

**STUDI AGRIBISNIS JAMBU MADU DELI HIJAU (*Syzygium aqueum*) DI  
KECAMATAN TENAYAN RAYA  
KOTA PEKANBARU**

**OLEH:**

**YOYOK KUSWANTO**

**124210181**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**PEKANBARU**

**2019**

## ABSTRAK

**Yoyok Kuswanto (124210181). Studi Agribisnis Jambu Madu Deli Hijau (*Syzygium aqueum*) di Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Dibawah bimbingan Ibu Ir. Hj. Septina Elida, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Ir. Tibrani, M.Si selaku pembimbing II.**

Buah jambu madu deli hijau merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) karakteristik petani jambu madu deli hijau, (2) sub sistem sarana dan prasarana produksi (3) sub sistem usaha tani, (4) sub sistem pemasaran, dan (5) sub sistem lembaga penunjang. Penelitian ini menggunakan metode survey, yang mengambil tempat di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Responden petani diambil secara sensus sebanyak 6 orang, sedangkan sampel pedagang diambil secara sengaja (*purposive sampling*) sebanyak 3 orang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil analisis diperoleh: (1) karakteristik petani jambu madu deli hijau adalah: umur petani yaitu 37 tahun (usia produktif), lama pendidikan 14 tahun (Perguruan Tinggi), pengalaman berusaha tani selama 7 tahun, dan tanggungan keluarga petani sebanyak 1 orang. (2) Subsistem penyediaan input produksi, Input yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau seperti lahan berasal dari lahan milik sendiri, sedangkan saprodi, alat dan mesin berasal dari toko saprodi dan alat petanian di sekitar lokasi, (3) Pada sub sistem usaha tani diperoleh: (a) Biaya produksi yang dikeluarkan per luas lahan per tahun yaitu sebesar Rp 29.693.284, terdiri atas biaya variabel Rp 24.562.313 dan biaya tetap Rp 5.130.971 (b) produksi sebesar 3.683 kg dan pendapatan kotor diperoleh sebesar Rp 92.083.333, dan pendapatan bersih sebesar Rp 62.390.049 (c) Usaha tani jambu madu deli hijau menguntungkan dan layak untuk diusahakan dengan nilai RCR 3,10. (4) Pada sub sistem pemasaran terdapat 2 lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Ada 2 saluran pemasaran, yaitu dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer, dan dari petani -> pengecer. Saluran pemasaran ke II ( $E_p = 4,80\%$ ) lebih efisien dibandingkan saluran I ( $E_p = 5,19\%$ ). (5) Lembaga penunjang yang terlibat dalam sistem agribisnis jambu air madu deli hijau adalah lembaga keuangan yaitu perbankan dan lembaga leasing. Ke dua lembaga tersebut berperan dalam memberikan kredit bagi petani dan pedagang dalam pembelian barang modal.

***Kata Kunci: Sistem Agribisnis, Jambu madu deli hijau***

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Studi Agribisnis Jambu Madu Deli Hijau (*Syzygium aqueum*) di Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Universitas Islam Riau.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Ir. Hj. Septina Elida M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Ir. Tibrani, M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam persiapan sehingga selesainya skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam menulis skripsi ini. Namun bila ditemukan kekurangan, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4. Ruang Lingkup .....	6
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1. Tanaman Jambu Madu Deli Hijau ( <i>Syzygium aqueum</i> ) .....	7
2.1.1. Klasifikasi dan Morfologi .....	7
2.1.2. Syarat Tumbuh .....	8
2.1.3. Teknik Budidaya .....	9
2.2. Konsep Agribisnis.....	13
2.3. Subsistem Sarana Produksi .....	16
2.4. Subsistem Usaha Tani.....	17
2.4.1. Biaya Usaha Tani .....	19
2.4.2. Produksi .....	21
2.4.3. Pendapatan .....	22
2.4.4. Efisiensi Usaha Tani .....	24
2.5. Subsistem Pemasaran.....	25

2.5.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	27
2.5.2. Fungsi Pemasaran .....	30
2.5.3. Biaya, Margin, dan Keuntungan Pemasaran .....	32
2.5.4. Efisiensi Pemasaran .....	33
2.6. Subsistem Kelembagaan Penunjang .....	34
2.7. Penelitian Terdahulu .....	37
2.8. Kerangka Pemikiran.....	43
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....	46
3.2. Teknik Pengambilan Responden.....	46
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4. Konsep Operasional .....	47
3.5. Analisis Data .....	50
3.5.1. Analisis Karakteristik Petani dan Profil Usaha .....	50
3.5.2. Subsistem Penyediaan Input .....	51
3.5.3. Subsistem Usahatani .....	53
3.5.4. Subsistem Pemasaran.....	53
3.5.5. Subsistem Lembaga Penunjang .....	56
<b>IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Keadaan Geografis dan Administratif Kota Pekanbaru .....	57
4.2. Keadaan Demografis Kota Pekanbaru .....	59
4.3. Keadaan Sosial dan Ekonomi .....	60
4.3.1. Pendidikan .....	60
4.3.2. Mata Pencaharian Penduduk .....	61
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
5.1. Karakteristik Petani Jambu madu deli hijau .....	63
5.1.1. Umur .....	63
5.1.2. Lama Pendidikan .....	63
5.1.3. Pengalaman Berusaha Tani .....	64

5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga .....	64
5.2. Sub Sistem Penyediaan Input Produksi .....	65
5.2.1. Lahan .....	65
5.2.2. Saprodi (Sarana Produksi) .....	65
5.2.3. Tenaga Kerja .....	67
5.2.4. Alat dan Mesin .....	67
5.3. Sub Sistem Usaha Tani .....	68
5.3.1. Biaya Produksi .....	69
5.3.2. Pendapatan .....	73
5.3.3. Efisiensi Usaha Tani .....	74
5.4. Sub Sistem Pemasaran .....	74
5.4.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran .....	75
5.4.2. Fungsi Pemasaran .....	77
5.4.3. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran .....	80
5.5. Sub Sistem Lembaga Penunjang .....	82
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>83</b>
6.1. Kesimpulan .....	83
6.2. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Jumlah Produksi, Tanaman Hasil dan Produktivitas Jambu Air di Indonesia Tahun 2014-2017.....	2
2. Jumlah Desa/ Kelurahan dan Perangkat Kelurahan Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru, 2017 .....	58
3. Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin berdasarkan Kecamatan di Kota Pekanbaru, 2017 .....	59
4. Tingkat Pendidikan di Kota Pekanbaru, Tahun 2017 (%) .....	60
5. Mata Pencaharian Penduduk di Kota Pekanbaru, 2018 .....	61
6. Penggunaan dan harga bibit, pupuk, pestisida, dan lain-lain pada Usaha Tani Jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018 .....	66
7. Penggunaan dan Harga Alat dan Mesin yang Digunakan dalam Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019 .....	68
8. Biaya Produksi Usaha Tani di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019 .....	69
9. Rata-rata Biaya Pupuk, Pestisida, dan Lain-lain pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019 .....	71
10. Upah Tenaga Kerja pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019 .....	72
11. Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019. ....	73
12. Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Lembaga Pemasaran pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau, Tahun 2019. ....	77
13. Biaya Margin Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Tahun 2019.....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Sistem Agribisnis .....	16
2. Skema Kerangka Pemikiran .....	45
3. Lembaga dan Saluran Pemasaran Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tanayan Raya, Tahun 2019 .....	75





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Petani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019 .....	91
2. Penggunaan, Harga, Nilai Beli, Penyusutan Alat dan Mesin pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019 .....	92
3. Penggunaan, Harga, Biaya Saprodi pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019 .....	94
4. Penggunaan, Harga, Nilai Beli, dan Penyusutan Bibit pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019 .....	96
5. Penggunaan, dan Upah Tenaga Kerja pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019 .....	97
6. Rekapitulasi Biaya Produksi pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019 .....	99
7. Produksi, Harga, Penerimaan, dan Efisiensi pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019 .....	100
8. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, Tahun 2019. ....	101

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris yang mempunyai kekayaan sumber daya alam yang melimpah dengan luas daratan 19.85 juta hektar dan juga iklim tropis yang mendukung kegiatan pertanian. Pertanian merupakan sektor penting dalam visi pembangunan jangka panjang yang diarahkan dalam daya saing perekonomian global. Sektor pertanian menduduki peranan yang strategis karena berkaitan dengan kehidupan masyarakat.

