyak 120 kg belut dengan harga Rp. 50.000/kg dengan membeli bahan baku dari petani Daerah Jawa, menghasilkan 60 kg keripik belut yang setara dengan 300 pcs (kemasan besar 200 pcs dan kemas kecil 100 pcs).

Keripik belut tersebut kemudian dikemas dalam dua bentuk kemasan (besar dan kecil) yang masing-masing kemasan tersebut mempunyai berat dan harga tersendiri. Untuk kemasan besar menjadi 200 pcs, dimana 1 pcs kemasan besar setara dengan 250 gram dengan harga jual Rp 45.000/pcs dan kemasan kecil sebanyak 100 pcs, dimana 1 pcs kemasan kecil setara dengan 100 gram dengan harga jual Rp 15.000/pcs. Tenaga kerja yang dihitung adalah semua tenaga yang berperan dalam proses produksi keripik pada UD Indra Dwi Ananda berjumlah 8 orang dengan upah rata-rata tenaga kerja perhari sebesar Rp 75.000 dengan jumlah jam kerja sebanyak 8 jam/hari. Nilai faktor konversi yaitu sebesar 0,5 di dapat dari pembagian antara hasil produksi dan bahan baku. Faktor konversi yang didapatkan oleh usaha keripik belut pada UD Indra Dwi Ananda meningkatkan volume sebesar 0,5. Nilai koefisien tenaga kerja pada UD Indra Dwi Ananda sebesar 0,06.

Nilai sumbangan input lain sebesar Rp. 8.700 per kilogram yang diperoleh dari total biaya sumbangan input lain sebesar 1.044.000 di bagi jumlah bahan baku 120 kg. Nilai *output* yang dicapai pada pengolahan keripik belut sebesar Rp. 87.500 per kilogram. Nilai *output* ini dialokasikan untuk bahan baku sebesar Rp 50.000 per kilogram dan sumbangan *input* lain sebesar Rp 8.700 per kilogram.

Hasil perhitungan nilai tambah yang diperoleh UD Indra Dwi Ananda sebesar Rp 28.800 untuk setiap satu kg belut, merupakan selisih antara nilai *output* dengan bahan baku dan sumbangan *input lain*. Rasio nilai tambah belut per proses produksi pada pengolahan belut menjadi keripik belut adalah sebesar 32,91%. Margin yang diperoleh untuk proses pengolahan belut menjadi keripik belut sebesar Rp 37.500, margin yang didapat berasal dari selisih antara nilai output dengan harga bahan baku belut per kilogram, dengan jumlah persenan untuk sumbangan input lain sebesar 23,2%, pada sumbangan input lain diperoleh dari penjumlahan seluruh biaya dibagi dengan nilai margin dikalikan dengan 100%. Keuntungan yang diperoleh pemilik UD Indra Dwi Ananda untuk pengolahan belut menjadi keripik belut adalah sebesar 63,33% artinya untuk setiap satu kali proses produksi keripik belut akan menghasilkan keuntungan sebesar 63,33%.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Besarnya nilai tambah pengolahan belut menjadi keripik belut pada UD Indra Dwi Ananda di Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung sebesar Rp. 28.800. per kilogram dengan total produksi sebanyak 60 kilogram keripik belut dalam satu kali proses produksi serta pendapatan yang diterima dari hasil pengolahan belut menjadi keripik belut dalam satu kali proses produksi

pada UD Indra Dwi Ananda di Desa Mengwitani Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung sebesar Rp 2.800.833. atau sebesar Rp 22.406.664 per bulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Listyawati, Suprapti Supardi, RR. Aulia Qonita (2016) *Analisis Nilai Tambah dan Saluran Pemasaran Agroindustri Keripik Belut di Kabupaten Klaten*
- Hidayat, A. F., & Muttalib, S. A. (2022). *Analisis Nilai Tambah Produk Agroindustri Tempe Di Kecamatan Sukamulia, Kabupaten Lombok Timur. Jurnal Ilmiah Rekayasa Pertanian dan Biosistem*, 8(2), 230-235.
- Hutagalung, E. S. (2022). *Analisis Pendapatan Dan Distribusi Nilai Tambah (Metode Hayami) Pada Usaha Pengolahan Ikan Asin Di Kota Sibolga.*
- Mia Berlia, Iwang Gumilar, Lintang P.S Yuliadi, dan Atika Nurhayati (2017) *Analisis Usaha dan Nilai Tambah Produk Kerupuk Berbahan Baku Ikan dan Udang.*
- Nur, Aminah. 2013. *Analisis Nilai Tambah dan Pengolahan Susu Kedelai Pada Skala Industri Rumah Tangga di Kota Medan. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.*
- Sulaiman, I. (2022). *Analisis Nilai Tambah Pengolahan Belut Menjadi Keripik Belut (Studi Kasus) di Desa Kedu Kecamatan Buay Madang Timur Kabupaten OKU Timur. Jurnal Bakti Agribisnis*, 6(01), 31-36.
- Wahyu Hamidi (2016), *Analisis Nilai Tambah Agroindustri Abon Ikan Patin di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau.*

PERANAN KELOMPOK WANITA TANI TERHADAP PENDAPATAN USAHATANI SAYURAN DI KELOMPOK WANITA TANI CEMPAKA DESA PENGOTAN

Ida Ayu Putu Pramestya Wiratam¹, Cening Kardi², Ni Putu Sukanteri³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email Korespondensi : dayuprames123@gmail.com

ABSTRACT

Horticultural crop commodities that play an important role as a source of income that can meet the needs of farmers. This research was conducted in KWT Cempaka, Pengotan Village, Bangli Subdistrict, Bangli Regency. The purpose of this study is to find out the amount of income, the level of efficiency of the farm, and the contribution of KWT to family income in KWT Cempaka, Pengotan Village. The determination of respondents was done using census methods with a total of 20 respondents. The data analysis methods used are income analysis and R/C Ratio. The results of this study showed vegetable farming income in KWT Cempaka, Pengotan Village during one production season which amounted to Rp. 22,016,900. The value of R / C Ratio of vegetable farming in KWT Cempaka, Pengotan Village is 2.18, which shows vegetable farming activities in KWT Cempaka, Pengotan Village are feasible (efficient) to be developed because it is economically profitable. Vegetable farming activities conducted by women farmers in KWT Cempaka, Pengotan Village play a role in vegetable farming and are able to contribute to family income.

Keywords : Vegetable farming, Peasant Women's Group, Income, R/C Ratio

I.PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pertanian adalah suatu bentuk produksi yang khas, yang didasarkan pada proses pertumbuhan tanaman dan hewan. Petani mengelola dan merangsang pertumbuhan tanaman serta hewan dalam suatu usahatani, dimana kegiatan produksi merupakan bisnis, sehingga pengeluaran dan pendapatan sangat penting artinya (Mosher, 1966). Indonesia merupakan negara agraris yang bergerak dibidang pertanian dan kebanyakan masyarakat bekerja

sebagai petani, hal ini dilatarbelakangi dari letak geografis Indonesia yang berada di daerah tropis sehingga memiliki iklim yang sesuai untuk mengembangkan potensi pertanian. Peranan sektor pertanian di Indonesia sangat penting dalam memberikan kontribusi yang besar dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani, memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, dan memberikan devisa bagi negara. Dimana pertumbuhan ekonomi dan

kesejahteraan petani tergantung pada tingkat pendapatan petani dan keuntungan yang didapat dari sektor pertanian itu sendiri. Sektor pertanian juga memiliki peran yang sangat penting sebagai sumber pendapatan yang utama bagi masyarakat petani, khususnya para petani sayuran.

Sayuran berperan penting sebagai sumber pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup petani. Sayuran adalah salah satu komoditi yang berprospek cerah untuk dikembangkan karena dibutuhkan sehari-hari dan permintaan cenderung meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dari tahun ke tahun.

Pemerintah berinisiatif untuk menangani masalah kemiskinan di Indonesia yaitu dengan membentuk lembaga yang diberikan kepada kaum wanita. Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan kelompok tani yang memberdayakan tenaga kerja wanita untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan bercocok tanam maupun kegiatan lainnya yang dapat menambah pundi-pundi rupiah.

Desa Pengotan merupakan salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali, yang menjalankan program Kelompok Wanita Tani (KWT). Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Pengotan diberi nama KWT Cempaka, yang berdiri pada tahun 2014 namun disahkan oleh pemerintah dan sudah memiliki ijin serta bestatus hukum resmi pada

tahun 2017. Jumlah anggota kelompok di KWT Cempaka sebanyak 20 orang, masing-masing anggota dalam KWT Cempaka mengolah hampir 15 are lahan/orang. Lahan yang dikelola oleh kelompok merupakan lahan milik pribadi (anggota kelompok) dan KWT Cempaka hanya memiliki lahan seluas 5 are. Komoditi sayuran yang dikelola oleh KWT Cempaka yaitu beragam, diantaranya adalah sayur buncis, sayur sawi, dan sayur kubis. Dari dulu hingga saat ini KWT Cempaka masih tetap aktif melaksanakan kegiatan di bidang pertanian, mulai dari mengolah lahan pertaniannya hingga memasarkan hasil pertaniannya, serta beberapa kali melaksanakan pertemuan antar anggota kelompok untuk menjalankan koordinasi dan tetap kompak dalam menjalankan kegiatan kelompok.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Besarnya pendapatan usahatani sayuran di Kelompok Wanita Tani (KWT) Cempaka Desa Pengotan
2. Tingkat efisiensi usahatani sayuran di Kelompok Wanita Tani (KWT) Cempaka Desa Pengotan
3. Besarnya kontribusi Kelompok Wanita Tani terhadap pendapatan keluarga di Kelompok Wanita Tani (KWT) Cempaka Desa Pengotan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di KWT Cempaka, Desa Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli. Penelitian ini dilaksanakan, pada bulan Oktober hingga Desember 2022.

Penentuan Responden

Populasi dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*, dimana populasi dalam penelitian ini adalah KWT Cempaka, Desa Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli. Teknik penentuan atau pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode sensus yang dilakukan pada anggota KWT Cempaka, Desa Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli sebanyak 20 orang.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode : observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

TC = Biaya Total /*Total Cost* (Rp)

FC = Biaya Tetap /*Fixed Cost* (Rp)

VC = Biaya Variabel /*Variabel Cost* (Rp)

Untuk menghitung jumlah penerimaan yang diperoleh dapat

diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan /*Total Revenue* (Rp)

P = Harga Produk/*Price* (Rp)

Q = Jumlah Produk/*Quantity* (Kg)

Untuk menghitung pendapatan usahatani sayuran secara matematis persamaanya dituliskan dengan menggunakan rumus berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan usahatani/*Income* (Rp)

TR = Total Penerimaan/*Total Revenue* (Rp)

TC = Total Biaya/*Total Cost* (Rp)

Analisis Efisiensi

Untuk mengetahui R/C suatu usahatani, dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$R/C = TR/TC$$

Keterangan :

R/C = *Return Cost Ratio*

TR = Total Penerimaan/*Total Revenue*

TC = Total Biaya/*Total Cost*

Kriteria pengambilan keputusan :

RC > 1, Usahatani

menguntungkan/efisien diusahakan

RC = 1, Usahatani dikatakan tidak untung maupun tidak rugi (*break event*)

RC < 1, Usahatani tidak menguntungkan/efisien diusahakan

III.HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Usia Responden

Hampir sebagian besar petani sampel di KWT Cempaka, Desa Pengotan berusia 15-65 tahun dengan persentase 100%. Ini menyatakan bahwa sebagian besar petani sampel berada pada usia produktif, dan menunjukkan bahwa kegiatan usahatani yang dilakukan berada pada golongan usia produktif, semakin produktif seorang petani maka potensi tenaga yang dimiliki responden masih tinggi didalam mengolah usahatani.

Pendidikan

Petani di KWT Cempaka, Desa Pengotan menempuh pendidikan formal jenjang SD sebanyak 10 orang, SMP sebanyak 8 orang, SMA sebanyak 1 orang, dan S1 sebanyak 1 orang. Pendidikan adalah salah satu hal penting dalam usahatani, karena pendidikan sangat berpengaruh terhadap pola pikir dari seorang petani.

Jumlah Anggota Keluarga

Petani di KWT Cempaka, Desa Pengotan memiliki anggota keluarga yang berjumlah 3-5 orang sebanyak 16 orang dengan persentase 80,00%. Dan anggota keluarga yang berjumlah kurang dari 3 orang sebanyak 4 orang dengan persentase 20,00%.

Luas Lahan

Petani di KWT Cempaka, Desa Pengotan memiliki luas lahan untuk berusahatani seluas 10-25 are sebanyak 17 orang, dan luas lahan kurang dari 10 are sebanyak 3 orang. Masing-masing anggota dalam KWT Cempaka, Desa Pengotan memiliki luas lahan pertanian berbeda-beda, lahan yang dikelola oleh kelompok merupakan milik pribadi (anggota kelompok).

Pendapatan Usahatani Sayuran

Menurut Soekartawi (2022), biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani. Biaya usahatani ini dibedakan menjadi dua yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap (biaya variabel). Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang akan dihasilkan, sedangkan biaya tidak tetap (biaya variabel) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume produksi.

Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tidak tergantung pada besar kecilnya produksi yang akan dihasilkan, biaya yang jumlahnya relatif tetap yang terus dikeluarkan meskipun tingkat produksi usahatani tinggi ataupun rendah (Soekartawi, 2022). Berikut merupakan biaya tetap dalam usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan

Tabel 1 Biaya Tetap Sayur Buncis

No	Barang	Harga	Jumlah	Harga Total	Masa Pakai (bulan)	Nilai Sisa	Penyusutan
1	Cangkul	Rp 75.000	10	Rp 750.000	60	Rp 12.500	Rp 49.167
2	Sabit	Rp 35.000	8	Rp 280.000	60	Rp 4.667	Rp 18.356
3	Ember Plastik	Rp 25.000	10	Rp 250.000	60	Rp 4.167	Rp 16.389
4	Gerobak (artco)	Rp 400.000	6	Rp 2.400.000	60	Rp 40.000	Rp 157.333
5	Alat Penyiraman	Rp 350.000	6	Rp 2.100.000	60	Rp 35.000	Rp 137.667
Total Keseluruhan							Rp 378.911

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Tabel 2 Biaya Tetap Sayur Sawi

No	Barang	Harga	Jumlah	Harga Total	Masa Pakai (bulan)	Nilai Sisa	Penyusutan
1	Cangkul	Rp 75.000	10	Rp 750.000	60	Rp 12.500	Rp 49.167
2	Sabit	Rp 35.000	8	Rp 280.000	60	Rp 4.667	Rp 18.356
3	Keranjang panen	Rp 25.000	12	Rp 300.000	60	Rp 5.000	Rp 19.667
4	Gerobak (artco)	Rp 400.000	6	Rp 2.400.000	60	Rp 40.000	Rp 157.333
5	Alat Penyiraman	Rp 350.000	6	Rp 2.100.000	60	Rp 35.000	Rp 137.667
Total Keseluruhan							Rp 382.189

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Tabel 3 Biaya Tetap Sayur Kubis

No	Barang	Harga	Jumlah	Harga Total	Masa Pakai (bulan)	Nilai Sisa	Penyusutan
1	Cangkul	Rp 75.000	12	Rp 900.000	60	Rp 15.000	Rp 59.000
2	Sabit	Rp 35.000	10	Rp 350.000	60	Rp 5.833	Rp 22.944
3	Keranjang panen	Rp 25.000	16	Rp 400.000	60	Rp 6.667	Rp 26.222
4	Gerobak (artco)	Rp 400.000	8	Rp 3.200.000	60	Rp 53.333	Rp 209.778
5	Alat Penyiraman	Rp 350.000	8	Rp 2.800.000	60	Rp 46.667	Rp 183.556
Total Keseluruhan							Rp 501.500

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Tabel diatas menjelaskan bahwa total keseluruhan biaya tetap komoditi sayur buncis sebanyak Rp. 378.911, total keseluruhan biaya tetap komoditi sayur sawi sebanyak Rp. 382.189, dan total keseluruhan biaya tetap komoditi sayur kubis

adalah sebanyak Rp. 501.500. Biaya tetap yang paling tinggi adalah komoditi sayur kubis, karena memang sebagian besar anggota KWT Cempaka, Desa Pengotan mengelola komoditi sayur kubis sehingga jumlah biayanya pun

lebih tinggi dibandingkan dengan komoditi sayuran yang lain.

Biaya Variabel

Biaya tidak tetap (biaya variabel) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume

produksi Soekartawi (1995). Biaya variabel dalam penelitian ini adalah penggunaan pupuk, benih, pestisida, tenaga kerja, dan transportasi. Berikut merupakan biaya variabel dalam usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan.

.Tabel 4 Biaya Variabel Sayur Buncis

No	Bahan	Harga	Jumlah	Total
1	Pupuk Phonska	Rp 115.000	10	Rp 1.150.000
2	Benih Buncis	Rp 45.000	10	Rp 450.000
3	Insektisida Matador	Rp 65.000	8	Rp 520.000
4	Biaya Tenaga Kerja	Rp 75.000	24	Rp 1.800.000
5	Transportasi	Rp 100.000	6	Rp 600.000
Total Keseluruhan				Rp 4.520.000

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Tabel 5 Biaya Variabel Sayur Sawi

No	Bahan	Harga	Jumlah	Total
1	Pupuk Phonska	Rp 115.000	10	Rp 1.150.000
2	Bibit Sawi	Rp 200	6.000	Rp 1.200.000
3	Insektisida Matador	Rp 65.000	7	Rp 455.000
4	Biaya Tenaga Kerja	Rp 75.000	24	Rp 1.800.000
5	Transportasi	Rp 100.000	6	Rp 600.000
Total Keseluruhan				Rp 5.205.000

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Tabel 6 Biaya Variabel Sayur Kubis

No	Bahan	Harga	Jumlah	Total
1	Pupuk Phonska	Rp 115.000	13	Rp 1.495.000
2	Bibit Kubis	Rp 300	9000	Rp 2.700.000
3	Insektisida Matador	Rp 65.000	10	Rp 650.000
4	Biaya Tenaga Kerja	Rp 75.000	26	Rp 1.950.000
5	Transportasi	Rp 100.000	8	Rp 800.000
Total Keseluruhan				Rp 7.595.000

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Berdasarkan data tabel diatas diketahui bahwa total keseluruhan biaya variabel komoditi sayur buncis sebanyak Rp. 4.520.000, total keseluruhan biaya variabel komoditi sayur sawi sebanyak Rp. 5.205.000, dan total keseluruhan biaya variabel komoditi sayur kubis adalah sebanyak Rp. 7.595.000. Maka dari

itu diketahui bahwa total biaya variabel yang paling rendah adalah komoditi sayur buncis, dan yang paling tinggi adalah komoditi sayur kubis.

Total Biaya

Biaya total adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani setelah biaya

tetap dijumlahkan dengan biaya variabel, untuk mengetahui jumlah keseluruhan atau biaya total yaitu

dengan cara menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel.

Tabel 7 Total Biaya Usahatani Sayuran

No	Nama Komoditi	Total Biaya
1	Sayur Buncis	Rp. 4.898.911
2	Sayur Sawi	Rp. 5.587.189
3	Sayur Kubis	Rp. 8.096.500
Jumlah		Rp. 18.582.600

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Berdasarkan Tabel 7 diatas, menunjukkan bahwa jumlah total biaya keseluruhan dari usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan adalah sejumlah Rp. 18.582.600.

Penerimaan Usahatani Sayuran

Penerimaan adalah hasil perkalian antara hasil produksi yang telah dihasilkan selama proses produksi dengan harga jual produk (Ambarsari, 2014).

Tabel 8 Penerimaan Usahatani Sayuran

No	Nama Komoditi	Total Penerimaan
1	Sayur Buncis	Rp. 7.200.000
2	Sayur Sawi	Rp. 14.400.000
3	Sayur Kubis	Rp. 19.000.000
Jumlah		Rp. 40.600.000

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa total penerimaan usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan adalah sejumlah Rp. 40.600.000. Dengan penerimaan tertinggi di dapatkan dari komoditi sayur kubis, karena memang sebagian besar anggota di KWT Cempaka, Desa Pengotan melakukan

usahatani pada komoditi sayuran tersebut.

Pendapatan Usahatani Sayuran

Pendapatan usahatani sayuran adalah selisih antara penerimaan dengan biaya total yang dikeluarkan petani dalam melakukan kegiatan usahatani.

Tabel 9 Pendapatan Usahatani

No	Nama Komoditi	Total Pendapatan
1	Sayur Buncis	Rp. 2.301.089
2	Sayur Sawi	Rp. 8.812.811
3	Sayur Kubis	Rp. 10.903.000
Jumlah		Rp. 22.016.900

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, total keseluruhan pendapatan usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan adalah sebesar Rp. 22.016.900. Total pendapatan keseluruhan tersebut di dapatkan dari penjumlahan pendapatan komoditi sayur buncis sebesar Rp. 2.301.089, pendapatan komoditi sayur sawi sebesar Rp. 8.812.811, dan

pendapatan komoditi sayur kubis adalah sebesar Rp. 10.903.000.

Efisiensi Usahatani Sayur

Penentuan suatu usahatani apakah efisien atau tidak dapat dilihat dari keuntungan relatif dari usahatani sayuran yang dihitung dengan menggunakan rumus analisis R/C ratio. Berikut adalah data efisiensi usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan.

Tabel 10 Efisiensi Usahatani

No	Nama Komoditi	Penerimaan	Total Biaya	R/C Ratio
1	Sayur Buncis	Rp. 7.200.000	Rp. 4.898.911	1,47
2	Sayur Sawi	Rp. 14.400.000	Rp. 5.587.189	2,58
3	Sayur Kubis	Rp. 19.000.000	Rp. 8.096.500	2,35
Jumlah Keseluruhan		Rp 40.600.000	Rp. 18.582.600	2,18

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Berdasarkan data Tabel 10 diatas, dapat dilihat bahwa R/C Ratio komoditi sayur buncis sebanyak 1,47 dan R/C Ratio komoditi sayur sawi sebanyak 2,58 serta R/C Ratio komoditi sayur kubis sebanyak 2,35. Jadi berdasarkan analisis data menyatakan bahwa R/C Ratio tertinggi adalah sayur sawi, dan yang paling rendah adalah sayur buncis. Jumlah keseluruhan penerimaan

usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan sebesar Rp 40.600.000 dan total biaya sebesar Rp. 18.582.600. Untuk mencari R/C Ratio usahatani sayuran dihitung dengan menggunakan rumus analisis R/C Ratio, nilai R/C Ratio adalah perbandingan antara penerimaan dengan total biaya. Jadi R/C Ratio usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan sebesar 2,18. Karena

R/C Ratio > 1 berarti kegiatan usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan layak (efisien) untuk dikembangkan karena menguntungkan secara ekonomis.

Kontribusi KWT Terhadap Pendapatan Keluarga Di KWT Cempaka, Desa Pengotan

Peran KWT Cempaka sebagai kelas belajar yaitu sebagai tempat untuk dapat meningkatkan

pengetahuan, sikap dan keterampilan dalam berusahatani. Sebagai wahana kerjasama berperan memperkuat kerjasama baik antar sesama anggota kelompok maupun kelompok dengan pihak lain. Sebagai unit produksi kelompok tani berperan untuk menyediakan sarana dan prasarana produksi, hingga pemasaran. Unit usaha berperan dalam meningkatkan kelestarian usaha dan memperoleh keuntungan.

Tabel 11 Kontribusi Pendapatan Per-Bulan Petani Sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan Terhadap Pendapatan Keluarga

No	Pendapatan Petani Sayuran Per-Bulan	Jumlah (orang)	Persentase %
1	< Rp 100.000	4	20,00
2	Rp 100.000 – Rp 500.000	15	75,00
3	> Rp 500.000	1	5,00
	Jumlah	20	100,00

Sumber : Analisis Data Primer 2022

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa 4 orang anggota berkontribusi kurang dari Rp. 100.000 per-bulan terhadap pendapatan keluarga, 15 orang berkontribusi Rp 100.000 - Rp 500.000 per-bulan terhadap pendapatan keluarga, dan 1 orang yang memberikan kontribusi diatas Rp 500.000 per-bulan terhadap pendapatan keluarga. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan usahatani sayuran yang dilakukan oleh wanita tani di KWT Cempaka, Desa Pengotan berperan dalam usahatani sayuran dan mampu memberikan kontribusi terhadap pendapatan keluarga.

IV.SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pendapatan usahatani sayuran di daerah penelitian, maka dapat diambil beberapa SIMPULAN sebagai berikut. Pendapatan usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan selama satu kali musim produksi yaitu sebesar Rp. 22.016.900. Total pendapatan tertinggi didapatkan dari usahatani komoditi sayur kubis, dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 10.903.000. Nilai R/C Ratio usahatani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan yaitu sebesar 2,18 dan Nilai R/C Ratio tertinggi diperoleh dari komoditi

sayur sawi dengan jumlah 2,58. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa kontribusi tertinggi pendapatan per-bulan petani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan terhadap pendapatan keluarga yaitu sebesar diatas Rp 500.000 per-bulan.

Pemerintah diharapkan lebih sadar dan peduli terhadap keberadaan KWT (Kelompok Wanita Tani) khususnya di KWT Cempaka, Desa Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli. Untuk meningkatkan pendapatan, petani sayuran di KWT Cempaka, Desa Pengotan disarankan melakukan monokultur sayuran kubis. Tapi sebelumnya petani harus mempelajari dan paham mengenai teknik pembudidayaan sayuran kubis terutama pada pengendalian HTP (Hama Penyakit Tanaman). Anggota KWT diharapkan lebih aktif dan lebih sering dalam melakukan koordinasi, untuk meningkatkan kontribusi dan peran KWT dalam pedapatan usahatani sayuran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Kusuma Mahabirama. 2011. Analisis Efisiensi dan Pendapatan Usahatani Kedelai di Kabupaten Garut Provinsi Jawa Barat. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor
- Anggiapsari Anindita, Dyah Mardiningsih, Tutik Dalmiyatun. 2019. Peran Anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) Mandiri dalam Perekonomian Keluarga di Kelurahan Cepoko Kecamatan Gunungpati Kota Semarang. Universitas Diponegoro
- Benedikta Yuliana Mukti (2022). Peranan Subak Terhadap Peningkatan Pendapatan Padi Sawah (Kasus : di Subak Penarungan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung). Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Elsa Christin Saragih (2022). Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Di Kelurahan Lambanapu Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur. Universitas Kristen Wira Wacana Sumba
- Fajar Sri Rejeki. 2018. Peran Kelompok Wanita Tani (KWT) Ngudi Rejeki Dalam Meningkatkan Pendapatan Anggota Kelompok. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa
- Findeis. 2001. dalam Prihtanti dan Kristianingsih. 2010. Peran Kelompok Wanita Tani (KWT)
- Humaerah dkk. 2014. Pengertian mengenai Kelompok Wanita Tani (KWT)
- Jatra Tirta. 2022. Peranan Kelompok Wanita Tani Terhadap Peningkatan Pendapatan Anggota Kelompok Wanita Tani (Studi Kasus : Desa Kebun Kelapa Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat). Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara

- Panji Tresna Pribadi, Iwan Setiawan, Agus Yunawan Isyanto. 2022. Peran Kelompok Wanita Tani Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Pada Kelompok Wanita Tani Puncaksari di Desa Binangun Kecamatan Petaruman Kota Banjar). Universitas Galuh
- Rita Feni, Fithri Mufriantje, Edy Marwan, Yayang Fitriani. 2017. Analisis Biaya Dan Pendapatan Usahatani Sayuran Di Kecamatan Ratu Agung Kota Bengkulu. Universitas Muhammadiyah Bengkulu
- Sarno, Rossi Prabowo. 2022. Analisa Peran Kelompok Wanita Tani Dalam Pengembangan Usahatani Singkong Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga di Desa Majalengka Banjarnegara. Universitas Wahid hasyim Semarang

**ANALISIS PERMINTAAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PERMINTAAN BUAH JERUK LUMAJANG DI
KABUPATEN GIANYAR
(STUDY KASUS PASAR UMUM GIANYAR)**

Komang Ayu Tri Puspa Rini¹, I Made Budiasta², Cening Kardi³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas
Mahasaraswati Denpasar

*Email Korespondensi : mangayu975@gmail.com

ABSTRACT

Oranges are one of the fruit commodities that have an important role in the world market as well as in the country. The purpose of this study is to determine the function and elasticity of demand and the factors that influence the demand for Lumajang oranges in Gianyar Regency. Determination of the research location is done by purposive sampling method based on several considerations. This research was conducted from October 2022 to November 2022. Determination of the number of samples for consumers of lumajang oranges was carried out using the accidental sampling method which was determined by 30 respondents. The data analysis method used in this research is Cobb-Douglas analysis. The results of this study indicate that the demand function for lumajang oranges is $Q_d = 10,064X_1^{-0,103}X_2^{0,524}X_3^{0,241}X_4^{0,505}X_5^{0,116}$ with the price elasticity of lumajang oranges being inelastic. Meanwhile, the t-test shows that the factors that influence the demand for lumajang oranges in the Gianyar Public Market are the price of green apples, the price of salak, and income have a positive and significant effect on the demand for lumajang oranges, while the price of lumajang oranges has a negative effect, while education is not significantly different.

Keywords: Lumajang Oranges, Price, Demand, Elasticity

I. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Berbagai subsektor dapat dikembangkan dari potensi sumberdaya alam pertanian Indonesia. Buah-buahan merupakan salah satu produk hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi dan potensi pasar yang cukup baik. Buah jeruk merupakan salah satu komoditi buah-buahan yang memiliki banyak manfaat bagi

kesehatan manusia. Permintaan pasar terhadap buah-buahan semakin meningkat, baik pasar dalam negeri maupun pasar internasional, sehingga sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah karena peranannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis

dan agroindustri yang berpotensi sebagai komoditas unggulan. Jeruk merupakan salah satu komoditi buah-buahan yang mempunyai peranan penting di pasaran dunia maupun di dalam negeri. Karena mempunyai nilai ekonomis tinggi, maka pemerintah tidak hanya mengarahkan pengelolaan jeruk bagi petani kecil saja, tetapi juga mengorientasikan kepada pola pengembangan industri jeruk yang komprehensif. Buah jeruk merupakan komoditas buah yang cukup menguntungkan untuk diusahakan. Agribisnis jeruk jika diusahakan dengan sungguh-sungguh terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan petani, dan mampu menumbuh-kembangkan perekonomian regional serta peningkatan pendapatan nasional. Di Provinsi Bali buah jeruk dapat diperoleh di Pasar Tradisional dan Pasar Modern. Permintaan buah jeruk di Bali selain dikonsumsi oleh wisatawan, bagi masyarakat Bali kiranya juga menjadi kebutuhan pokok yakni untuk kegiatan upacara adat umat Hindu (Galungan, Kuningan, Piodalan, dan Hari Raya lainnya). Dari data produksi buah jeruk di Kabupaten Gianyar merupakan kabupaten yang banyak peminatannya terhadap produksi buah jeruk pada tahun 2018-2022, karena setiap tahunnya mengalami peningkatan. Jeruk merupakan komoditas hortikultura buah andalan bagi Kabupaten Gianyar, sehingga banyak dari masyarakat/wisatawan yang memilih buah jeruk untuk dibeli. Namun ada juga

masyarakat/wisatawan yang membeli kombinasi berbagai jenis buah-buahan. Dari uraian-uraian diatas, menarik dikaji lebih lanjut Analisis Permintaan dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Jeruk Lumajang di Kabupaten Gianyar (Study Kasus di Pasar Gianyar).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Pasar Umum Gianyar yang berlokasi di Jl. Ngurah Rai-Gianyar No. 75, Gianyar, Kec. Gianyar, Kabupaten Gianyar. Dilaksanakan pada bulan Oktober 2022. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli buah jeruk lumajang, buah apel, buah salak pada 20 orang pedagang buah yang ada dipasar umum gianyar dan mengambil sampel sebanyak 30 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengambilan sampel ditentukan dengan metode accidental sampling, yaitu menentukan sampel berdasarkan responden yang ditemui secara kebetulan atau siapapun yang sedang membeli buah jeruk lumajang di Pasar Umum Gianyar. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Metode Analisa Data

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Q_d = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

Fungsi permintaan jeruk lumajang dan elastisitas permintaan Jeruk Lumajang di Pasar Umum Gianyar, digunakan alat analisis Cobb – Douglas. Rumus fungsi permintaan pada umumnya digunakan persamaan sebagai berikut :

Fungsi diatas diturunkan kedalam bentuk linier

$$Q_d = b_0 X_1^{b_1} X_2^{b_2} X_3^{b_3} X_4^{b_4} X_5^{b_5}$$

$$\ln Q_d = b_0 + b_1 \ln X_1 + b_2 \ln X_2 + b_3 \ln X_3 + b_4 \ln X_4 + b_5 \ln X_5$$

Dimana :

Q_d = jumlah permintaan jeruk lumajang

X_1 = harga jeruk lumajang

b_1 = elastisitas harga jeruk lumajang

X_2 = harga apel hijau

b_2 = elastisitas harga apel hijau

X_3 = harga salak bali

b_3 = elastisitas harga salak bali

X_4 = pendapatan

b_4 = elastisitas pendapatan

X_5 = pendidikan

b_5 = elastisitas Pendidikan

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah jeruk di Pasar Umum Gianyar, digunakan metode analisis regresi linear berganda yang melibatkan hubungan dua atau lebih variabel bebas dengan variabel tak bebas dengan alat bantu SPSS 24.0. untuk melihat pengaruh faktor-faktor permintaan yaitu harga jeruk lumajang (X_1), harga apel hijau (X_2), harga salak (X_3), pendapatan (X_4), pendidikan (X_5), terhadap

jumlah permintaan jeruk lumajang di Pasar Umum Gianyar di daerah penelitian. Secara sistematis model yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + a_1 X_1 + a_2 X_2 + a_3 X_3 + a_4 X_4 + a_5 X_5 + \mu$$

Dimana:

Y = Jumlah Permintaan buah jeruk lumajang (Kg/ bulan)

a = Koefisien Intersep

X_1 = Harga jeruk lumajang (Rp/kg)

X_2 = Harga apel hijau (Rp/kg)

X_3 = Harga salak (Rp/kg)

X_4 = Pendapatan (Rp/kg)

X_5 = Pendidikan (Tahun)

μ = random error

III.HASIL DAN PEMBAHASAAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah suatu gambaran mengenai latar belakang dari responden atau konsumen yang membeli jeruk lumajang di Kabupaten Gianyar. Karakteristik sampel dapat dilihat dari beberapa aspek yang meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Rata-rata umur responden 38,9 tahun dengan kisaran umur 26-58 tahun. Umur responden dengan kisaran 22-36 sebanyak 12 orang (40%). Umur dengan kisaran 37-47 tahun sebanyak 10 orang (33,3%). Umur dengan kisaran 48-58 tahun sebanyak 8 orang (26,7%). Tingkat pendidikan yang ditempuh oleh responden lebih banyak pada tingkat SMA yaitu 21 orang (7%). Pekerjaan responden yang paling

banyak yaitu ibu rumah tangga sebanyak 16 orang (53,4%). Kemudian diikuti oleh pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 6 orang (20%), Guru SMA sebanyak 2 orang (6,7%) , Perawat , Guru SD, Pegawai swasta dan Guru SMP masing sebanyak 1 orang dengan masing-masing persentase (3,3%).Pendapatan responden di pasar umum Gianyar yang paling banyak berkisar antara Rp. 2.000.000 – 7.500.000 dengan jumlah orang 26 orang (86,7 %). Sedangkan yang paling sedikit sedikit berkisar antara Rp. 7.500.000 – 15.000.000 dengan jumlah orang 4 orang (13,3 %).

Fungsi Permintaan dan Elastisitas Permintaan Jeruk Lumajang di Kabupaten Gianyar

Derajat kepekaan dari fungsi permintaan terhadap perubahan harga dapat diketahui dengan melihat dari nilai koefisien regresi dari masing - masing variabel bebasnya.

Karena salah satu ciri menarik dari model logaritma berganda ini adalah bahwa nilai koefisien regresi b_0 merupakan nilai elastisitasnya. Jadi dengan model ini, nilai elastisitasnya merupakan nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebasnya. Koefisien elastisitas diperhitungkan hanya pada variabel-variabel bebas yang secara individual berpengaruh nyata terhadap variabel tak bebas. Pada model fungsi permintaan yang menggunakan persamaan logaritma berganda, nilai elastisitasnya ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebasnya.

Pendugaan pada permintaan terhadap jeruk ini menggunakan model regresi linier berganda. Pengolahan model regresi linier berganda ini menggunakan program *SPSS 24.0 for Windows*. Hasil analisis data dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Fungsi Permintaan

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	Konstanta	2.309
2	Harga jeruk lumajang	-0,103
3	Harga apel hijau	0,524
4	Harga salak	0,241
5	Pendapatan	0,505
6	Pendidikan	0,116

Sumber: Data Diolah 2022

Berdasarkan tabel 2 hasil uji fungsi permintaan diketahui bahwa peningkatan 1% harga jeruk

lumajang akan menyebabkan penurunan permintaan jeruk lumajang sebesar 0,103% maka

diperoleh model fungsi permintaan jeruk lumajang di Kabupaten Gianyar yaitu sebagai berikut :

$$\ln Q_d = 2,309 - 0,103 \ln X_1 + 0,524 \ln X_2 + 0,241 \ln X_3 + 0,505 \ln X_4 + 0,116 \ln X_5$$

$$Q_d = 10,064 X_1^{-0,103} X_2^{0,524} X_3^{0,241} X_4^{0,505} X_5^{0,116}$$

Keterangan :

Qd : Jumlah permintaan jeruk lumajang (Kg)

X1 : Harga jeruk lumajang (Rp/Kg)

X2 : Harga apel hijau (Rp/Kg)

X3 : Harga salak bali (Rp/Kg)

X4 : Pendapatan per kapita (Rp/Bulan)

X5 : Tingkat pendidikan (Tahun)

Elastisitas harga (ϵ_h)

Dari hasil analisis diketahui besarnya elastisitas harga jeruk sebesar -0,103 yang berarti peningkatan 100% harga jeruk lumajang akan menyebabkan penurunan permintaan jeruk lumajang sebesar 1,03% sebaliknya jika penurunan 10% harga jeruk lumajang akan menyebabkan peningkatan permintaan jeruk lumajang sebesar 1,03%. Permintaan jeruk bersifat inelastis, karena nilai koefisien inelastis bersifat kurang dari 1, artinya bahwa persentase perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang relative lebih kecil.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jeruk Lumajang di Kabupaten Gianyar

Tabel 3 Hasil Uji Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan

No	Variabel	T	Sig
1	Konstanta	0.639	0.529
2	Hargajeruk lumajang	-1.743	0.000
3	Harga apel hijau	6.550	0.000
4	Harga salak	2.702	0.001
5	Pendapatan	6.314	0.000
6	Pendidikan	0.265	0.793
F	299.823		
Sig	0.000		
R	0,835		
R ²	0,698		
Asymp Sig	0,098		

Sumber: Data Diolah 2022 (dengan aplikasi SPSS versi 24.0 for windows)

Faktor permintaan merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan suatu

barang, yaitu terdiri dari harga barang itu sendiri, harga barang lain (substitusi/komplementer), jumlah

penduduk (jumlah anggota keluarga), tingkat pendapatan per kapita, selera, dan perkiraan harga di masa mendatang. Dalam hal ini penggunaan faktor permintaan konsumen terhadap jeruk lumajang di Kabupaten Gianyar adalah harga jeruk lumajang (X1), harga apel hijau (X2), harga salak (X3), tingkat pendidikan (X4), pendapatan (X5).

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF
1	Konstanta		
2	Harga jeruk lumajang	0,902	1,108
3	Harga apel hijau	0,875	1,143
4	Harga salak	0,993	1,007
5	Pendapatan	0,879	1,138
6	Pendidikan	0,914	1,095

Sumber : Data Diolah 2022 (dengan aplikasi SPSS versi 24.0 for windows)

Seluruh variabel bebas memiliki nilai *tolerance* > 0,10, begitu juga dengan hasil perhitungan nilai VIF, seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10. Hal ini berarti bahwa pada model regresi yang dibuat tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

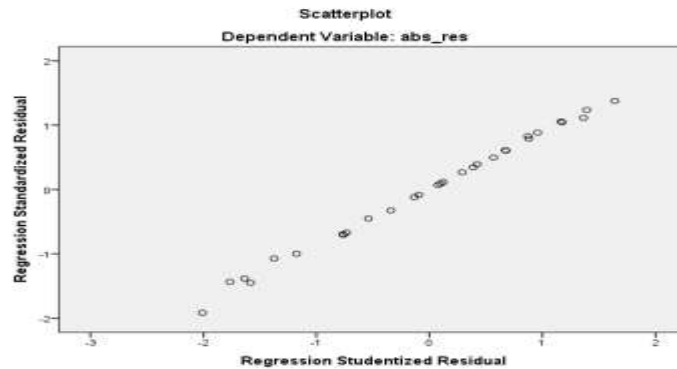
Nilai uji heteroskedastisitas

Uji Normalitas

Nilai signifikansi pada uji normalitas sebesar 0,098. Nilai tersebut lebih besar dari nilai α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pelanggaran asumsi normalitas dan artinya data terdistribusi normal.

signifikansi lebih besar dari 0,05. Berarti didalam model regresi ini tidak terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 1 Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber : Data Primer 2022

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa tidak adanya pola atau gambar yang terbentuk dari hasil uji heterokedasitas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pelanggaran terhadap asumsi heterokedasitas.

Uji Korelasi

Nilai korelasi (R) sebesar 0,835. Besarnya nilai R 0,835 ini berada diantara antara 0,80 sampai 0,100 yang berarti ada hubungan yang sangat kuat antara harga jeruk lumajang, harga apel hijau, harga salak, pendapatan, dan tingkat pendidikan terhadap permintaan jeruk lumajang di Kabupaten Gianyar.

Uji Determinasi

Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,698 atau 69,8%. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan

jeruk lumajang di Kabupaten Gianyar sudah mampu dijelaskan oleh harga jeruk lumajang, harga apel hijau, harga salak, pendapatan, dan pendidikan sebesar 69,8%; sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Simultan (Uji F)

Nilai signifikansi uji F 0,000 lebih kecil dari 0,05, hal ini menunjukkan bahwa harga jeruk lumajang, harga apel hijau, harga salak, pendapatan, dan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap permintaan jeruk lumajang di Kabupaten Gianyar.

Uji Parsial

Nilai t-hitung digunakan untuk menguji keofisien regresi dari masing-masing variabel independen (harga jeruk lumajang (X1), harga

apel hijau (X2), harga salak (X3), pendapatan (X4), dan tingkat pendidikan (X5) secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen (jumlah permintaan jeruk lumajang (Y)).

H₀ = harga jeruk lumajang, harga apel hijau, harga salak, pendapatan per kapita, tingkat pendidikan berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang.

H₁ = harga jeruk lumajang, harga apel hijau, harga salak, pendapatan per kapita, tingkat pendidikan berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang.