Perjalanan pembangunan pertanian Indonesia hingga saat ini masih belum dapat menunjukkan hasil yang maksimal jika dilihat dari tingkat kesejahteraan petani dan kontribusinya pada pendapatan nasional. Pembangunan pertanian di Indonesia dianggap penting dari keseluruhan pembangunan nasional. Kegiatan pertanian secara luas mencakup tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan dan kehutanan.

Potensi pertanian sangat besar untuk dikembangkan salah satunya pada sektor tanaman hortikultura. Produk hortikultura meliputi sayur-sayuran, buah-buahan, florikultura, dan biofarmaka. Produk tanaman hortikultura sebagai sumber vitamin yang dibutuhkan dalam tubuh manusia. Potensi tanaman hortii terutama buah-buahan memiliki potensi yang cukup besar, dimana buah sebagai sumber vitamin yang digemari masyarakat selain sayur, dan buah-buahan sebagai pengganti sayur karena buah mudah untuk dikonsumsi. Buah-buahan lokal mulai

dikembangkan oleh pemerintah untuk memenuhi konsumsi buah dalam negeri serta membuka peluang usaha dan sumber pendapatan bagi petani.

Salah satu buah-buahan yang sedang diminati masyarakat saat ini berupa jambu air karena mudah dibudidayakan dan banyak ditanam dalam pekarangan, jambu air selain dikonsumsi dalam bentuk segar juga banyak dijadikan bahan olahan makanan seperti manisan, salad dan rujak buah. Dalam empat tahun terakhir produksi dan jumlah tanaman berfluktuasi namun produktivitasnya cenderung meningkat, lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Produksi, Tanaman Hasil dan Produktivitas Jambu Air di Indonesia Tahun 2014-2017.

No	Tahun	Produksi (Kuintal)	Tanaman Hasil (Pohon)	Produktivitas (Kg/Pohon)
1	2014	919.749	1.322.686	6,95
2	2015	925.425	1.218.854	7,59
3	2016	2.069.859	2.765.465	7,48
4	2017	983.156	1.140.522	8,62

Sumber: Dirjen Hortikultura (2018)

Seiring dengan kemajuan teknologi pertanian tanaman jambu air memiliki beberapa varietas yang unggul salah satunya jambu madu deli hijau. Jambu madu deli hijau termasuk tanaman buah komersial yang sangat digemari oleh masyarakat. Jambu madu deli hijau memiliki keunggulan dibandingkan dengan jambu air pada umumnya seperti, mudah dalam budidaya, produksi buah yang tinggi, memiliki harga jual yang relatif mahal, masa berbuahnya lebih cepat yaitu 9 bulan sampai dengan 1,5 tahun setelah masa tanam, memiliki rasa yang sangat manis hingga 15 Brix, dan memiliki bobot buah yang cukup besar yaitu sekitar

1,5-2 Ons, serta perawatannya tidak terlalu sulit (Rangkuti, Irwan dan Indra, 2016).

Alasan petani memilih mengusahakan buah jambu madu deli hijau dibandingkan jambu air lainnya karena tertarik dengan nilai ekonomis yang tinggi dan permintaan pasar yang semakin meingkat. Kota Pekanbaru adalah salah satu kota di Propinsi Riau yang menjadi pusat ekonomi dan pendidikan di Riau memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk mengusahakan buah jambu madu deli hijau, seiring meningkatnya kesejahteraan masyarakat dengan pola hidup sehat akan lebih banyak mengkonsumsi buah-buahan sebagai sumber vitamin.

Peluang pasar jambu madu deli hijau yang besar tidak sebanding dengan produksi yang ada, karena di Kota Pekanbaru tidak menjadi sentra produksi dan pemerintah belum memberikan perhatian secara khusus kepada petani jambu madu deli hijau. Selain itu biaya dalam mengusahakan jambu madu deli hijau secara komersil membutuhkan modal yang tidak sedikit sehingga tidak semua petani mampu mengusahakanya.

Komoditas jambu madu deli hijau merupakan tanaman buah yang belum lama berkembang sehingga masih banyak petani yang belum mengetahui secara menyeluruh mengenai teknik budidaya dan hama penyakit. Petani belum mendapatkan bimbingan atau penyuluhan dari dinas terkait, sehingga petani mempelajari masalah budidaya dan hama penyakit melalui internet dan pengalaman petani lainnya. Produktivitas dan kualitas produksi jambu madu deli hijau tergantung dari teknik budidaya, karena keterbatasan petani yang menyebabkan rendahnya produktivitas dan kualitas jambu.

Sistem pemasaran jambu madu juga sangat berpengaruh terhadap ekonomi petani. Pada umumnya diantara pelaku pemasaran jambu madu posisi petani adalah paling lemah karena adanya keterbatasan modal dan informasi pasar yang diterima petani terbatas menyebabkan mendapatkan harga yang rendah dan petani masih menghadapi ketidakpastian harga jual (Fitriani, 2015). Banyaknya jumlah lembaga pemasaran yang terlibat akan mempengaruhi margin pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka semakin kecil pula peresentasi harga yang diterima oleh petani (Firdaus, 2008). Lembaga penunjang seperti kelompok tani dan lembaga keuangan belum terbentuk, kelompok tani mampu menjadi kekuatan petani dalam penetapan harga. Selain itu petani masih menghadapi keterbatasan dalam pengadaan sarana produksi, penggunaan teknologi baru serta pemasaran. Keberhasilan suatu sistem agribisnis juga dapat dilihat melalui lima subsistem yaitu pengadaan sarana produksi, usahatani, pengolahan, pemasaran dan lembaga penunjang.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin melihat bagaimana sistem agribisnis, Studi agribisnis jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru meliputi:

1. Bagaimana karakteristik petani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana subsistem penyediaan input produksi jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?

3. Bagaimana subsistem usahatani jambu madu deli hijau yang dilakukan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
4. Bagaimana subsistem pemasaran jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?
5. Bagaimana subsistem kelembagaan penunjang pada agribisnis jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Karakteristik petani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.
2. Subsistem penyediaan input produksi jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.
3. Subsistem usahatani jambu madu deli hijau yang dilakukan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.
4. Subsistem pemasaran jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.
5. Subsistem kelembagaan penunjang pada agribisnis jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak terkait, manfaat tersebut antara lain:

1. Sebagai informasi bagi penentu kebijakan sector pertanian, khususnya tanaman buah jambu madu dalam merumuskan kebijakan yang akan datang

2. Bagi petani dapat meningkatkan produksi yang maksimum dan menggunakan teknologi secara tepat dan benar sesuai dengan kondisi daerah setempat.
3. Sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

#### **1.4. Ruang Lingkup Penelitian**

Untuk memperjelas batasan-batasan kajian dalam penelitian ini, maka perlu adanya dirumuskan suatu ruang lingkup penelitian. Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Penelitian ini berfokus pada kajian sistem agribisnis komoditas jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Sub Sistem yang dikaji meliputi penyediaan sarana produksi, usaha tani, pemasaran, dan lembaga penunjang, sedangkan sub sistem agroindustri tidak dianalisis karena bentuk akhir dari komoditas yang dianalisis berupa komoditas primer yaitu jambu madu deli hijau.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Tanaman Jambu Madu Deli Hijau (*Syzygium aqueum*)

#### 2.1.1. Klasifikasi dan Morfologi

Jambu air adalah tumbuhan dalam suku jambu-jambuan atau *Myrtaceae* yang berasal dari Asia Tenggara. Jambu air memiliki zat-zat lain yang sangat berguna dalam penyembuhan berbagai penyakit, misalnya bunga jambu air mengandung zat tanin yang berguna sebagai obat diare dan demam. Klasifikasi botani jambu air sebagai berikut :

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Magnoliophyta</i>
Kelas	: <i>Magnoliopsida</i>
Ordo	: <i>Myrtales</i>
Famili	: <i>Myrtaceae</i>
Genus	: <i>Syzygium</i>
Spesies	: <i>S. aqueum</i> (Aldi, 2013)

Jambu air merupakan salah satu jenis buah-buahan yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat dan telah dimanfaatkan untuk bahan makanan dan pengobatan beberapa macam penyakit. Jambu air mengandung nutrisi yang lengkap. Buah ini merupakan sumber kalori, mineral, dan vitamin C. Kandungan nutrisinya sangat baik untuk meningkatkan tenaga (energi) dan meningkatkan sistem pertahanan tubuh (menjaga kesehatan tubuh). Tanaman jambu air diduga berasal dari Indocina (Cahyono, 2010). Jenis-jenis jambu air diantaranya yaitu



bell apple, black kingkong, bunga cengkih, camplong, cincalo, citra, dalhari, 3merah delima, green rose apple, dan lain-lain. Jambu air yang paling banyak ditemui di daerah Demak yaitu jambu air merah delima dan jambu air citra. Jambu air merah delima berasal dari Demak. Buah berbentuk lonceng berwarna merah seperti delima. Daging buah renyah dan bercita rasa manis. Bobot rata-rata 90 g per buah. Jambu air citra ditemukan pertamakali di Indonesia di daerah Anyer, Banten. Keunggulannya terletak pada sosok buah yang besar menyerupai lonceng dengan bobot rata-rata 100g dan bisa mencapai 250 g per buah, kulit buah mulus mengilap berwarna merah menyala. Daging buah tebal dan empuk (Pujiastuti, 2015).

#### **2.1.2. Syarat Tumbuh**

Jambu madu deli hijau (*Syzygium equaeum*) sangat baik ditanam di daerah yang berketinggian 3 - 500 meter diatas permukaan laut (dpl), pada suhu 27° C – 32° C, curah hujan sekitar 500 – 3.000 mm/tahun, kelembapan udara berkisar antara 50 - 70 %. Cahaya matahari berpengaruh terhadap kualitas buah yang akan dihasilkan. Intensitas cahaya matahari yang ideal dalam pertumbuhan Jambu madu deli hijau adalah 40 - 80 % (Cahyono, 2010). Tanaman Jambu madu deli hijau menginginkan struktur tanah yang gembur, berdrainase baik, cukup tersedia air, unsur hara, harus cukup tersedia bahan organik dengan derajat kemasaman (pH) yang ideal berkisar antara 6 – 7 serta kedalaman air tanah yang efektif yaitu jika didaerah penanaman memiliki kedalaman air tanah dangkal sampai sedang, yaitu 0.5 – 1.5 meter (Cahyono, 2010).

### **2.1.3. Teknik Budidaya**

Teknik budidaya tanaman jambu madu air deli hijau yaitu meliputi persiapan wadah dan media tanam, persiapan bibit, penanaman, penyiraman, pemupukan, pemeliharaan, pemangkasan, dan pemanenan. Adapun penjelasan lengkap mengenai teknik budidaya tanaman jambu madu deli hijau yaitu sebagai berikut:

#### **A. Persiapan Wadah & Media Tanam**

##### **1. Wadah**

Polibag Atau Pot menjadi salah satu hal utama yang perlu diperhatikan karena menjadi media perumbuhan tanaman. Pada prinsipnya, mengacu pada morfologi, ukuran dan syarat tumbuh tanaman, Polibag atau pot untuk penanaman jambu air madu hijau adalah yang berukuran minimal 60 x 70 cm atau 60 x 60 cm untuk bentuk lingkaran atau persegi, diameter bagian atasnya adalah 60 cm atau 70 cm. Polibag atau pot yang digunakan harus tahan minimal 3 – 4 tahun.

##### **2. Media Tanam**

Media tanam yang baik untuk jambu madu deli hijau dalam polybag atau pot adalah yang banyak mengandung bahan organik. Tanah atau kompos yang digunakan adalah bahan yang steril yang bebas dari cendawan maupun opt lain yang dapat mengganggu pertumbuhan tanaman nantinya. Diusahakan pupuk kandang yang digunakan adalah pupuk kandang yang sudah matang atau sudah dipermentasi minimal 1 (satu) bulan dan berasal dari kotoran hewan yang memakan rumput seperti kotoran kambing, lembu dan sebagainya tapi ini untuk masa pertumbuhan (vegetatif) selama 6 (enam) bulan kedepan, dan setelah

memasuki usia  $\pm$  7-8 bulan baru menggunakan pupuk dari kotoran unggas dengan interval pemupukan 1-2 bulan sekali karena akan berpengaruh terhadap rasa buah.

a). Komposisi Media Tanam Awal (Vegetatif)

- |                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| 1). Tanah Subur                     | 40 % |
| 2). Kompos                          | 25 % |
| 3). Kotoran Lembu Atau Kambing, Dsb | 25 % |
| 4). Sekam Padi                      | 10 % |

b). Penambahan Komposisi Menjelang Generatif (Usia  $\pm$  7-8 Bulan)

- 1). Pupuk Unggas (Kotoran Ayam, Burung Puyuh) 1-2 Kg/Pohon
- 2). Interval Pemupukan 1 Atau 2 Bulan Sekali Melihat Situasi

**B. Pengadaan Bibit**

Pengadaan bibit jambu air dapat dilakukan dengan cara melakukan pembibitan sendiri ataupun dengan cara membeli bibit yang telah siap tanam. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pengadaan atau pemilihan bibit yaitu bibit yang dibeli dari penangkar bibit yang terjamin dan terpercaya yang menyediakan bibit-bibit bermutu baik dan telah bersertifikat, pembelian/pemilihan bibit jambu air harus disesuaikan dengan kondisi lahan penanaman, keadaan fisik bibit harus baik dan sehat, dan sesuaikan kebutuhan bibit (Cahyono, 2010). Bibit merupakan titik awal penentu keberhasilan budidaya tanaman, kesalahan pemilihan varietas diketahui sekitar 7-10 bulan setelah tanam yakni ketika buah muncul. Bibit yang biasanya digunakan berasal dari berbagai teknik perbanyakan vegetatif seperti cangkok, okulasi (tempel mata tunas), dan grafting (sambung pucuk). Terlepas dari jenis perbanyakannya, pemilihan bibit dilihat dari batang

yang tegak dan kokoh, daun-daun muda yang sehat, serta bebas dari gejala serangan hama maupun penyakit (Pujiastuti, 2015).

### **C. Penanaman**

Jarak tanam pada jambu madu deli hijau dengan sistem tabulampot adalah 2 x 3 m atau 3 x 3 m. jarak tanam tersebut sudah sesuai dengan morfologi tajuk jambu madu deli hijau. jarak tanam yang relatif rapat juga menjadi kelebihan tersendiri pada jambu madu deli hijau karena dalam satu satuan luas dapat ditanamai banyak tanaman jambu air madu hijau.

### **D. Penyiraman**

Penanaman bibit pada musim hujan dapat membantu mengurangi penyiraman, mengurangi kematian bibit yang tinggi, menjaga kelembapan tanah serta suhu disekitarnya. Dua cara yang biasa dilakukan untuk penyiraman yaitu sistem penyiraman tetes dan menyiram secara manual (tangan). Penggunaan sistem pengairan tetes memerlukan jumlah air yang mencukupi sekurang – kurangnya 3-4 liter sehari untuk masa pertumbuhan (vegetatif), dan ketika masa pembuahan penyiraman air memerlukan sekurang-kurangnya 6 liter/hari. Penyiram air secara manual dapat dipraktekkan dengan tong penyiram air. Sekiranya pohon jambu ditanam berdekatan dengan sumber air, penggunaan air pipa dapat membantu menyiram pohon dengan cepat dan sempurna. Pada kebiasaanya selang yang panjang dan fleksibel boleh digunakan untuk menyiram bibit. Penyiraman dilakukan pagi dan sore.

### **E. Perawatan**

Pemupukan dan pengendali hama menjadi hal utama yang harus diperhatikan dalam perawatan jambu air madu hijau. Pada umur 1 – 6 bulan pertama tanaman membutuhkan unsur N untuk membentuk cabang produktif dan cabang yang kokoh. Untuk itu perlu tambahan pupuk nitrogen yang lebih banyak pada umur 1 – 6 bulan tersebut. Pemupukan dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu pemupukan vegetatif (pertumbuhan) dan pemupukan menjelang pembuahan (generatif).