Sedangkan kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Apabila t hitung signifikan \leq signifikansi $\alpha = 5\%$, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima.

Apabila t hitung signifikan $>$ signifikansi $\alpha = 5\%$, maka H₀ diterima dan H₁ ditolak.

Hasil analisis data di atas didapatkan hasil sebagai berikut:

Harga Jeruk Lumajang (X1)

Semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Harga barang yang lebih murah akan menarik minat masyarakat untuk membeli barang tersebut dibandingkan membeli barang sejenisnya dengan harga yang lebih tinggi, selain itu turunnya atau lebih murah nya harga suatu barang akan

menyebabkan pendapatan riil pembeli bertambah. Variabel harga jeruk lumajang (X1) diperoleh nilai signifikansi ($0,000 > 0,05$), maka H₀ diterima dan H₁ diterima. Sehingga variabel harga jeruk lumajang (X1) berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang. Setiap kenaikan harga jeruk lumajang akan menurunkan jumlah permintaan jeruk lumajang karena nilai koefisien regresinya bernilai negatif.

Harga Apel Hijau (X2)

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lainnya tersebut. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu berjalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Oleh sebab itu, barang pelengkap ini sering kita sebut dengan barang komplementer. Variabel harga apel hijau (X2) diperoleh nilai dengan signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Sehingga variabel harga apel hijau (X2) berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang. Setiap kenaikan harga apel hijau akan meningkatkan jumlah permintaan jeruk lumajang karena nilai koefisien regresinya bernilai positif dan merupakan barang komplementer dari jeruk lumajang.

Harga Salak (X3)

Apabila suatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut

dinamakan barang pelengkap kepada barang lainnya tersebut. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu berjalan dengan perubahan permintaan barang yang digenapinya. Oleh sebab itu, barang pelengkap ini sering kita sebut dengan barang komplementer. Variabel harga salak (X3) diperoleh nilai dengan signifikansi ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga variabel harga salak (X3) berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang. Setiap kenaikan harga salak akan meningkatkan jumlah permintaan jeruk lumajang karena nilai koefisien regresinya bernilai positif dan merupakan barang komplementer dari jeruk lumajang.

Pendapatan (X4)

Pendapatan perkapita dapat mencerminkan daya beli. Makin tinggi tingkat pendapatan, daya beli makin kuat, sehingga permintaan terhadap suatu barang meningkat. Pada umumnya semakin besar penghasilan seseorang maka semakin besar pula permintaannya terhadap suatu barang, demikian sebaliknya. Konsumen yang berpendapatan tinggi akan mempunyai daya beli yang tinggi pula. Variabel pendapatan (X4) diperoleh nilai signifikansi ($0,000 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_1 diterima. Sehingga variabel pendapatan (X4) berpengaruh nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang. Setiap kenaikan pendapatan akan meningkatkan jumlah permintaan

jeruk lumajang karena nilai koefisien regresinya bernilai positif.

Tingkat Pendidikan (X5)

Pembelajaran

menggambarkan perubahan dan tingkah laku individual yang muncul dari proses pendidikan yang dijalani (pengalaman). Tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir konsumen. Variabel tingkat pendidikan (X5) diperoleh nilai signifikansi ($0,793 > 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 ditolak. Sehingga variabel tingkat pendidikan (X5) berpengaruh tidak nyata terhadap jumlah permintaan jeruk lumajang.

IV.SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan jeruk lumajang maka dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, fungsi permintaan adalah $Q_d = 10,064 X_1^{0,103} X_2^{0,524} X_3^{0,241} X_4^{0,505} X_5^{0,116}$ dan elastisitas harga buah jeruk lumajang bersifat inelastisitas. Kedua, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah di Pasar Umum Gianyar yaitu harga jeruk lumajang, harga apel hijau, harga salak, pendapatan dan pendidikan.

Saran yang dapat diberikan antara lain: para pedagang pasar umum gianyar khususnya pedagang buah bahwa penting untuk mengetahui faktor-faktor permintaan yang terdiri dari: harga barang itu sendiri, tingkat pendapatan, harga barang substitusi, harga komplementer dan perkiraan harga dimasa depan yang nantinya dapat

memperoleh keuntungan khususnya buah-buahan yang terdiri dari buah jeruk lumanjang, apel, dan salak yang dimana banyak diminatin sehingga perlu diperhatikan agar nantinya para pedagang lebih bisa memperhitungkan keuntungan yang diperoleh dan sasaran mana yang harus diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara dan Wirawan. 2013. Permintaan Buah Pisang Ambon Oleh Rumah Tangga Di Kecamatan Denpasar Barat, Bali. Jurnal Kuantitatif Ekonomi Terapan Vol 6 (1) ISSN: 2301-8968*
- Asmidah. 2013. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan dan Penawaran Jeruk Manis di Pasar Tradisional Kota Medan Provinsi Sumatera Utara [Skripsi]. Medan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. 57 hal.*
- Arifin, 2015. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bandung: CV. Mujahid Press*
- Badan Pusat Statistik. 2017. Produksi Buah-Buahan Menurut Kecamatan Dan Jenis Komiditi Kabupaten Gianyar, 2017. <https://gianyarkab.bps.go.id/statistable/2019/11/19/71/produksi-buah-buahan-menurut-kecamatan-dan-jenis-komoditi-di-kabupaten-gianyar-2017-kwintal-.html>.*
- Badan Pusat Statistik. 2022. Produksi Buah Jeruk Provinsi Bali Menurut Kabupaten/Kota (Ton), 2018-2022. <https://bali.bps.go.id/indicator/5/5/200/1/produksi-buah-jeruk-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota.html>*
- Dahar, Darmiati. 2017. Analisis Permintaan Bawang Merah. Jurnal Argopolitan. Vol.04.No.1*
- Indriani, J. 2022. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Wortel. [s]. Medan : Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.*
- Junaidi. 2015. Bentuk Fungsional Regresi Linear. Literatur. Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Jambi.*
- Purba et al. 2017. Analisis Permintaan Bawang Merah Di Kota Medan. Jurnal Social Economic Of Agriculture and Agribusiness Vol 2 (8).*
- Ting dan Attaway, 1971. Research methodology: Method and Techniques. New Age Internasional. New Delhi.*
- Yanti, N. M. S. W., Susrusa, K. B., & Listiadewi, I. A. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Cabai Rawit di Kota Denpasar Provinsi Bali. Jurnal Agribisnis dan Agrowisata. 8(2) : 165-174.*

KOMPARASI KEUNTUNGAN USAHA *HATCHERY* IKAN KERAPU HIBRIDA CANTIK DAN HIBRIDA CANTANG DI KECAMATAN GEROKGAK KABUPATEN BULELENG

Ni Nyoman Atik Dwi Putri Hartatik¹⁾, Nyoman Yudiarini²⁾, Luh Putu Kirana Pratiwi³⁾

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email korespondensi: atikhartatik05@yahoo.com

ABSTRACT

Compared to Cantik hybrid grouper seeds. However, the resistance to pathogen attack on the Cantang hybrid seeds was lower than that of the Cantik hybrid. Therefore, it is necessary to study the comparative profit of Cantang hybrid and Cantik hybrid grouper hatcheries. The aims of this study were to analyze the survival rate of the Cantik hybrid grouper and the Cantang hybrid grouper in Gerokgak District, and to analyze and test the comparison of the two hybrid grouper hatcheries. The method used was a survey of each of 12 sampels of hybrid hatcheries of Cantang and Cantik and analyzed the profit comparison of the two types of hatcheries using the two free sample test. The results showed that the average seed production of the Cantang hybrid grouper was 64,908 pieces with a survival rate of 12.89% from the number of eggs laid. The average seed production of Cantik hybrid grouper was 60,620 pieces with a survival rate of 12.38%. The profit of the Cantang hybrid grouper hatchery per production cycle is Rp. 54,813,226.00, while the profit of the Cantik hybrid grouper hatchery is Rp. 60,036,083.00. The difference between the profit of the grouper hatchery business of Cantik hybrid and Cantang hybrid is Rp. 5,222,857.00. However, this difference in profit is only significant at the test error rate of 0.20. From the results of this study, it is suggested to the hatchery business community to carry out joint management training in improving and pleasing hatchery workers. If grouper eggs for both types of hybrids are available, backyard farmers are advised to prioritize hatchery of Cantik hybrid groupers.

Keywords : Comparison, Profit, Cantik Hybrid, Cantang Hybrid

I.PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagian besar penduduk Indonesia hingga saat ini masih bergantung pada sektor pertanian. Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk, kebutuhan pangan maupun non pangan dari sektor

pertanian semakin meningkat. Hal ini menyebabkan perlunya pengembangan di sektor pertanian untuk dapat memenuhi permintaan pasar dan meningkatkan pendapatan petani. Sektor pertanian memiliki beberapa sub sektor antara lain sub sektor tanaman pangan, perkebunan,

kehutanan, peternakan dan perikanan. Perikanan sebagai salah satu sub sektor pertanian di Indonesia yang dinilai potensial karena Indonesia merupakan negara dengan laut terluas yang dijuluki sebagai negara maritim. Permintaan pasar untuk komoditas perikanan baik di dalam negeri maupun luar negeri sangat tinggi dengan suplai yang belum terpenuhi, sehingga harga masih tergolong tinggi.

Pemanfaatan sumber daya di dalam pembangunan sektor perikanan ke depan harus ada kesamaan visi, yaitu suatu pembangunan perikanan yang dapat memanfaatkan sumber daya ikan beserta ekosistemnya secara optimal bagi kesejahteraan dan kemajuan bangsa Indonesia, terutama petani ikan dan nelayan secara berkelanjutan. Pengembangan perekonomian nasional dan masyarakat Indonesia serta masyarakat Bali khususnya, salah satunya dapat diupayakan melalui pemanfaatan sumberdaya pesisir pantai dan laut untuk pengembangan usaha budidaya ikan laut, dengan salah satu komoditi potensial, yaitu ikan kerapu (*grouper*). Budidaya ikan kerapu patut dikembangkan karena beberapa keunggulan ekonomisnya, selain dapat mengurangi kerusakan ekosistem terumbu karang juga dapat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi ikan dalam negeri khususnya dalam melayani permintaan hotel-hotel dan restoran bertaraf internasional (Hanafi et al., 2002). Usaha ini

semakin berkembang karena dalam proses produksinya lebih banyak memanfaatkan sumber daya laut yang ada, dan menggunakan komponen lokal cukup besar, sementara produknya sangat berpotensi ekspor.

Ikan kerapu memiliki harga tinggi dan merupakan makanan berkualitas tinggi. Akan tetapi permintaan ikan kerapu dunia selalu melebihi tingkat suplainya. Menggalakkan usaha budidaya ikan kerapu yang diawali dengan usaha *hatchery* serta diversifikasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar, merupakan alternatif untuk meningkatkan produksi dalam memenuhi permintaan dan mengurangi ketergantungan akan kegiatan penangkapan di alam.

Kegiatan budidaya ikan kerapu di Bali yang terkonsentrasi di daerah pesisir pantai dan laut Kecamatan Gerokgak meliputi tiga tahapan, yaitu: (1) pembenihan/*hatchery* yang menghasilkan benih/*juvenil* ikan kerapu berukuran 3-4 cm; (2) pendederan/*nursery* yang menghasilkan ikan yuwana kerapu berukuran 9-10 cm; dan (3) pembesaran ikan dalam karamba jaring apung/KJA di laut yang menghasilkan ikan kerapu konsumsi. Masing-masing dari ketiga tahapan produksi ini dapat dijadikan usaha mandiri dimana teknologi pembenihan atau *hatchery* yang paling potensial dapat dimanfaatkan oleh masyarakat nelayan pesisir laut di Bali dalam upaya meningkatkan

pendapatan keluarga. Unit-unit usaha kecil *hatchery* ini lebih dikenal dengan sebutan *backyard hatchery*. Pusat Pasar Benih Ikan Laut Sanggalangit (2010) melaporkan bahwa lebih dari 105 unit usaha *backyard hatchery* ikan laut beroperasi di wilayah pesisir pantai di Bali. Produk benih ikan kerapu yang dihasilkan dan diperdagangkan antar pulau serta diekspor, yaitu jenis kerapu Macan (*Ephinepelus fuscoguttatus*) dan kerapu Tikus (*Cromileptes altivelis*). Sejalan dengan perkembangan kemajuan teknologi pemijahan/*spawning* dan *hatchery* ikan kerapu, kini di Kecamatan Gerokgak telah banyak diproduksi benih hibrida ikan kerapu hasil persilangan antara jantan kerapu Macan dengan betina kerapu Batik, yang diberi nama kerapu **Cantik**. Benih ikan kerapu hibrida **Cantang** hasil persilangan antara betina kerapu Macan dengan jantan kerapu Kertang. Kedua jenis Ikan kerapu hibrida Cantik dan Cantang memiliki pertumbuhan yang sangat cepat dari stadia larva sampai berukuran konsumsi, yaitu rata-rata pada umur 9-10 bulan telah mencapai bobot 1 kg/ekor. Sementara ikan kerapu Macan dan Tikus membutuhkan waktu 15-16 bulan untuk mencapai bobot 1 kg/ekor. Sehingga banyak permintaan benih kerapu hibrida yang mengalir ke Bali, serta mendesak permintaan akan benih kerapu Macan dan Tikus. inilah saatnya untuk melakukan diversifikasi spesies kerapu untuk

mengoptimalkan penggunaan *backyard hatchery*/pembenihan kerapu di Bali, melalui pengembangan spesies baru ikan kerapu hibrida Cantik dan Cantang.

Kementerian Perikanan dan Kelautan RI kini melarang ekspor benih ikan kerapu ke negara-negara tetangga dan Asia serta melarang investor dari negara-negara tersebut melakukan usaha budidaya ikan kerapu di Indonesia, karena akan menjadi pesaing Indonesia dalam bisnis serupa, sehingga akan membuat daya saing bibit kerapu Indonesia jadi lemah. Ekspor diperkenankan hanya bagi ikan kerapu konsumsi, hasil dari pembesaran ikan dalam karamba jaring apung/KJA di laut. Ekspor ditujukan ke beberapa Negara pengonsumsi ikan kerapu terbanyak di dunia, yaitu Hongkong, China dan Singapura. Integrasi sektor hulu (pembenihan), pembesaran dan perdagangan dari agribisnis ikan kerapu ini akan dapat memacu peningkatan mutu dan produktivitas usaha budidaya ikan kerapu.