### **F Pemangkasan**

Pemangkasan perlu dilakukan pada pokok jambu pada peringkat awal pertumbuhan bertujuan untuk membentuk pembesaran pokok, memperbaiki sistem pengudaraan pokok, mengawal serangan hama serta memudahkan kerja. Dalam sistem pemangkasan ini, pokok dibentuk dari awal pertumbuhan sampai menjelang usia memasuki generatif, supaya pokok menjadi rindang dan mudah untuk dibentuk. Pemangkasan pembentukan pokok kecil dilakukan dengan membiarkan 2 – 3 dahan utama untuk mewujudkan ranting pembungaan dan pembuahan.

### **G. Pemanenan**

Pemanenan pertama jambu air dipengaruhi pula oleh varietas (jenis), kesuburan tanah, kondisi iklim dan teknik budidayanya. Tanaman jambu air berbuah sepanjang tahun dan panen dapat dilakukan 2-3 kali setahun. Pemetikan buah jambu air tidak dapat dilakukan sekaligus karena buah jambu air tidak masak secara bersamaan. Pemetikan dapat dilakukan dengan gunting pangkas yang tajam

atau dapat dipetik langsung oleh tangan (Cahyono, 2010). Tanaman jambu air bisa dipanen saat kondisi buah terlihat penuh, kepala putik menghitam, cuping di dasar buah sudah mekar sempurna. Umumnya diperlukan waktu 60 hari dari muncul bunga sampai panen. Panen terbaik saat kematangan buah 60-70%. Pemanenan jambu air perlu dilakukan dengan hati-hati (Pujiastuti, 2015).

## 2.2. Konsep Agribisnis

Pembangunan ekonomi yang semakin kompleks dan kompetitif dalam era globalisasi ini mendorong perubahan orientasi pembangunan sektor pertanian dari orientasi produksi ke arah pendapatan. Oleh karena itu, pendekatan pembangunan pertanian Indonesia telah berubah dari pendekatan usahatani ke agribisnis. Sistem agribisnis tidak sama dengan sektor pertanian, dimana sistem agribisnis jauh lebih luas daripada sektor pertanian yang dikenal selama ini (Saragih, 2000).

Istilah "agribisnis," dari asal katanya terdiri dari dua suku kata, yaitu "agri" (*agriculture* yang berarti pertanian) dan "bisnis" (*business* yang berarti usaha komersial atau usaha mencari keuntungan). Oleh karena itu, agribisnis adalah kegiatan bisnis atau komersil yang berbasis pertanian. Sebagai konsep, agribisnis dapat diartikan sebagai jumlah semua kegiatan-kegiatan yang berkecimpung dalam industri dan distribusi alat-alat maupun bahan-bahan untuk pertanian, kegiatan produksi komoditas pertanian, pengolahan, penyimpanan dan distribusi komoditas pertanian atau barang-barang yang dihasilkannya (Sumarno, 1996).

Agribisnis merupakan suatu kegiatan yang utuh dan tidak dapat terpisah antara satu kegiatan dan kegiatan lainnya, mulai dari proses produksi, pengolahan hasil, pemasaran dan aktifitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (Soekartawi, 2001). Agribisnis adalah suatu kesatuan sistem yang terdiri dari

beberapa subsistem yang saling terkait erat, yaitu subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi (subsistem agribisnis hulu), subsistem usahatani atau pertanian primer, subsistem pengolahan (agroindustri), subsistem pemasaran, serta subsistem jasa dan penunjang (Badan Agribisnis, 1995).

Di Indonesia, kegiatan agribisnis sudah dilakukan sejak zaman dahulu, namun demikian popularitas agribisnis baru muncul sejak tahun 1990-an. Hal ini tidak perlu diperdebatkan, yang terpenting bagaimana semua pihak mempersepsikan sama terhadap agribisnis, yaitu mulai dari kegiatan praproduksi, produksi, pengolahan/industri, pemasaran, hingga kegiatan konsumsi dan jasa pendukung semua rangkaian agribisnis. Menurut Snodgrass dan Wallace (1974) dalam Soemarno (1996), kegiatan agribisnis tersebut merupakan kegiatan pertanian yang kompleks sebagai akibat dari pertanian yang semakin modern. Pertanian meliputi perkebunan, pertanian tanaman pangan, peternakan, perikanan dan kehutanan. Agribisnis dapat memfokuskan kegiatannya pada satu segmen dari keseluruhan industri atau keseluruhan kegiatan secara terintegrasi.

Hafsah (1999) mengemukakan bahwa agribisnis adalah kegiatan usaha di bidang pertanian yang berwatak bisnis, pelakunya secara konsisten berupaya untuk meraih nilai tambah komersial dan finansial yang berkesinambungan untuk menghasilkan produk yang dibutuhkan pasar. Konsep agribisnis adalah suatu konsep yang utuh, mulai dari produksi, mengolah hasil, pemasaran dan aktivitas lain yang berkaitan dengan kegiatan pertanian (Soekartawi, 2010). Sedangkan menurut Arsyad, dkk dalam Soekartawi (2010), agribisnis adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai

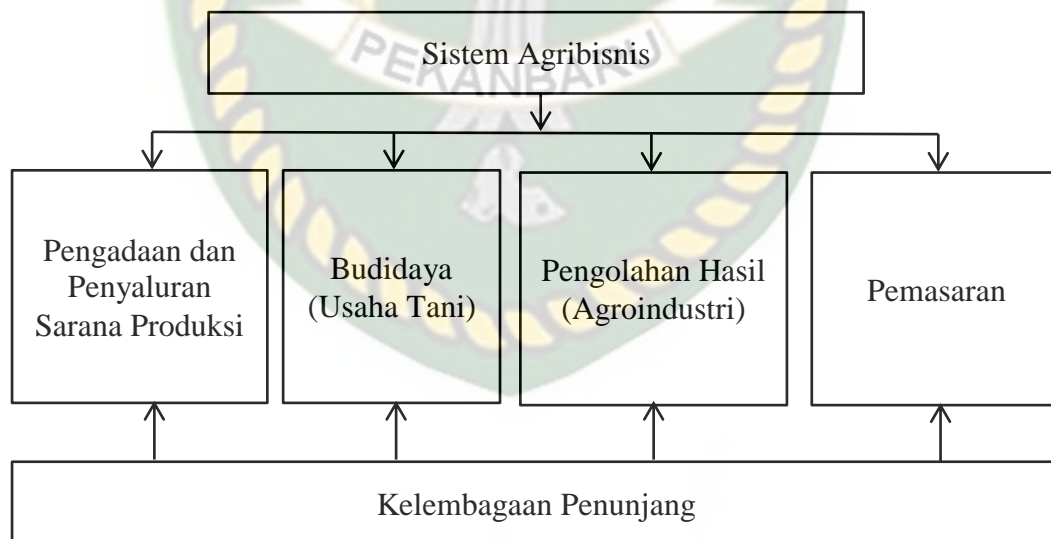
produksi, pengolahan hasil dan pemasaran yang ada hubungannya dengan pertanian dalam arti luas.

Agribisnis dapat dipandang dari sisi mikro maupun makro. Sisi mikro, agribisnis itu sebagai suatu unit bisnis di bidang pertanian yang senantiasa melakukan pertimbangan-pertimbangan secara rasional, mulai dari memperoleh bibit, pemeliharaan, penanganan pasca panen, hingga melakukan pemasaran (Suparta, 2005). Agribisnis secara makro adalah suatu sistem yang terdiri atas beberapa sub-sistem, dimana antara satu sub-sistem dengan sub-sistem lainnya saling terkait dan terpadu untuk memperoleh nilai tambah yang maksimal bagi para pelakunya. Hubungan antar sub-sistem agribisnis berlaku untuk agribisnis yang berbasis pertanian. Konsep agribisnis yang ditulis oleh Pasaribu (2012) adalah suatu kesatuan kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan dari mata rantai produksi, pengolahan hasil, dan pemasaran yang luas, yaitu kegiatan usaha yang menunjang kegiatan pertanian dan kegiatan usaha yang ditunjang oleh kegiatan-kegiatan pertanian. Sebuah sistem kegiatan yang meliputi tiga komponen *the farm input sector, the farming sector, dan the product marketing sector*. Keseluruhan dan kesatuan dari seluruh organisasi dan kegiatan mulai dari produksi dan distribusi sarana produksi, kegiatan produksi pertanian di lahan pertanian sampai dengan pengumpulan, penyimpanan, pengolahan dan turun sampai distribusi hasil akhir dari pengolahan tersebut ke konsumen.