Melihat kenyataan bahwa kegiatan pembenihan ikan kerapu hibrida baik hibrida Cantik maupun hibrida Cantang menjadi salah satu jenis usaha atau kegiatan usaha tersendiri atau mandiri, maka diperlukan kajian yang lebih rinci serta mendetail yang berkaitan dengan parameter-parameter analisis ekonomi pada kegiatan usaha tersebut. Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu usaha adalah besarnya margin laba/keuntungan

yang diperoleh. Perhitungan margin laba secara sederhana dapat dilakukan dengan mengetahui berapa besarnya penerimaan (*revenue*) dan besarnya biaya (*cost*) yang dikeluarkan pada suatu unit produksi.

Setiap unit kegiatan perekonomian tentu selalu mengharapkan efisiensi dan efektifitas dalam penggunaan faktor-faktor produksi. Kegiatan pembenihan ikan kerapu hibrida salah satu kegiatan produksi yang menggunakan sumber daya modal finansial. Finansial merupakan faktor produksi yang harus dikelola secara efisien dan efektif dalam penggunaannya seperti faktor produksi lain yang berupa bahan atau barang, karena biaya akan terus dikeluarkan seiring dengan berjalannya siklus produksi usaha pembenihan. Untuk itu penggunaannya harus tepat agar tidak terjadi pemborosan.

Di satu sisi benih ikan kerapu hibrida Cantang, laju pertumbuhan dan koefisien pertumbuhannya lebih tinggi dibandingkan dengan benih ikan kerapu hibrida Cantik. Di sisi lain benih ikan kerapu hibrida Cantang memiliki ketahanan yang lebih rendah terhadap serangan patogen dibandingkan benih ikan kerapu Hibrida Cantik. Sementara itu pengungkapan perbandingan nilai bisnis dari hasil usaha pembenihan kedua jenis ikan kerapu hibrida belum ada dilakukan. Oleh karena itu, perlu dikaji tentang komparasi

keuntungan usaha pembenihan ikan kerapu hibrida Cantang dan hibrida Cantik.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis tingkat produksi atau survival rate usaha pembenihan ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang di Kecamatan Gerokgak dan Menganalisis keuntungan usaha pembenihan ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang di Kecamatan Gerokgak.

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Pada penelitian ini, pengambilan sample dilakukan dengan metode survei. Survei dilakukan terhadap 24 unit backyard hatchery yang telah memproduksi benih ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang. Dimana analisis dilakukan pada produksi di musim kemarau dan musim hujan. Metode analisis data dalam penelitian ini anantara lain sebagai berikut.

1. Pendapatan

Pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida adalah selisih antara penerimaan total (*return*) yang diperoleh dengan biaya total (*cost*) yang dikeluarkan dalam satu siklus produksi. Dengan persamaan sebagai berikut.

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π : Pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida (Rp)

TR : Penerimaan total dari hasil juvenil ikan kerapu hibrida (Rp)

TC : Biaya total (Rp)

Untuk menguji komparasi pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang dapat dilakukan dengan statistik uji beda rata-rata atau t-hitung (independent sample t-test) dengan uji satu arah yang digunakan untuk penelitian yang

mempbandingkan dua variabel. Menurut Sugiyono (2010) bila jumlah sampel berbeda ($n_1 \neq n_2$) dan varians homogen ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$), sehingga dapat digunakan rumus polled varian, derajat bebas (db) = $n_1 + n_2 - 2$. Secara matematis rumus polled varian adalah :

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}}$$

Keterangan :

X_1 : Nilai rata-rata sampel pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantik

X_2 : Nilai rata rata sampel pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantang

σ_1^2 : Standar deviasi sampel pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantik

σ_2^2 : Standar deviasi sampel pendapatan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantang

n_1 : Banyaknya sampel usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantik

n_2 : Banyaknya sampel usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantang

Dengan kriteria uji :

- Jika t-hitung < t-Tabel, maka H_0 diterima, berarti perbandingan keuntungan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang tidak berbeda nyata.
- Jika t-hitung > t-Tabel, maka H_0 ditolak, berarti perbandingan keuntungan usaha hatchery ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang berbeda nyata.

III.HASIL DAN PEMBAHASAN Karakteristik Responden

Deskriptif karekteristik petani hatchery sampel meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman dalam usaha hatchery, luas lahan

hatchery dan status penguasaan lahan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur petani sampel di Kecamatan Gerokgak disajikan terperinci pada Tabel 1. Rata-rata

umur petani adalah 45 tahun dengan kisaran 34-62 tahun. Berdasarkan Tabel 1 terlihat jumlah petani yang berumur generasi muda (≤ 50) sebanyak 12 orang atau 50,0%. Jumlah petani sampel yang tergolong generasi tua (≥ 51) sama, yaitu 12 orang atau 50,0%.

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Mayoritas pendidikan petani SLTA/PT, yaitu 22 orang atau 91,7%. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 2. Kegiatan *hatchery* ikan kerapu membutuhkan pengetahuan dan teknologi budidaya laut, sehingga kegiatan bisnis *hatchery* ini banyak digeluti oleh orang yang memiliki pendidikan formal cukup tinggi. Tingkat pendidikan petani memiliki pengaruh terhadap penggunaan dan penerapan teknologi budidaya laut. Petani dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan lebih menerima teknologi budidaya yang modern.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah tanggungan keluarga petani yang paling banyak yaitu 1-3 orang sebanyak 12 petani atau 50,0%. Dengan melihat data jumlah tanggungan keluarga petani sampel

dapat disimpulkan bahwa kondisi keluarga yang relatif kecil. Hal ini cukup menguntungkan karena semakin banyak tanggungan keluarga, maka semakin banyak kebutuhan yang diperlukan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha *hatchery* ikan kerapu pada petani yang dapat dilihat pada Tabel 4. Tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas petani memiliki pengalaman *hatchery* ikan kerapu >20 tahun, dengan jumlah 15 petani atau 62,5%. Hal ini menunjukkan bahwa petani memiliki pengalaman *hatchery* ikan kerapu cukup baik.

Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Rata-rata luas lahan *hatchery* petani sampel adalah 16 are. Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa luas lahan usahatani *hatchery* 5-9 are yang paling banyak, yaitu 12 orang (50,0%), luas lahan 10-14 are sebanyak 4 orang (16,7%), serta luas lahan 15-22 are sebanyak 8 orang (33,3%). Hal ini menunjukkan luas lahan *hatchery* yang dimiliki berpotensi produktif. Semakin banyak luas lahan pertanian akan mempengaruhi skala usaha ini pada akhirnya akan mempengaruhi efisien atau tidaknya suatu usaha pertanian.

Struktur Penggunaan Input Produksi Usaha Hatchery Ikan Kerapu

Penggunaan telur ikan kerapu hibrida pada usaha hatchery skala rumah tangga ini berkisar 300.000-900.000 butir. Rata-rata penggunaan telur dari masing masing 12 petani hatchery kerapu hibrida Cantik dan Cantang adalah sama, yaitu 537.500 butir. Telur ikan kerapu hibrida

diperoleh dari pembelian di usaha hatchery lengkap. Jenis pakan yang digunakan untuk pembesaran larva menjadi bibit/juvenil ikan kerapu hibrida ada dua, yaitu pakan alami dan pakan buatan. Pakan alaminya, yaitu Artemia, udang rebon, dan Rotifer. Sementara pakan buaatannya adalah Pellet dengan dua jenis ukuran, yaitu Pellet 1 dan Pellet 2.

Tabel 1 Rata-Rata Penggunaan Input Usaha Hatchery Ikan Kerapu Hibrida di Kecamatan Gerokgak

Jenis Input Produksi	Kuantitas	
	Hibrida Cantang	Hibrida Cantik
Telur Kerapu hibrida	537.500 butir	537.500 butir
Pakan pellet 1	5,08 kg	5,13 kg
Pakan Pelet 2	5,50 kg	6,00 kg
Pakan Artemia	31,33 kaleng	33,17 kaleng
Pakan udang rebon	341,33 kantong	373,63 kantong
Pakan Rotifer	52,17 kantong	56,58 kantong
Tenaga kerja bulanan (pemeliharaan)	9,00 BOK	8,75 BOK
Tenaga kerja harian (grading/panen)	21,0 HOK	25,0 HOK

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Rata-rata Biaya Usaha Hatchery Ikan Kerapu Hibrida Cantang dan Cantik

Biaya usaha hatchery kerapu hibrida Cantik maupun Cantang ini meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang tidak habis pakai dalam satu kali proses produksi dan tidak langsung dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang

dikeluarkan dan besarnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang dihasilkan. Biaya variabel antara lain biaya telur kerapu hibrida, pakan buatan pellet 1 dan pellet 2, pakan alami Artemia, udang rebon, dan Rotifer, dan biaya tenaga keja bulanan dan harian. Biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan alat, listrik dan sewa lahan.

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Variabel Usaha *Hatchery* Kerapu Hibrida Cantik dan Cantang di Kecamatan Gerokgak

Jenis Input	Nilai Biaya (Rp)	
	Hibrida Cantang	Hibrida Cantik
Telur kerapu hibrida (Rp 3/kg)	1.612.500	1.612.500
Pakan pellet 1 (Rp 550.000/kg)	2.795.833	2.818.750
Pakan pelet 2 (Rp 500.000/kg)	2.750.000	30.000.00
Pakan artemia (Rp 495.000/kg)	15.510.000	16.417.50
Pakan udang rebon (Rp 8.500/kg)	2.901.333	3.176.167
Pakan rotifer (Rp 12.500/kg)	652.083	707.292
Tenaga kerja bulanan	17.299.150	15.873.308
Tenaga kerja harian (Rp 80.000/HOK)	1.680.000	2.000.000
Total	45.200.899	45.605.517

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dari Tabel 2. diatas dapat dilihat bahwa rata-rata biaya variabel per siklus produksi usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang adalah sebesar Rp 45.200.899,00. Biaya variable tertinggi adalah untuk tenaga kerja bulanan, yakni sebesar Rp 17.299.150,00 atau 38,3% dari total biaya variable. Biaya tenaga kerja ini meliputi upah untuk pemeliharaan larva ikan kerapu hibrida Cantang. Biaya untuk pakan Artemia juga cukup tinggi nilainya, yakni Rp 15.510.000,00 atau 34,3% dari total biaya variable. Hal ini disebabkan karena pakan Artemia seluruhnya masih diimpor.

Rata-rata biaya variabel per siklus produksi usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik adalah sebesar Rp 45.605.517,00. Biaya variable tertinggi adalah untuk pakan Artemia, yakni sebesar Rp

16.417.500 atau 36,0% dari total biaya variable. Biaya untuk tenaga kerja bulanan juga cukup tinggi nilainya, yakni Rp 15.873.308,00 atau 34,8% dari total biaya variable. Perhitungan biaya tenaga kerja bulanan untuk usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang maupun Cantik menggunakan kesepakatan 20% dari hasil penjualan benih setelah dikurangi seluruh biaya sarana produksi benih (telur dan pakan benih ikan kerapu hibrida).

Rata-rata rincian investasi peralatan usaha *hatchery* ikan kerapu dapat dilihat pada Tabel 8. Rata-rata Investasi peralatan untuk usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang sebesar Rp 179.210.000,00. Dengan rata rata nilai penyusutan alat per siklus produksi sebesar Rp 4.011.200,00. Rata-rata investasi peralatan untuk usaha *hatchery* ikan

kerapu hibrida Cantik sebesar Rp 178.895.415,00. Dengan rata-rata nilai penyusutan alat per siklus produksi sebesar Rp 4.016.875,00.

Satu siklus kegiatan usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang maupun Cantik membutuhkan waktu efektif 3 bulan.

Tabel 3. Jenis Peralatan, Nilai Investasi dan Penyusutan Usaha *Hatchery* Ikan Kerapu Hibrida Cantang di Kecamatan Gerokgak

Jenis Peralatan	Nilai investasi (Rp)		Umur efektif (tahun)	Nilai Penyusutan (Rp)	
	Cantang	Cantik		Cantang	Cantik
Bak pemeliharaan	50.820.000	51.000.000	15	847.000	850.000
Bak plankton	55.950.000	55.100.000	15	932.500	918.333
Bak rotifer	9.237.500	9.106.250	15	153.958	151.771
Pempa celup	2.720.833	2.662.500	5	136.042	133.125
Genzet KVA	4.500.000	4.783.333	5	225.000	239.167
Blower	5.470.833	5.587.500	5	273.542	279.375
Pempa air laut	8.491.667	8.466.666	5	424.583	423.333
Instalasi pipa	6.016.667	5.966.666	5	300.833	298.333
Rumahan/gudang	30.958.333	31.125.000	20	3.869.798	3.389.063
Instalansi listrik	2.641.667	2.700.000	3	220.139	225.000
Tank artemia	2.100.000	2.100.000	15	35.000	35.000
Peralatan kecil	302.500	297.500	1	75.625	74.375
Total	179.210.000	178.895.415		4.011.200	4.016.875

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Rincian rata rata biaya tetap usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida dari petani sampel tercantum pada Tabel 3 Rata-rata biaya tetap per siklus produksi usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang adalah

sebesar Rp 7.084.625,00. Sementara rata-rata biaya tetap per siklus produksi usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik adalah sebesar Rp 7.075.900,00.

Tabel 4. Rata-Rata Biaya Tetap Usaha *Hatchery* Ikan Kerapu Hibrida Cantik Dan Cantang Di Kecamatan Gerokgak

Jenis Biaya	Nilai Biaya (Rp)	
	Hibrida Cantang	Hibrida Cantik
Penyusutan alat	4.011.200	4.016.900
Sewa lahan	1.206.425	1.206.500
Listrik	1.867.000	1.852.500
Total	7.084.625	7.075.900

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Biaya Total adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani setelah biaya tetap ditambahkan dengan biaya variabel. Untuk mengetahui jumlah keseluruhan biaya total yaitu dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total per siklus produksi usaha *hatchery* ikan

kerapu hibrida tercantum pada Tabel 10. Rata-rata biaya total per siklus produksi usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang adalah sebesar Rp 52.285.524,00. Sementara rata-rata biaya total per siklus produksi usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik adalah sebesar Rp 52.681.417,00.