Menurut Suryanto (2004), agribisnis adalah usaha pertanian dalam arti luas mencakup semua kegiatan mulai dari pengadaan dan penyaluran sarana produksi sampai pada kegiatan budidaya produksi usaha tani, kegiatan pengolahan hasil,



dan kegiatan pemasarannya. Kegiatan agribisnis secara utuh mencakup: (1) subsistem agribisnis hulu (*upstream agribusiness*) yaitu kegiatan ekonomi yang menghasilkan dan menyalurkan sarana produksi; (2) subsistem usaha budidaya usahatani (*on-farm agribusiness*) yaitu kegiatan ekonomi yang menggunakan saprodi untuk menghasilkan produksi primer; (3) subsistem agribisnis hilir (*down stream agribusiness*) yaitu kegiatan ekonomi yang mengolah hasil pertanian primer menjadi produk olahan yang siap dikonsumsi; (4) subsistem pemasaran (*marketing agribusiness*) kegiatan memasarkan hasil pertanian primer dan produk olahannya; (5) subsistem jasa penunjang (*supporting institution*) kegiatan yang menyediakan jasa dalam agribisnis ternak seperti perbankan, transportasi, penyuluhan, peskesnak, *holding ground*, kebijakan pemerintah (Saragih, 2001) (Suryanto, 2004). Adapun untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Sistem Agribisnis

Sumber: Soekartawi (2000)

### 2.3. Subsistem Penyediaan Sarana Produksi

Masing-masing komponen pelaku agribisnis membagi diri dalam fungsi dan tugasnya namun tetap bersinergi dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi berfungsi untuk menghasilkan dan menyediakan sarana produksi pertanian terbaik agar mampu menghasilkan produk usaha tani yang berkualitas, melakukan pelayanan yang bermutu kepada usahatani, memberikan bimbingan teknis produksi, memberikan bimbingan manajemen dan hubungan sistem agribisnis, memfasilitasi proses pembelajaran atau pelatihan bagi petani, menyaring dan mensistesis informasi agribisnis praktis untuk petani, mengembangkan kerjasama bisnis yang dapat memberikan keuntungan bagi para pihak yang terkait (Suparta, 2005).

Subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi juga sering disebut sebagai agribisnis hulu (*up-stream agribusiness*); diartikan sebagai kegiatan yang menginovasi, memproduksi dan mendistribusikan sarana produksi pertanian, baik industri alat mesin pertanian, pupuk, benih serta obat pengendalian hama dan penyakit (Saragih, 1999). Selanjutnya, menurut Distan Provinsi Bali (2010) bahwa agribisnis hulu mencakup industri yang memproduksi barang modal untuk sektor pertanian seperti; industri benih, sayuran ternak, ikan, industri *agrochemical* dan industri mesin pertanian.

### 2.4. Subsistem Usaha Tani

Ilmu usahatani merupakan cabang dari ilmu pertanian yang mempelajari perihal internal usahatani yang meliputi organisasi, operasi, pembiayaan serta penjualan; perihal usahatani itu sebagai unit atau satuan produksi dalam

keseluruhan organisasi (Hernanto,1994).Usahatani juga merupakan himpunan sumber-sumber alam yang terdapat pada sektor pertanian yang diperlukan untuk produksi pertanian, tanah, air, perbaikan-perbaikan yang telah dilakukan di atas tanah atau dapat dikatakan bahwa pemanfaatan tanah untuk kebutuhan hidup (Mubyarto, 1996).Hal ini didukung oleh pernyataan Mosher (1995) bahwa usahatani merupakan bagian permukaan bumi dimana seorang petani dan keluarganya atau badan hukum lainnya bercocok tanam atau memelihara ternak.

Menurut Soekartawi (2003) mendefinisikan usahatani sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang mengalokasikan sumberdaya yang ada secara afektif dan efisien untuk tujuan memperoleh keuntungan yang tinggi pada waktu tertentu.Bagi seorang petani, analisa pendapatan merupakan ukuran keberhasilan dari suatu usahatani yang dikelola dan pendapatan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan bahkan dapat dijadikan sebagai modal untuk memperluas usahatannya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Patong (1995) bahwa jumlah pendapatan mempunyai fungsi yang sama yaitu memenuhi kebutuhan sehari-hari dan memberikan kepuasan kepada petani agar dapat melanjutkan usahanya.

Usahatani adalah kegiatan mengorganisasikan atau mengelola aset dan cara dalam pertanian. Usahatani juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengorganisasi sarana produksi pertanian dan teknologi dalam suatu usaha yang menyangkut bidang pertanian (Moehar, 2001).Dari beberapa definisi dtersebut dapat disarikan bahwa yang dimaksud dengan usahatani adalah usaha yang dilakukan patani dalam memperoleh pendapatan dengan jalan memanfaatkan

sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang mana sebagian dari pendapatan yang diterima digunakan untuk membiayai pengeluaran yang berhubungan dengan usahatani.

Kegiatan usahatani biasanya berkaitan dengan pengambilan keputusan tentang apa, kapan, di mana, dan berapa besar usahatani itu di jalankan. Gambaran atau potret usahatani sebagai berikut (Soeharjo dan Patong, 1999): a.)Adanya lahan, tanah usahatani, yang di atasnya tumbuh tanaman, b.)Adanya bangunan yang berupa rumah petani, gedung, kandang, lantai jemur dan sebagainya, c.)Adanya alat – alat pertanian seperti cangkul, parang, garpu, linggis, spayer, traktor, pompa air dan sebagainya, d.)Adanya pencurahan kerja untuk mengelolah tanah, tanaman, memelihara dan sebagainya, e.)Adanya kegiatan petani yang menerapkan usahatani dan menikmati hasil usahatani.

#### **2.4.1. Biaya Usaha Tani**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu (Mulyadi 2005). Biaya dalam pengertian ekonomi adalah semua biaya yang timbul atas penggunaan sumberdaya ekonomi dalam proses produksi (Pindyck dan Rubinfeld 2012). Menurut Sari (2011), biaya produksi merupakan semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksinya.

Pengelompokan biaya berdasarkan perilakunya dibedakan menjadi dua yaitu: biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha sebagai akibat penggunaan faktor produksi variabel, sehingga biaya ini besarnya berubah-ubah dengan berubahnya jumlah barang yang dihasilkan. Dalam jangka pendek yang termasuk biaya variabel adalah biaya tenaga kerja langsung, biaya bahan baku dan lain-lain (Suparmoko, 2001).
2. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang secara tetap dibayar atau dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha dan besarnya tidak dipengaruhi oleh tingkat output, yang termasuk kategori biaya tetap adalah sewa gudang, sewa gedung, biaya penyusutan alat, sewa kantor, gaji pegawai (Supardi, 2000).

Berdasarkan wujudnya, biaya produksi dapat dibagi menjadi 2, yaitu biaya yang langsung dikeluarkan atau diperhitungkan (biaya tunai) dan biaya yang tidak dikeluarkan secara langsung (biaya tidak tunai/non tunai). Berbagai biaya tersebut adalah sebagai berikut (Hernanto, 1989):

1. Biaya tunai

Biaya tunai merupakan biaya tetap dan biaya variabel yang langsung dibayarkan secara tunai. Biaya tetap misalnya pajak tanah dan bunga pinjaman, sedangkan biaya variabel misalnya biaya untuk pengeluaran bibit, obat-obatan, pupuk, dan tenaga kerja yang dikeluarkan secara langsung. Biaya tunai ini

berguna untuk melihat pengalokasian modal yang dimiliki oleh petani guna pemenuhan kebutuhan dalam kegiatan usahatani.