Tabel 5. Rata-Rata Biaya Total Usaha *Hatchery* Ikan Kerapu Hibrida Cantik dan Cantang di Kecamatan Gerokgak

Jenis Biaya	Nilai Biaya (Rp)	
	Hibrida Cantang	Hibrida Cantik
Variable	45.200.899	45.605.517
Tetap	7.084.625	7.075.900
Total	52.285.524	52.681.417

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Produksi, Penerimaan dan Keuntungan Usaha *Hatchery* Ikan kerapu Hibrida Cantang dan Cantik

Rata-rata produksi benih/juvenil ikan kerapu hibrida Cantang dari 12 petani *backyard hatchery* adalah 64.908 ekor per siklus produksi. Rata-rata keberhasilan pemeliharaan larva sampai panen benih (sintasan benih/*survival rate*) adalah 0,1289 atau (12,89%) dari jumlah telur yang ditebar. Harga benih/juvenil ikan kerapu hibrida Cantang (berukuran 3 cm) di tingkat petani *backyard* adalah Rp 1.800/ekor. Rata-rata penerimaan/*return* usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang adalah Rp 107.098.750,00 per siklus produksi. Keuntungan usahanya per

siklus produksi sebesar Rp 54.813.226,00 atau keuntungan per bulan Rp 18.271.075,00.

Rata-rata produksi benih/juvenil ikan kerapu hibrida Cantik dari 12 petani *backyard hatchery* adalah 60.620 ekor per siklus produksi. Rata-rata keberhasilan pemeliharaan larva sampai panen benih (sintasan benih/*survival rate*) adalah 0,1238 atau (12,38%) dari jumlah telur yang ditebar. Harga benih/juvenil ikan kerapu hibrida Cantik (berukuran 3 cm) di tingkat petani *backyard* adalah Rp 1.650/ekor. Rata-rata penerimaan/*return* usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik adalah Rp 112.717.500,00 per siklus produksi. Keuntungan usahanya per siklus produksi sebesar Rp 60.036.083,00

atau keuntungan per bulan Rp 20.012.028,00.

Tabel 6. Perbandingan Usaha *Hatchery* Ikan Kerapu Hibrida Cantik dan Cantang Di Kecamatan Gerokgak Tahun 2022

Jenis Biaya	Kuantitas	
	Hibrida Cantang	Hibrida Cantik
Produksi	64.908 ekor	60.620 ekor
Penerimaan	Rp 107.098.750	Rp 112.717.500
Biaya	Rp 52.285.524	Rp 52.681.417
Keuntungan	Rp 54.813.226	Rp 60.036.083

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Uji Komparasi Keuntungan Usaha *Hatchery* Ikan Kerapu Hibrida Cantang Dan Hibrida Cantik

Untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata keuntungan antara usaha *hatchery* ikan kerapu

hibrida Cantang dan hibrida Cantik digunakan analisis uji beda nilai tengah menggunakan Uji-t sampel bebas. Hasil pengujian ini tercantum pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji-T Perbedaan Rata-Rata Keuntungan Antara Usaha *Hatchery* Ikan Kerapu Hibrida Cantang dan Hibrida Cantik

Asumsi keragaman	Beda Rata-Rata	t-hitung	Derajat bebas	Signifikansi
Ragam sama	5.222.857	1,329	22,00	0,198
Ragam tidak sama	5.222.857	1,329	21,99	0,198

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dari tabel 7 terlihat bahwa perbedaan keuntungan antara usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang dan hibrida Cantik sebesar Rp 5.222.857,00 tidak berbeda nyata secara statistik, karena signifikansi perbedaannya sebesar 0,198 (>0,05) baik dengan pengujian asumsi ragam sama maupun asumsi ragam tidak sama. Dengan demikian kemampuan memberikan keuntungan antara usaha *hatchery*

ikan kerapu hibrida Cantang dan hibrida Cantik adalah sama.

IV.SIMPULAN DAN SARAN

Rata-rata produksi benih/juvenil ikan kerapu hibrida Cantang dari petani *backyard hatchery* adalah 64.908 ekor dengan rata-rata tingkat sintasan benih/survival rate adalah 0,1289 atau (12,89%) dari jumlah telur yang ditebar. Rata-rata produksi benih/juvenil ikan kerapu hibrida

Cantik dari petani *backyard hatchery* adalah 60.620 ekor dengan tingkat sintasan benih/survival rate adalah 0,1238 atau (12,38%) dari jumlah telur yang ditebar. Keuntungan usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantang per siklus produksi adalah Rp 54.813.226,00 atau keuntungan per bulan Rp 18.271.075,00. Sementara keuntungan usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik per siklus produksi sebesar Rp 60.036.083,00 atau keuntungan per bulan Rp 20.012.028,00. Perbedaan keuntungan antara usaha *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik dan hibrida Cantang sebesar Rp 5.222.857,00 dapat dinyatakan signifikan pada tingkat kesalahan pengujian sebesar 0,20.

Dalam pengeloaan usaha *hatchery* ikan kerapu para petani *backyard hatchery* disarankan untuk selalu membina kualitas dan kecakapan para pekerja *hatchery*, misalnya melalui manajemen pelatihan bersama. Petani *hatchery* diharapkan dapat melakukan kemitraan dengan usaha hilir (pembesaran) ikan kerapu dan pemerintah sehingga dapat memperluas pemasaran ikan kerapu. Jika telur ikan kerapu untuk kedua jenis hibrida tersedia, disarankan para petani *backyard* lebih memprioritaskan *hatchery* ikan kerapu hibrida Cantik karena memiliki ketahanan lebih tinggi terhadap serangan penyakit, permintaan pasar tinggi dan harga lebih mahal di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2016). *Statistik Daerah Kecamatan Gerokgak 2016*. Buleleng: Badan Pusat Statistik Kabupaten Buleleng.
- Dahuri, R. (2003). *Keanekaragaman Hayati Laut: Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hanafi, M. Mamduh dan A. Halim. 2002. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi keempat*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.
- Ismi, S., dan N.A. Yasmina. 2011. *Pengamatan Perkembangan Benih Kerapu Hibrid Hasil Persilangan antara Jantan Kerapu Kertang (Epinephelus lanceolatus) dengan Betina Kerapu Macan (E. fuscoguttatus)*. Prosiding Seminar Nasional Kelautan VII. Inspiring Sea for Live: Tantangan dalam Pengelolaan Sumberdaya Bijaksana dan Berkelanjutan. Universitas Hang Tuah. Hlm 81-100.
- Ismi, S., Wardoyo, K.M. Setyawati, dan Trijoko. 2004. *Pengaruh Frekuensi Pemberian Minyak Ikan pada Pemeliharaan Larva Kerapu Bebek (Cromileptis altivelis)*. J. Pen. Per. Indonesia, 10 (05): 61-65.
- Ismi, S. 2014. *Aplikasi Teknologi Pembenihan Kerapu Untuk Mendukung Pengembangan Budidaya Laut*. Jurnal Ilmu

- dan Teknologi Tropis. Vol. 6. (1): 109-119.
- Johnny, Fris., D. Roza dan Zafran 2009. *Efektifitas metode vaksinasi Flexibacter pada Benih Ikan Kerapu Macan, Epinephelus fuscoguttatus di Hacheri*. Berita Biologi. 13 (2): 213-220.
- Sitepu. (2008). *Pengelolaan Sumberdaya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu*. Jakarta: PT. Pradnya.
- Soekartawi. 2011. *Ilmu Usaha Tani*. Universitas Indonesia: Jakarta.
- Sugama, K., Tridjoko, B. Slamet, S. Ismi, E. Setiadi, dan S. Kawahara. 2001. *Petunjuk teknis produksi benih ikan kerapu bebek, Cromileptes altivelis*. Balai Riset Budidaya Laut Gondol. Pusat Riset dan Pengembangan Eksploirasi laut dan Perikanan Departemen Kelautan dan Perikanan dan Japan International Cooperation Agency.

**STRATEGI PEMASARAN BUAH TOMAT
(STUDI KASUS PADA KELOMPOK TANI SAPTA KERTA BHUANA DI
DESA BANGLI, KECAMATAN BATURITI KABUPATEN TABANAN)**

Rikardus Jagang¹, Ni Gst Ag Gde Eka Martiningsi², Ida Ayu Made Dwi Susanti³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas
Mahasaraswati Denpasar

*Email korespondensi:: rikisidrap11@gmail.com

ABSTRACT

Marketing is a process that aims to satisfy the needs and desires of consumers, product marketing strategies can be used as steps and solutions taken by tomato farmers to overcome the problems they face. This research aims to: find out internal factors and external factors, formulate alternative strategies, and determine the priority strategies that can be applied in marketing tomatoes to the Sapta Kerta Bhuana Farmers Group in Bangli Kecamatan Baturiti Village of Tabanan Regency. Respondents of 34 people using the census method, with metode analisis data using SWOT and QSPM. Research shows that the internal actors in terms of high strength are good product quality and the highest weakness is the weakening of consumer purchasing power, while external factors in terms of the highest opportunities are having broader marketing and the highest threats. High is the pandemic. Next alternative strategy in research a). optimizing IT development through trainings in digital marketing, b). establish marketing partnerships with private parties, c). maintaining product quality by standardizing the product, d). Maintain price stability at the consumer level. ,e). develop processed products from tomatoes to increase tilapia plus tomatoes, f). make capital loans in increasing production capacity in an effort to reduce production costs and g). increase production capacity through stock management with the intensity of government monitoring through related agencies and h). increase the production capacity of tomatoes in the rainy season by utilizing green houses. Furthermore, the main strategy that can be implemented on the tomato marketing strategy in the Sapta Kerta Bhuana Farmer group in Bangli Kecamatan Baturiti Village of Tabanan Regency is to optimize the development of it through trainings in digital marketing. But it can be suggested to farmers, it is expected to be able to optimize green houses and develop diversification of tomato products so as to increase continuous production capacity and wider

Keywords: Marketing Strategy, Tomato, SWOT, QSPM

I.PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara agraris artinya pertanian memegang peran penting dari seluruh perekonomian nasional. Hal ini dapat di tunjukan dengan banyaknya penduduk yang hidup dan

bekerja pada sektor pertanian atau dari produk nasional yang berasal dari pertanian (Purnomo,2016). Keadaan Indonesia yang subur menjadikan Indonesia sebagai negara agraris, sebagian besar penduduknya bermata pencarian sebagai petani. Hal ini didukung oleh letak geografis

yang sangat menguntungkan, selain itu di dukung pula oleh iklim, cuaca serta katulistiwa yang melintang di negeri ini. Keadaan yang menguntungkan tersebut mengakibatkan Indonesia mempunyai tanah yang subur, sehingga jika diibaratkan Indonesia merupakan seongkah tanah dari surga sehingga apapun yang diharapkan atau ditanam di tanah Indonesia pasti akan tumbuh dengan subur (Cahrial dkk 2016).

Buah tomat adalah salah satu komoditas yang memberikan kontribusi terhadap perekonomian Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. Mengingat pemasaran produk yang berkelanjutan akan semakin meningkatkan kesejahteraan para petani (Cahyono,2018). Lebih lanjut dikatakan beberapa faktor penyebab terhambatnya penjualan yaitu karena faktor produksi yang tidak bersih dan tidak berkualitas, kurangnya informasi pasar, harga yang kurang stabil serta produksi hasil pertanian cepat rusak sehingga kualitasnya akan menurun. Pemasaran tidak lepas dari berbagai persaingan ancaman dan kelemahan tetapi juga memiliki peluang dan kekuatan dalam memasarkan produknya, untuk menghadapi persaingan dari berbagai kalangan produksi hortikultura, dengan tujuan untuk mengetahui situasi pasar yang selalu berubah-ubah (David,2019).

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis faktor internal dan faktor eksternal yang

mempengaruhi pemasaran buah tomat Pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan.

2. Merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan buah tomat pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana di Desa Bangli Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan.
3. Menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan buah tomat pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana di Desa Bangli Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan.

II.METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian di tentukan secara(*purposive*), dimana penelitian ini dilaksanakan dari bulan maret 2022 hingga bulan Mei 2022. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani kelompok Sapta Kerta Bhuana berjumlah 30 dan pedagang pengumpul 4 orang jadi total populasi adalah 34 orang.pengumpulan data penelitian ini adalah dilakukan dengan : observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi.

Metode dalam Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif Analisis SWOT dengan memperhatikan faktor Internal yaitu kekuatan dan kelemahan serta memperhatikan faktor Eksternal

yaitu peluang dan ancaman SWOT merupakan suatu analisis organisasi dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dari lingkungan Rangkuti (2016), menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dalam suatu usaha. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Matriks *Internal Factors Analysis Summary* (IFAS)

Matriks EFAS merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data eksternal penelitian. Pada tahap ini model yang digunakan adalah matriks faktor strategi eksternal. atau cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS):

Matriks EFAS

Matriks EFAS merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data eksternal penelitian. Pada tahap ini

model yang digunakan adalah matriks faktor strategi eksternal. atau cara penentuan Faktor Strategi Eksternal (EFAS):

Analisis *Matriks Strength - Weakness-Opportunity-Threats* (SWOT)

Analisis SWOT adalah alat formulasi strategi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dari sebuah penelitian, Rangkuti (2016). Matriks SWOT merupakan alat analisis yang digunakan untuk mencocokkan hasil yang diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS. Hasil dari matriks SWOT merupakan alternatif strategi yang layak dipakai dalam strategi pemasaran. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi, yaitu S-O (*Strength-Opportunity*), W-O (*Weakness-Opportunity*), W-T (*Weakness Threats*), dan strategi S-T (*Strengths-Threats*).

Matriks (QSPM)

Tahap terakhir dari penetapan strategi pemasaran adalah tahap keputusan. QSPM membuat peringkat strategi untuk menentukan daftar prioritas strategi.

Tabel 1. Matriks Internal

Faktor- Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan:			
1.Kualitas produk yang baik	0,108	3,794	0,410
2.Ramah kepada konsumen	0,100	3,500	0,349
3.Kepemilikan lahan	0,105	3,700	0,390
4.Menjalin hubungan yang baik dengan pedagang	0,094	3,300	0,310
5.Keanggotaan antar kelompok sangat kuat	0,104	3,667	0,383
Total Kekuatan	0,511		1,841
Faktor- Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kelemahan:			
1.Akses menuju lokasi sulit ditemui	0,099	3,467	0,342
2.Tidak ada lahan untuk parkir	0,096	3,367	0,323
3.Adanya kerusakan produk sehingga harga menjadi turun	0,102	3,567	0,362
4.Rendahnya pendidikan petani	0,095	3,333	0,316
5.Tidak pernah melakukan promosi	0,098	3,433	0,336
Total Kelemahan	0,489	17,167	1,679
Total IFAS	1,000		3,520

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan matriks IFAS yang dilakukan strategi pemasaran pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan dapat diketahui bahwa kekuatan sangat berpengaruh terhadap pemasaran buah tomat perusahaan dengan tiga nilai tertinggi adalah kualitas produk yang baik dengan skor 0,410, kepemilikan lahan dengan skor 0,390, dan keanggotaan antar kelompok sangat kuat dengan skor 0,383.