## 2. Biaya tidak tunai (non tunai)

Biaya tidak tunai dapat dikatakan sebagai biaya yang diperhitungkan dan tidak dikeluarkan secara tunai. Biaya tidak tunai terdiri dari biaya penyusutan alat-alat pertanian, sewa lahan milik sendiri (biaya tetap) dan tenaga kerja dalam keluarga (biaya variabel). Biaya tidak tunai digunakan untuk melihat bagaimana manajemen suatu usahatani yang dikonversi kedalam nilai uang.

### 2.4.2. Produksi

Produksi adalah berkaitan dengan cara bagaimana sumber daya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk (keluaran). Menurut Joesron dan Fathorrozi (2003), produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Lebih lanjut Putong (2003) mengatakan produksi atau memproduksi menambahkan kegunaan (nilai guna) suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih baik dari semula.

Menurut Soekartawi (2003), produksi adalah hasil gabungan atau hasil akhir suatu proses produksi dari berbagai faktor – faktor produksi dalam suatu proses produksi. Kaitan antara faktor-faktor produksi dengan produksi diterangkan dengan hubungan yang saling berkaitan satu sama lainnya dengan melihat hubungan kausal. Sedangkan menurut Nicholson (2003), menyatakan produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat

dipahami bahwa kegiatan produksi mengandung hubungan antar tingkat penggunaan faktor-faktor produksi dengan produk atau hasil yang akan diperoleh. Sehingga produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas dengan memanfaatkan beberapa masukan alat input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi adalah mengkombinasikan berbagai input atau masukan untuk menghasilkan output.

### 2.4.3. Pendapatan

Menurut Soekartawi (1995), pendapatan usahatani terbagi atas dua, yaitu: pendapatan kotor usahatani (*gross farm income*) dan pendapatan bersih usahatani (*net farm income*). Adapun pembahasan lebih lanjut yaitu sebagai berikut:

#### 1. Pendapatan Kotor (*gross farm income*)

Pendapatan kotor usahatani atau penerimaan kotor (*gross return*) merupakan ukuran hasil perolehan total sumberdaya yang digunakan dalam usahatani. Pendapatan kotor usahatani juga merupakan nilai produksi (*value of production*) total usahatani dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun tidak dijual. Untuk menghitung nilai produk tersebut, harus dikalikan dengan harga yang berlaku, yaitu harga jual bersih ditingkat petani. Pendapatan kotor usahatani dibedakan menjadi dua yaitu pendapatan kotor tunai dan pendapatan kotor tidak tunai. Pendapatan kotor tunai didefinisikan sebagai nilai uang yang diterima dari penjualan produk usahatani yang tidak mencakup pinjaman uang untuk keperluan usahatani yang berbentuk benda dan yang dikonsumsi. Sedangkan pendapatan kotor tidak tunai merupakan pendapatan bukan dalam

bentuk uang, seperti hasil panen yang dikonsumsi atau pembayaran yang dilakukan dalam bentuk benda.

## 2. Pendapatan bersih (*net farm income*)

Pendapatan bersih merupakan selisih antara pendapatan kotor usahatani dengan pengeluaran total usahatani. Pendapatan bersih usahatani ini mengukur imbalan yang diperoleh keluarga petani akibat dari penggunaan faktor-faktor produksi atau pendapatan bersih usahatani ini merupakan ukuran keuntungan usahatani yang dapat digunakan untuk menilai dan membandingkan beberapa usahatani lainnya, maka ukuran yang digunakan untuk menilai usahatani ialah dengan penghasilan bersih usahatani yang merupakan pengurangan antara pendapatan bersih usahatani dengan bunga pinjaman, biaya yang diperhitungkan dan penyusutan. Pendapatan usahatani ditentukan oleh harga jual produk yang diterima ditingkat petani maupun harga-harga faktor produksi yang dikeluarkan petani sebagai biaya produksi. Jika harga produk atau harga faktor produksi berubah, maka pendapatan usahatani juga akan mengalami perubahan.

Soekartawi (1984) menyatakan bahwa analisis pendapatan usahatani memerlukan dua hitungan pokok, yaitu keadaan penerimaan dan keadaan pengeluaran selama jangka waktu yang ditetapkan. Penerimaan usahatani berwujud tiga hal, yaitu: (1) hasil penjualan tanaman, ternak, dan hasil ternak; (2) produksi yang dikonsumsi keluarga; (3) kenaikan nilai industri; sehingga pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa pada mulanya usahatani bertujuan untuk memenuhi kebutuhan keluarga petani, segala jenis tanaman dicoba, dibudidayakan. Segala jenis ternak dicoba, dipopulasikan, sehingga ditemukan



jenis yang cocok dengan kondisi alam setempat, kemudian disesuaikan dengan prasarana yang harus disiapkan guna menunjang keberhasilan produk usahatani.

#### **2.4.4. Efisiensi Usaha Tani**

Efisiensi diartikan sebagai upaya penggunaan input seoptimal mungkin untuk mendapatkan produksi yang maksimal. Menurut Maulidah (2012), efisiensi merupakan gambaran perbandingan terbaik antara suatu usaha dan hasil yang dicapai. Efisien tidaknya suatu usaha ditentukan oleh besar kecilnya hasil yang diperoleh dari usaha tersebut serta besar kecilnya biaya yang diperlukan untuk memperoleh hasil tersebut. Efisiensi ekonomis tertinggi terjadi pada saat keuntungan maksimal yaitu pada selisih antara penerimaan dengan biaya yang paling besar. Dalam keadaan ini banyaknya biaya yang digunakan untuk menambah penggunaan input sama dengan tambahan output yang dapat diterima. Keuntungan maksimal terjadi saat nilai produk marginal sama dengan harga dari masing-masing faktor produksi yang digunakan dalam usahatani (Soekartawi, 1995).

Efisiensi usaha dapat diketahui dengan menghitung perbandingan antara besarnya penerimaan dan biaya yang digunakan dalam proses produksi yaitu dengan menggunakan R/C Ratio (*Return Cost Ratio*). R/C Ratio adalah perbandingan antara total penerimaan dengan biaya total. R/C ratio menunjukkan pendapatan kotor (penerimaan) yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk produksi (Hernanto, 1996).

Efisiensi usaha dapat dihitung dari perbandingan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi, yaitu dengan

menggunakan *Return Cost Ratio* (RCR). Dalam perhitungan analisis sebaiknya R/C dibagi menjadi dua, yaitu R/C yang menggunakan biaya secara riil di keluarkan pengusaha dan R/C yang menghitung semua biaya, baik biaya riil yang dikeluarkan maupun biaya yang tidak riil dikeluarkan (Soekartawi, 2014).

## 2.5. Subsistem Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi bisnis manajemen perusahaan yang langsung menghasilkan penerimaan (*output*) bagi perusahaan. Pemasaran (*marketing*) merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan dalam mengalirkan produk mulai dari produsen sampai ke konsumen (Asmarantaka 2012). Menurut Kotler (2015), pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dalam menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Sehingga fungsi bisnis pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi, mengidentifikasi dan mengukur besarnya, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik yang dapat dilayani, menentukan berbagai produk dan jasa, serta program yang sesuai untuk melayani pasar-pasar dan meminta setia orang dalam organisasi untuk berpikir dan melayani pelanggan.

Pemasaran produk agribisnis merupakan analisis semua aktivitas bisnis yang terjadi dalam komoditas pertanian atau produk agribisnis setelah produk tersebut lepas dari petani produsen primer sampai ke tangan konsumen akhir (Purcell 1979 dalam Asmarantaka 2012). Kohls dan Uhl (2002) mendefinisikan pemasaran pertanian sebagai suatu keragaan dari semua aktivitas bisnis dalam

aliran barang dan jasa komoditas pertanian mulai dari tingkat produsen (petani) sampai konsumen akhir, yang mencakup aspek input dan output pertanian.

Menurut Arofah (2016), pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Dengan demikian pemasaran adalah salah satu fungsi manajemen perusahaan yang langsung menghasilkan penerimaan (*output*) bagi perusahaan melalui proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran penetapan harga, promosi, serta penyaluran barang atau jasa untuk menciptakan pertukaran yang dapat memenuhi keinginan konsumen.

Pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial. Aspek pemasaran hasil pertanian sangat penting keberadaannya; bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu, peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengepul, broker, eksportir, importir menjadi amat penting (Soekartawi, 2013). Menurut Khotler (1996) mengemukakan bahwa "*Marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating offering and exchanging products of value which other*". Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang

didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertahankan produk yang bernilai dengan produk yang lain. Definisi pemasaran ini berdasarkan pada konsep inti yaitu kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*), produk (barang, jasa dan gagasan) nilai biaya, kepuasan, petukaran dan transaksi, jaringan pasar, serta pemasaran dan prospek.

### **2.5.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran**

#### **2.5.1.1. Lembaga Pemasaran**

Lembagaan pemasaran merupakan organisasi bisnis, baik perorangan atau kelompok bisnis yang melaksanakan atau mengembangkan aktivitas bisnis berupa fungsi-fungsi pemasaran untuk meningkatkan nilai guna dari suatu barang baik nilai guna bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan. Kelembagaan pemasaran dalam Asmarantaka (2012) terdiri dari:

1. Pedagang perantara (*merchant middlemen*), merupakan pedagang yang melakukan berbagai fungsi pemasaran dalam pembelian dan penjualan produk dari produsen ke konsumen. Pedagang perantara terdiri dari pedagang pengumpul (*assembler*), pedagang eceran (*retailers*) dan pedagang grosir (*wholesalers*).
2. Agen perantara (*agent middlemen*), merupakan individu yang merupakan perwakilan dari suatu lembaga atau instansi dalam melakukan penanganan produk atau jasa.

3. Spekulator (*speculative middlemen*) merupakan pedagang perantara yang membeli dan menjual produk dengan memanfaatkan fluktuatif harga untuk mencari keuntungan.
4. Pengolah dan Pabrikan (*processor and manufacturers*) merupakan individu atau kelompok yang melakukan kegiatan perubahan bentuk dari produk primr menjadi produk setengah jadi atau produk akhir.
5. Organisasi (*facilitative organization*) yaitu kelompok yang dapat membantu kelancaran pelaksanaan pemasaran atau pelaksanaan dari fungsi-fungsi pemasaran.

#### **2.5.1.2. Saluran Pemasaran**

Pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan kegiatan pemasaran suatu produk, kita harus mempertimbangkan saluran pemasaran yang dapat dipakai untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen. Menurut Kotler(1992), untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu: (1) saluran komonikasi yaitu menyampaikan dan menerima pesan dari pemberi saran; saluran ini mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, surat, telepon, internet dan papan iklan; (2) saluran distribusi untuk menggelar, menjual atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna; dan (3) saluran layanan untuk meelakukan transaksi dengan calon pembeli; saluran ini mencakup gudang, perusahaan transportasi, bank dan perusahaan asuransi yang membantu transaksi.

Menurut Kotler (1996) ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada. Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- (1) Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*zero stage chanel*).
- (2) Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
- (3) Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
- (4) Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko

kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*).

Menurut Saefuddin dan Hanafiah (1983), panjang saluran pemasaran tergantung pada:

1. Jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen maka makin panjang pula saluran tataniaga yang terjadi.
2. Skalaproduksi. Semakin besar skala produksi, saluran yang terjadi cenderung panjang karena memerlukan pedagang perantara dalam penyalurannya.
3. Cepat tidaknya produksi rusak. Produk yang mudah rusak menghendaki saluran pemasaran yang pendek karena harus segera diterima konsumen.
4. Posisi keuangan pengusaha. Pedagang dengan posisi keuangan yang kuat cenderung dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dan memperpendek saluran pemasaran.

Dengan mengetahui saluran pemasaran suatu komoditas maka dapat diketahui jalur mana yang lebih efisien dari semua kemungkinan jalur-jalur dapat ditempuh, serta dapat mempermudah mencari besarnya margin yang diterima setiap lembaga yang terlibat.

### **2.5.2. Fungsi Pemasaran**

Proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir memerlukan berbagai kegiatan fungsional pemasaran yang ditujukan untuk memperlancar proses penyaluran barang dan atau jasa secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kegiatan fungsional

tersebut disebut sebagai fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran adalah serangkaian kegiatan fungsional yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terkait dalam suatu rantai pemasaran, yang ditujukan untuk memberikan kepuasan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan atau penambahan kegunaan (*utility*) (Gumbira-Sa'id & Intan, 2001).

Kohl dan Uhl (2002) mengklasifikasikan fungsi-fungsi pemasaran tersebut menjadi tiga fungsi yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Adapun penjelasan fungsi-fungsi pemasaran yaitu sebagai berikut:

1. Fungsi pertukaran terdiri atas pembelian (*buying*) dan penjualan (*selling*). Pembelian merupakan fungsi yang meliputi aktivitas-aktivitas mencari, mengumpulkan, dan melakukan kegiatan yang terkait dengan pembayaran. Sedangkan penjualan merupakan fungsi yang harus diinterpretasikan secara luas. Aktivitas-aktivitas dalam fungsi penjualan yaitu mencari calon pembeli produk yang ditawarkan, aktivitas iklan dan promosi, keputusan terkait jumlah penjualan, pengemasan yang tepat, penetapan saluran pemasaran, serta waktu dan tempat yang tepat untuk mendekati pembeli potensial.
2. Fungsi fisik terdiri dari aktivitas penyimpanan, pengangkutan, dan pengolahan. Fungsi penyimpanan terkait dengan membuat produk tersedia pada waktu yang diinginkan. Fungsi pengangkutan terkait dengan pendistribusian atau pemindahan produk ke tempat lain sehingga produk tersedia di tempat yang tepat. Fungsi pengolahan yaitu proses perubahan bentuk produk.



3. Fungsi fasilitas merupakan fungsi yang memungkinkan terjadinya kelancaran pada fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Adapun fungsi fasilitas terdiri dari standarisasi, penanggulangan risiko, informasi pasar (*market intelligence*), dan keuangan.

### **2.5.3. Biaya, Margin, dan Keuntungan Pemasaran**

Biaya pemasaran (*marketing cost*) adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen sampai ke konsumen.. Pengeluaran ini untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksinya dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran dan laba yang diterima oleh lembaga bersangkutan (Hanafiah dan Saefuddin 1983). Besarnya biaya pemasaran yang berbeda antara satu dengan yang lain dapat disebabkan karena: (1) jenis komoditas, (2) lokasi pemasaran, dan (3) macam lembaga pemasaran dan efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

Margin pemasaran (*marketing margin*) adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. makin panjang pemasaran (semakin banyak lembaga tata niaga yang terlibat) maka semakin besar margin pemasarannya (Daniel, 2002). Menurut Sudiyono (2004), margin pemasaran adalah perbedaaan antar harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya untuk melakukam fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga share margin yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat akan berbeda pula. Beberapa faktor yang mempengaruhi besarnya

margin pemasaran adalah: (1) biaya pemasaran, keuntungan dari perantara, harga eceran, dan harga produsen; (2) sifat barang yang diperdagangkan; (3) tingkat pengolahan barang.

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan kepada penjual pertama dan harga yang dibayarkan oleh pembeli terakhir (margin setelah dikurangi biaya pemasaran). Keuntungan pemasaran adalah selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam melaksanakan pemasaran dari proses pengalihan barang ke konsumen (Soekartawi 1993).

#### **2.5.4. Efisiensi Pemasaran**

Indikator efisiensi pemasaran produk agribisnis (pangan dan serat) dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis (Kohls dan Uhl, 2002) yaitu efisiensi operasional dan efisiensi harga. Efisiensi operasional atau teknis berhubungan dengan pelaksanaan aktivitas pemasaran yang dapat meningkatkan rasio output-input pemasaran, di mana indikator yang sering dilakukan dalam kajian efisiensi operasional adalah margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya. Efisiensi harga merupakan kemampuan sistem pemasaran dalam mengalokasikan sumber daya dan mengoordinasikan seluruh produksi pertanian dan proses pemasaran sehingga efisien sesuai dengan keinginan konsumen. Efisiensi harga dapat tercapai apabila masing-masing pihak yang terlibat puas atau responsif terhadap harga yang berlaku dan terjadi koordinasi yang tinggi antar tingkat lembaga pemasaran dalam sistem tersebut.