Melihat potensi yang dimiliki, maka sangat berpotensi dalam pengembangan pemasaran yang optimal untuk meningkatkan keuntungan. Berdasarkan data diatas

terdapat data kelemahan yang memiliki nilai tertinggi dalam strategi pemasaran pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan dengan tiga nilai tertinggi antara lain: melemahnya daya beli konsumen dengan skor 0,362, akses menuju lokasi sulit ditemui dengan skor 0,342, dan tidak pernah melakukan promosi dengan skor 0,336, sehingga sangat berpengaruh terhadap kapasitas produksi dalam memenuhi permintaan konsumen dan dalam memperluas jaringan pemasaran apabila tidak dipersiapkan dengan baik dalam pengelolaannya. Secara keseluruhan berdasarkan Tabel 1

dapat diketahui total skor strategi internal adalah 3,520. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan berada pada kondisi yang mampu mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan kekuatan yang ada.

Matriks Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS)

Setelah mengetahui faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman pada strategi pemasaran, maka selanjutnya diberikan rating dan bobot terhadap masing-masing faktor. Nilai skor yang diperoleh dapat memberikan gambaran tentang faktor strategis yang menjadi peluang dan ancaman yang utama bagi strategi pemasaran pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan.

Tabel 2.Matriks Eksternal (EFAS)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang :			
1.Memiliki pemasaran yang lebih luas	0,113	3,735	0,424
2.Adanya peran masyarakat sekitar	0,082	2,706	0,222
3.Peningkatan perkembangan teknologi dan informasi	0,108	3,559	0,385
4.Memiliki kepercayaan dan hubungan yang baik dengan pelanggan	0,113	3,706	0,417
5.Munculnya pelanggan baru	0,112	3,676	0,411
Total Peluang	0,528		1,859
Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Ancaman			
1.Faktor cuaca yang tidak mendukung	0,097	3,176	0,307
2.Pandemi Covid-19	0,098	3,235	0,318
3.Pesaing cukup banyak	0,089	2,941	0,263
4.Adanya kenaikan biaya produksi	0,090	2,971	0,268
5.Melemahnya daya beli konsumen sehingga harga menjadi turun	0,097	3,206	0,312
Total Ancaman	0,472		1,468
Total EFAS	1,000	32,912	3,327

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan matriks EFAS yang dilakukan pada strategi pemasaran pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa

Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan dapat diketahui bahwa peluang sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran dengan

tiga nilai tertinggi adalah: memiliki pemasaran yang lebih luas dengan skor 0,424, memiliki kepercayaan dan hubungan yang baik dengan pelanggan dengan skor 0,417, serta munculnya pelanggan baru dengan pelanggan dengan skor 0,411. Pada data ancaman yang memiliki nilai tertinggi dalam strategi pemasaran pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan dengan tiga nilai tertinggi antara lain: pandemi covid-19 dengan skor 0,318, adanya kerusakan produk sehingga harga menjadi turun dengan skor 0,307, faktor cuaca yang tidak mendukung dengan skor 0,306. Secara keseluruhan berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui total skor faktor strategi-strategi eksternal sebesar 3,327 hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada

Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan mampu mengatasi ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat memberikan gambaran dengan jelas tentang faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. Matriks SWOT berisi strategi kombinasi S-O, S-T, W-O dan W-T. Analisis ini menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFAS dan matriks EFAS. Matriks SWOT mengenai strategi pemasaran dapat dilihat pada tabel s berikut ini.

Tabel 3. Hasil Analisis Matriks Strategi Pemasaran Buah Tomat Pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana di Desa Bangli, Kabupaten Tabanan

<p>INTERNAL</p> <p style="text-align: right;">EKSTERNAL</p>	<p>KEKUATAN (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Kualitas produk yang baik 2 Ramah kepada konsumen 3 Kepemilikan lahan 4 Menjalin hubungan yang baik dengan pedagang 5 Keanggotaan antar kelompok sangat kuat 	<p>KELEMAHAN (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Akses menuju lokasi sulit ditemui 2 Tidak ada lahan untuk parkir 3 Melemahnya daya beli konsumen 4 Rendahnya pendidikan petani 5 Tidak pernah melakukan promosi
<p>PELUANG (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki pemasaran yang lebih luas 2. Adanya peran masyarakat sekitar 3. Peningkatan perkembangan teknologi dan informasi 4. Memiliki kepercayaan dan hubungan yang baik dengan pelanggan 5. Munculnya pelanggan baru 	<p>Strategis S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kapasitas produksi melalui manajemen stok dengan intensitas monitoring pemerintah melalui dinas terkait (S1,S3, S5, O1,O2) 2. Menjaga kualitas produk dengan melakukan standarisasi produk (S1,S5,O3,O4,O5) 	<p>Strategis W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kapasitas produksi tomat ketika musim hujan dengan memanfaatkan <i>green house</i> (W3,W4,W5,O2,O3) 2. Melakukan pinjaman modal dalam memperbesar kapasitas produksi dalam upaya menekan biaya produksi (W1,W2,O1,O2,O5)
<p>ANCAMAN (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Faktor cuaca yang tidak mendukung 2 Pandemi Covid-19 3 Pesaing cukup banyak 4 Adanya kenaikan biaya produksi 5 Adanya kerusakan produk sehingga harga menjadi turun 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kemitraan pemasaran dengan pihak swasta (S2,S3,S5,T3,T4) 2. Mengembangkan produk olahan dari tomat untuk meningkatkan nilai tambah tomat (S1,S4,T1,T2,T5) 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan perkembangan IT melalui pelatihan-pelatihan dalam pemasaran digital manajemen pemasaran (W3,W4,W5,T3,T4) 2. Menjaga stabilitas harga di tingkat konsumen (W1,W3,T2,T3,T5)

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

IV.SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa faktor faktor internal yang mempengaruhi pemasaran buah tomat pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana di Desa Bangli Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan dari segi kekuatan yang paling tinggi adalah kualitas produk yang baik dan sedangkan dari segi kelemahan yang paling tinggi adalah melemahnya daya beli konsumen. Namun faktor eksternal dari segi peluang yang paling tinggi adalah memiliki pemasaran yang lebih luas sedangkan faktor eksternal dari segi ancaman yang paling tinggi adalah adanya pandemic covid. Strategi alternatif pemasaran buah tomat pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana Di Desa Bangli, Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan adalah sebagai berikut: a). Mengoptimalkan perkembangan IT melalui pelatihan-pelatihan dalam pemasaran digital, b). Menjalani kemitraan pemasaran dengan pihak swasta, c). Menjaga kualitas produk dengan melakukan standarisasi produk, d). Menjaga stabilitas harga di tingkat konsumen., e). Mengembangkan produk olahan dari tomat untuk meningkatkan nilai tambah tomat, f). Melakukan pinjaman modal dalam memperbesar kapasitas produksi dalam upaya menekan biaya produksi dan g). Meningkatkan kapasitas produksi melalui manajemen stok dengan intensitas monitoring pemerintah

melalui dinas terkait serta h). Meningkatkan kapasitas produksi tomat di musim penghujan dengan memanfaatkan *green house*. Strategi prioritas utama yang diimplementasikan pada strategi pemasaran buah tomat pada Kelompok Tani Sapta Kerta Bhuana di Desa Bangli Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan adalah dengan mengoptimalkan perkembangan IT melalui pelatihan-pelatihan dalam pemasaran digital.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan adalah bagi petani, diharapkan mampu mengoptimalkan *green house* dan mengembangkan diversifikasi produk tomat sehingga mampu meningkatkan kapasitas produksi secara kontinyuitas dan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Bagi pemerintah diharapkan memberikan penyuluhan lebih intensif dalam pemasaran digital dan akses permodalan sehingga petani tomat mampu bersaing di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiriski 2016. *Usaha Tani Tomat Dan Penanganan Pasca Panen*. Edisi revisi, Yogyakarta.
- Anonimus, 2017. *Strategi Pemasaran Petani Tomat*. <http://www.cancerhelps.org>. American Cancer Society. Diakses pada 19 Oktober 2022.
- Aprianto Prabowo, 2019. Jurnal strategi usaha tani tomat di *desa kuta baru kecamatan tebing tinggi*.

- Arikunto. 2016. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PPOB KIPO Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (Jurnal Teknik Industri, Vol. 15, No.1, Februari 2016. Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Buchari, Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Bandung, Alfabeta.
- Cahrial, Eri. Djoni dan Suprianto, 2019. Kajian Alih Fungsi Lahan Pertanian Pangan di Kota Tasikmalaya.
- Cahyono, 2018. *Tomat Usaha Tani dan Penanganan Pasca Panen*. Edisi revisi. Yogyakarta: Kanisius.
- David, fred, R. 2016. *Strategi Management Strategi Konsep*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Eka Purnawati 2016. *Tomat Usaha Tani dan Penanganan Pasca Panen*, Edisi revisi Yogyakarta: Kanisius.
- Fahmid yusuf Halid, 2018. *Strategi Pemasaran Usahatani Tani Tomat di Kecamatan Dungaliyo Kabupaten Gorontalo..*
- Febrianto. 2017. *Usulan ALternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. E-Journal Graduate Unpar.
- Jef Rudianto, 2018. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua penerbit Andi, Yogyakarta.
- Jhon. 2017. *Tomat Usaha Tani dan Penanganan Pasca Panen*, Edisi revisi Yogyakarta: Kanisius.
- Juwita Malewangko. 2015. *Jurnal Strategi Pemasaran Pemasaran Buah Tomat di Kelurahan Tomohon Utara Kota Tomohon Tahun 2015*
- Kotler, Philip. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melinium, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Mantra. 2018. *Strategi Pemasaran Buah Tomat Analisis Swot Pada klompok tani. Super Sukses Motor Banjarmasin. Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Maret 2018.
- Philip, 2015. *Jurnal. Strategi Penelitian Buah Tomat di Desa Bonjenogoro. edisi 2015 di Desa Karpian Kota Jakarta*.
- Prawitasari S.Y. 2018. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya*.
- Purnomo. 2016. *Budidaya Tomat Dataran Rendah dengan Varietas Unggul serta Tahan Hama dan Penyakit*. Penebar Swadaya.
- Radeks. 2018. *Metode Inventarisasi Sumber Daya Lahan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sujana, Budhiasa. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks Swot Dan Qspm (Studi Kasus:*

- Restoran Ws Soekarno Hatta Malang).*Jurnal*. Teknologi dan Manajemen Agroindustri.
- Suria Putra BM. 2016. Strategi pemasaran tomat Pertanian Dalam st Kelompok tani Sawah di Desa Rambah Baru Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu
- Tijintoro. 2017. *Tomat Usaha Tani dan Penanganan Paska Panen*, Edisi revisi Yogyakarta: Kanisius.
- Tjiponto, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Penerbit Andi, Yogyakarta,

EFISIENSI PEMASARAN BIBIT TANAMAN CABAI DI KELOMPOK WANITA TANI KARANG LESTARI DESA SIBANG KAJA

Si Ngurah Rai Putrajaya¹, I Made Tamba², Ni Putu Anglila Amaral³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas
Mahasaraswati Denpasar

*Email Korespondensi : ngurahp122@gmail.com

ABSTRACT

Chili plants are one of the fruit vegetables that have good business opportunities, the large domestic and foreign demand makes chili a promising commodity. The place for this research is at KWT Karang Lestari, Sibang Kaja Village, Abiansemal District, Badung Regency. This research lasted for 3 months, from October to December 2022. The objectives to be achieved in this study were to determine the marketing channel for chili seeds, determine the marketing costs, marketing margins, farmer share, and the efficiency of the marketing channel for chili seeds in KWT Karang Lestari, Sibang Kaja Village. The data analysis method used is marketing margin analysis, farmer share, and marketing efficiency. The results of this study indicate that there are two marketing channels for chili seeds in KWT Karang Lestari, Sibang Kaja Village, namely : a) Marketing Channel I : Consumer ® Producer, b) Marketing Channel II : Producer ® Trader Retailer ® Consumer. In marketing channel I there are no marketing costs, marketing margins and farmer share. While in the second marketing channel there is a marketing cost of Rp. 500, with a marketing margin of Rp. 1,500 and farmer share of 57.14%. The efficiency of marketing channel I is 0% while the efficiency of marketing channel II is 14.29%. This shows that marketing channel I is more efficiently run than marketing channel II. This happens because marketing channel I does not incur marketing costs.

Keywords : Chili Seeds, Marketing Channels, Marketing Efficiency

I.PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara agraris, dimana sebagian besar penduduknya tinggal di perdesaan dengan mata pencaharian sebagai petani. Hal ini dilatarbelakangi dari letak geografis Indonesia yang berada di daerah tropis sehingga memiliki iklim yang sesuai untuk mengembangkan potensi pertanian. Peranan sektor pertanian di Indonesia sangat penting dalam hal memberikan kontribusi

yang besar dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani. Peran sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan pokok, sandang, dan papan, yang menyediakan lapangan pekerjaan. Memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, dan memberikan devisa bagi negara. Pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani tergantung pada tingkat pendapatan petani dan

keuntungan yang didapat dari sektor pertanian itu sendiri. Sektor pertanian merupakan andalan untuk meningkatkan kesejahteraan sebagian masyarakat Indonesia karena sebagian besar masyarakat Indonesia tinggal di pedesaan dan bekerja sebagai petani. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis dalam mengembangkan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pembangunan pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri (Soeharjo, 2010).

Tanaman cabai (*Capsicum annum L*) berasal dari dunia tropika dan subtropika Benua Amerika, khususnya Colombia, Amerika Selatan, dan terus menyebar ke Amerika Latin. Penyebaran cabai ke seluruh dunia termasuk negara-negara di Asia, seperti Indonesia dilakukan oleh pedagang Spanyol dan Portugis (Dermawan, 2010). Bibit cabai merupakan benih cabai yang telah berkecambah yang mengalami masa penyemaian, telah memiliki daun, dan siap ditanam di lahan, kualitas bibit yang unggul merupakan salah satu syarat untuk memperoleh hasil tanaman cabai yang baik. Tanaman cabai merupakan salah satu sayuran buah yang memiliki peluang bisnis yang baik, besarnya kebutuhan dalam negeri maupun luar negeri menjadikan cabai sebagai komoditas menjanjikan. Harga cabai yang tinggi memberikan keuntungan yang tinggi pula bagi petani, keuntungan yang diperoleh dari budidaya cabai umumnya lebih tinggi dibandingkan

dengan budidaya sayuran lain. Namun, banyak kendala yang dihadapi petani dalam berbudidaya cabai.

Proses pemasaran berawal dari adanya kebutuhan dan keinginan dalam diri pelanggan, keinginan pelanggan yang beragam menjadi tantangan bagi pemasar dalam dunia pemasaran. Pemasaran sesungguhnya jauh lebih luas dibandingkan penjualan. Definisi pemasaran mencakup proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain. Efisiensi adalah ketepatan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga dan biaya. Efisiensi juga berarti rasio antara input dan output atau biaya dan keuntungan, (Mulyadi, 2007). Efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara masukan (input) dan hasil antara biaya dan keuntungan (output), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas. Dengan kata lain hubungan antara apa yang telah diselesaikan.

Desa Sibang Kaja adalah salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Provinsi Bali, yang menjalankan program KWT. KWT yang berada di Desa Sibang Kaja bernama KWT Karang Lestari, KWT Karang Lestari masih aktif

melakukan kegiatan usahatani bibit tanaman cabai hingga saat ini. Cabai merupakan salah satu komoditi unggulan dan keberadaannya sangat di butuhkan di kalangan masyarakat, petani di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja melakukan usahatani pembibitan cabai untuk dipasarkan. Pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja melalui beberapa saluran pemasaran, sehingga menyebabkan terjadi perbedaan margin antara produsen dengan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran. Oleh karena itu penulis tertarik dan ingin mengkaji lebih jauh untuk melakukan penelitian tentang “Efisiensi Pemasaran Bibit Tanaman Cabai di Kelompok Wanita Tani Karang Lestari Desa Sibang Kaja Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung.
2. Untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran, farmer share, dan efisiensi saluran pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung.

II.METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal,

Kabupaten Badung. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, pada bulan Oktober hingga Desember 2022. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif yang berupa penjelasan yang berhubungan dengan objek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini ditentukan secara purposive sampling, dimana populasi dalam penelitian ini adalah anggota kelompok tani yang mengelola bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, yang berjumlah 30 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara sensus terhadap 30 orang petani di KWT Karang Lestari Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Sampel lembaga pemasaran adalah 10 orang yang terdiri dari pedagang pengecer 4 orang, dan konsumen 6 orang. Yang pengambilan responden di tentukan secara snowball sampling. Metode ini merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi, wawancara mendalam, kuisisioner, dan dokumentasi.

Metode analisis data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut.

1.Margin Pemasaran

Menurut Widiastuti dan Harisudin (2013) untuk

menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus:

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

M_p = Margin 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 dinyatakan dalam persentase (%). Farmer Share dirumuskan 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:

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

Menghitung efisiensi pemasaran.

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

Karakteristik Responden

Usia Responden

Responden di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja dan lembaga pemasaran yang terlibat berada pada usia 25-50 tahun sebanyak 40 orang. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), **usia produktif** diukur dari rentang **umur** 15 hingga 64 tahun.

Pendidikan Responden

Pendidikan adalah salah satu hal penting dalam usahatani, karena pendidikan sangat berpengaruh terhadap pola pikir dari seorang petani. Responden di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja dan lembaga pemasaran yang terlibat memiliki tingkat pendidikan lulusan SMA dengan jumlah 23 orang. Lulusan SMP sebanyak 7 orang dan lulusan SD sebanyak 10 orang.

Luas Lahan

Luas lahan merupakan salah satu hal penting dalam menjalankan usahatani, luas lahan yang digunakan oleh petani dalam usahatani berpengaruh terhadap kuantitas produksi. Luas lahan yang dimiliki oleh KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja adalah seluas 10 are, lahan ini merupakan lahan milik

kelompok yang digunakan untuk melakukan usahatani.

Analisis Saluran Pemasaran Bibit Cabai

Kegiatan pendistribusian bibit tanaman cabai dari petani ke konsumen memerlukan pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran yang mempunyai peran 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 tidak sama. Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui tergantung dari beberapa faktor, yaitu jarak antara produsen ke konsumen, cepat tidaknya produk rusak, skala produksi dan posisi keuangan produsen (Hanafiah dalam Indriyanti, 2012).

Di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja hanya melibatkan sedikit lembaga pemasaran, sehingga pemasaran menjadi pendek. Saluran pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang

Kaja melibatkan dua lembaga pemasaran. Lembaga saluran pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran bibit tanaman cabai harus melakukan fungsi-fungsi pemasaran, dengan adanya fungsi-fungsi pemasaran dapat mempermudah konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Dalam pemasaran, barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan.

Berikut merupakan saluran pemasaran bibit tanaman cabai berdasarkan penelitian di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja :

1. Saluran pemasaran pertama



Gambar 1 Saluran Pertama

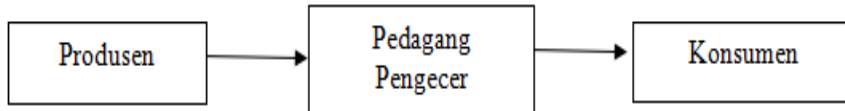
Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa pola saluran pemasaran yang pertama ini yaitu dari produsen (petani) langsung kepada konsumen, saluran pemasaran ini merupakan saluran pendek dari produsen.

Saluran pemasaran ini tidak menggunakan lembaga pemasaran manapun, dan oleh karena itu merupakan saluran yang memiliki rantai paling pendek. Jenis saluran pemasaran ini dilakukan oleh petani

responden dikarenakan lebih mudah serta keuntungan yang didapat cukup tinggi, selain itu pada saluran pemasaran I tidak ada biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan. Pada saluran pemasaran yang pertama ini, harga jual bibit cabai dari produsen (petani KWT Karang Lestari) kepada konsumen (petani cabai) yaitu sebesar Rp 2.500.

Saluran pemasaran pertama ini memiliki sasaran konsumen yaitu

para petani cabai dan konsumen yang membudidayakan tanaman cabai yang berada di sekitar lokasi KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja. Bentuk saluran ini adalah bentuk saluran yang paling pendek dan sederhana sebab tanpa menggunakan prantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan melalui pos atau langsung di sawah (Oentoro, 2010).



Gambar 2 Saluran Kedua

Saluran pemasaran kedua terdapat 2 alur yaitu : produsen (petani KWT Karang Lestari) kepada pedagang pengecer (pedagang tanaman) lalu kepada konsumen (petani cabai). Pada saluran pemasaran yang kedua ini, harga jual bibit cabi dari produsen (petani KWT Karang Lestari) kepada pedagang pengecer (pedagang tanaman) Rp 2.000 dan kepada konsumen (petani cabai) yaitu Rp 3.500.

Analisis Biaya, Margin Pemasaran, dan Farmer Share Bibit Tanaman Cabai

Biaya adalah semua pengeluaran yang dinyatakan dengan uang yang diperlukan untuk menghasilkan produk dalam suatu periode produksi. Nilai biaya dinyatakan dengan uang. Biaya pemasaran adalah biaya yang

dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen akan dibutuhkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran.

Margin pemasaran menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasran. Margin pemasaran adalah perubahan antara harga produsen dan harga pedagang pengecer. Margin pemasaran hanya mempresentasikan perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, tetapi tidak menunjukkan jumlah kuantitas produk yang dipasarkan (Rahim, 2016). Margin pemasaran

sering digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran, besarnya margin pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dapat berbeda, karena tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran dan aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya.

Farmer share adalah bagian yang diterima petani dapat diketahui

dengan membandingkan antara harga jual di tingkat petani dan harga jual di tingkat konsumen akhir. Farmer share juga merupakan salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi persentase pemasaran adalah yang dibayar konsumen akhir. Berikut merupakan uraian mengenai komponen biaya dalam tingkat saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II :

Tabel 1 Biaya, Margin Pemasaran, dan Farmer Share Bibit Tanaman Cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja

No	Uraian	Saluran I	Saluran II
1	Produsen		
	Harga Jual (Rp)	2.500	2.000
2	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli (Rp)		2.000
	Biaya Transportasi (Rp)		300
	Biaya Pengemasan (Rp)		200
	Harga Jual (Rp)		3.500
	Total Biaya (Rp)		500
	Margin Pemasaran (Rp)		1.500
	Farmer Share (%)		57,14
3	Konsumen		
	Harga Beli (Rp)	2.500	3.500

Sumber : Analisis Data Primer Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa pada saluran pemasaran I produsen (petani KWT Karang Lestari) langsung memasarkan produknya kepada konsumen (petani cabai) tanpa melalui lembaga pemasaran, atau dengan kata lain konsumen akhir membeli bibit tanaman cabai langsung pada produsen (petani KWT Karang Lestari). Pada saluran

pemasaran I tidak menggunakan lembaga pemasaran, konsumen langsung membeli bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja secara mandiri. Pada Tabel 5.3 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I tidak ada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Harga jual bibit tanaman cabai dari produsen (petani KWT Karang Lestari) sebesar Rp. 2.500 serta

harga beli bibit cabai pada tingkat konsumen yaitu sebesar Rp. 2.500. Biaya pemasaran Rp 0 berarti tidak ada biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan margin pemasarannya Rp 0 dan farmer share 0%. Hal ini menunjukkan bahwa petani di KWT Karang Lestari tidak banyak mengeluarkan biaya, karena petani di KWT Karang Lestari bisa melayani konsumen yang datang membeli langsung di kebun. Saluran pemasaran tingkat I tersebut menunjukkan bentuk saluran yang paling pendek dan sederhana, sebab tanpa menggunakan prantara serta produsen dapat menjual produksi langsung mendatangi konsumen (Abednego, 2016).

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran II produsen (petani KWT Karang Lestari) menjual bibit tanaman cabainya kepada pedagang pengger, selanjutnya pedagang pengecer menjual kepada konsumen. Saluran pemasaran II ini melibatkan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer, harga yang di terima oleh pedagang pengecer dari produsen yaitu sebesar Rp. 2.000 dan selanjutnya pedagang pengecer menjual bibit tanaman cabai kepada konsumen akhir yaitu sebesar Rp. 3.500. Dengan total biaya pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 500, margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 1.500 dan farmer share

sebesar 57,14%, hal ini disebabkan karena saluran pemasaran II menggunakan perantara lembaga pemasaran. Maka dari itu semakin banyak lembaga atau jasa perantara dalam saluran pemasaran maka semakin kecil juga farmer share yang diterima oleh petani.

Perbedaan harga jual pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II berbeda, perbedaan ini disebabkan karena pada saluran pemasaran II yaitu pedagang pengecer memesan atau membeli bibit tanaman cabai dengan jumlah yang banyak dan melakukan negoisasi sehingga mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan saluran pemasaran II.

Efisiensi Saluran Pemasaran Bibit Cabai

Efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, presentase perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetensi pasar yang sehat (Soekartawi, 2009). Berikut merupakan efisiensi saluran pemasaran bibit tanaman cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja.

Tabel 2 Efisiensi Saluran Pemasaran Bibit Tanaman Cabai di KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp)	Nilai Produk Yang Dipasarkan (Rp)	Efisiensi (%)
I	0	2.500	0
II	500	3.500	14,29

Sumber : Analisis Data Primer Setelah Diolah, 2022

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa efisiensi saluran pemasaran I yaitu 0% sedangkan efisiensi saluran pemasaran II yaitu 14,29%. Hasil ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dijalankan daripada saluran pemasaran II. Hal tersebut terjadi karena saluran pemasaran I tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari panjang pendeknya distribusi barang, dimana semakin panjang rantai pemasarannya maka semakin tidak efisien. Menurut Roesmawaty (2011), jika nilai efisien kurang dari 33% maka pemasaran dapat dikatakan efisien, dan apabila nilai efisiensi 34-67% maka pemasaran dapat dikatakan kurang efisien.

IV.SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai efisiensi saluran pemasaran di daerah penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran bibit tanaman cabai pada KWT Karang Lestari, Desa Sibang Kaja yaitu :
 - a. Saluran Pemasaran I :

Produsen→ Konsumen

b.Saluran Pemasaran II :
Produsen→ Pedagang
Pengecer→ Konsumen

2. Pada saluran pemasaran I tidak ada biaya pemasaran, margin pemasaran dan farmer share. Sedangkan pada saluran pemasaran II terdapat biaya pemasaran sebesar Rp. 500, dengan margin pemasaran sebesar Rp. 1.500 dan farmer share sebesar 57,14%.
3. Efisiensi saluran pemasaran I yaitu 0% sedangkan efisiensi saluran pemasaran II yaitu 14,29%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dijalankan daripada saluran pemasaran II. Hal tersebut terjadi karena saluran pemasaran I tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

Diharapkan kepada petani untuk memilih dan menentukan saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariep Budi Prayitno, Ali Ibrahim Hasyim, Suriaty Situmorang. 2013. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Kabupaten Lampung. [S] Universitas Lampung
- Atmaja, I Putu. 2020. Analisis Margin Dan Saluran Pemasaran Bunga Pacar Air (*Impatiens Balsamina Linn*) (Studi Kasus Di Subak Uma Lambing Desa Sibang Kaja Kabupaten Badung). [S] Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Bergita Yulastri Tasi. 2020. Analisis Pemasaran Jagung Manis di Subak Padanggalak Desa Kesiman Kertalangu Kecamatan Denpasar Timur. [S] Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Dimas Bima Taghfir. 2017. Kualitas Benih Dan Pertumbuhan Bibit Cabai (*Capsicum Frutescens L.*) Pada Perlakuan Suhu Dan Wadah Penyimpanan Yang Berbeda. [S] Universitas Diponegoro.
- Dani Apriono, Eva Dolorosa, Imelda. 2022. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele Di Desa Rasau Jaya 1 Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya. [S] Universitas Tanjungpura.
- Eni Istiyanti. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngeplak Kabupaten Sleman. [S] Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ivony Annisa, Ratna Winandi Asmarantaka, dan Rita Nurmalina. 2018. Efisiensi Pemasaran Bawang Merah (Kasus Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah).[S] Institut Pertanian Bogor.
- Muhammad Yusuf Fauzan. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Keriting di Kecamatan Bulu Kabupaten Temanggung. [S] Universitas Sebelas Maret, Jawa Tengah.
- Rahim Rasidin, Yusriadi, dan Raman. 2018. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap. [S] Universitas Muhamadiyah Parepare, Sulawesi Selatan.