Menurut Shepherd (1962) dalam Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, atau dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EP_s = (TB/TNP) \times 100\%$$

Keterangan:

$EP_s$  = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya

TNP = Total Nilai Produk

## 2.6. Subsistem Kelembagaan Penunjang

Menurut Arifin (2005), kelembagaan adalah kegiatan kolektif dalam suatu kontrol atau yurisdiksi, pembebasan atau liberalisasi, dan perluasan atau ekspansi kegiatan individu. Menurut Uphoff (1992) dan Fowler (1992), kelembagaan adalah “*a complex of norm and behavior that persist overtime by serving some socially valued purpose*”. Menurut Bromley (1989) dalam Arifin (2005), kelembagaan dapat digambarkan sebagai serangkaian hubungan keteraturan (*ordered relationships*) antara beberapa orang yang menentukan hak, kewajiban, kewajiban menghargai hak orang lain (*privilege*), dan tanggung jawab mereka dalam masyarakat atau kelembagaan. Dengan kata lain kelembagaan menentukan bagaimana seseorang bersikap dan bertindak. Kelembagaan mengatur bagaimana seseorang atau sekelompok orang harus dan tidak harus serta dapat dan tidak dapat mengerjakan sesuatu. Ada dua jenis pengertian kelembagaan, yaitu kelembagaan sebagai aturan main dan kelembagaan sebagai organisasi.

Subsistem jasa layanan pendukung agribisnis adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi dalam mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan sub-sistem hulu, sub sistem usaha tani, dan sub-sistem hilir. Subsistem ini dapat dinyatakan secara singkat yaitu sistem agribisnis menekankan kepada keterkaitan dan integrasi vertikal antara beberapa subsistem bisnis dalam satu komoditas. Keempat subsistem yang telah dijelaskan tersebut saling terkait dan tergantung satu sama lain. Adanya masalah dalam satu subsistem akan mengakibatkan masalah pada subsistem lainnya (Saragih, 2010).

Kelembagaan petani memiliki peran dalam menggerakkan tindak komunal. Suatu lembaga struktur umumnya memiliki potensi kolektif yang berasal dari para anggotanya. Memahami dan memanfaatkan secara tepat sifat-sifat komunal dan social capital lain akan memberikan dampak yang diharapkan (Syahyuti 2007). Selain itu, kelembagaan diperlukan untuk mengkoordinasikan semua potensi sumberdaya yang tersedia menjadi suatu kesatuan dan dapat menciptakan posisi tawar untuk menghadapi sistem perekonomian yang tidak mendukung sebagian besar anggota masyarakat, termasuk petani. Kelembagaan petani menjadi semakin penting dengan fungsinya untuk meningkatkan posisi tawar para petani sehingga memiliki daya saing yang tinggi.

Aktif maupun pasif nya subsistem jasa layanan pendukung memiliki fungsi menyediakan layanan bagi kebutuhan pelaku sistem agribisnis untuk memperlancar aktivitas perusahaan dan sistem agribisnis. Setiap komponen jasa penunjang itu mempunyai karakteristik fungsi yang berbeda namun intinya adalah

agar dapat berbuat sesuatu untuk mengurangi beban dan meningkatkan kelancaran penyelenggaraan sistem agribisnis (Susanti, Lestari, & Kasymir, 2017).

Subsistem saluran penunjang yang meliputi: (1) penyuluhan; (2) penelitian; (3) informasi agribisnis; (4) pengaturan; (5) kredit modal dan (6) transportasi secara aktif maupun pasif berfungsi untuk menyediakan layanan bagi kebutuhan pelaku sistem agribisnis untuk melancarkan aktifitas perusahaan dan sistem agribisnis (Suparta, 2005). Subsistem jasa penunjang juga merupakan penunjang kegiatan pra panen dan pasca panen yang meliputi: (1) sarana tata niaga; (2) perbankan/perkreditan; (3) penyuluhan agribisnis; (4) kelompok tani; (5) infrastruktur agribisnis; (6) koperasi agribisnis; (7) BUMN; (8) swasta; (9) penelitian dan pengembangan; (10) pendidikan dan pelatihan; (11) transportasi dan kebijakan pemerintah (Hermawan, 2008).

Menurut (Sesbany, 2010) kelembagaan petani memiliki titik strategis (entry point) dalam menggerakkan sistem agribisnis di pedesaan. Untuk itu segala sumber daya yang ada di pedesaan perlu diarahkan/diprioritaskan dalam rangka peningkatan profesionalisme petani (kelompok tani). Saat ini potret petani dan kelembagaan petani di Indonesia diakui masih belum sebagaimana yang diharapkan. Menurutnya kelembagaan di Indonesia perlu melakukan upaya pengembangan, pemberdayaan dan penguatan kelembagaan petani (seperti: kelompok tani, lembaga tenaga kerja, kelembagaan penyedia input, kelembagaan output, kelembagaan penyuluh dan kelembagaan permodalan).

## 2.7. Penelitian Terdahulu

Wahyuni (2015) melakukan penelitian dengan judul “Sistem Agribisnis Tanaman Hias di Kota Pekanbaru”. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis sistem agribisnis tanaman hias di Kota Pekanbaru, diantaranya: (1) Karakteristik pengusaha dan profil usaha tanaman hias di Kota Pekanbaru. (2) Subsistem usahatani usaha tanaman hias di Kota Pekanbaru (3) Subsistem pemasaran usaha tanaman hias di Kota Pekanbaru (4) Subsistem penunjang usaha tanaman hias di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Subsistem penyediaan sarana produksi di Kota Pekanbaru pada ketepatan penyediaan bibit dari segi jumlah dan harga sudah 100% pengusaha yang mengatakan tepat, ketepatan penyediaan pupuk masih rendah yaitu 52% pengusaha mengatakan tepat, dikarenakan harga pupuk yang semakin mahal, pada ketepatan penyediaan pestisida dari segi harga adalah 56% pengusaha yang mengatakan tepat, dikarenakan harga pestisida yang mahal, penggunaan pestisida hanya disaat tanaman hias terserang oleh hama dan penyakit, pada ketepatan penyediaan media tanam dari segi jenis adalah 76% pengusaha mengatakan tepat, dikarenakan media tanam (polybag, tanah hitam, serbuk gergaji atau sekam padi), penggunaan polybag yang memiliki beberapa jenis dalam bentuk ukuran polybag sehingga pengusaha mengalami kesulitan dalam membeli media tanam khususnya polybag, sedangkan ketepatan zat pengatur tumbuh (ZPT) dari segi waktu adalah 60% pengusaha mengatakan tepat, dikarenakan waktu ketersediaan yang tidak sesuai pada saat diperlukan. Teknik budidaya tanaman hias di Kota Pekanbaru dimulai dari persiapan, pemeliharaan,

pemupukan, pemberian zat pengatur tumbuh (ZPT) dan pengendalian hama penyakit. Rata-rata luas lahan berkisar antara 0,02 – 0,08 Ha, alokasi penggunaan sarana produksi bibit bunga mawar sebanyak 820 batang/bulan, bibit bunga melati sebanyak 1.478 batang/bulan sedangkan bibit bunga akalipa sebanyak 1.382 batang/bulan, pupuk kandang 36,20 kg/bulan, NPK 10,76 kg/bulan, TSP 2,80 kg/bulan, KCL 3,60 kg/bulan, Taspu 0,70 kg/bulan, pestisida antracol 0,82 liter/bulan, dupon 0,36 liter/bulan, decis 0,83 liter/bulan, dursban 0,36 liter/bulan, matador 0,02 liter/bulan, polybag 22,60 kg/bulan, tanah hitam 4,96 kubik/bulan, serbuk gergaji 9,08 kg/bulan, sekam padi 12,20 kg/bulan, zat pengatur tumbuh (ZPT) antonik 0,034 liter/bulan, rootone-f 0,084 liter/bulan, growtone 0,018 liter/bulan dan vitamin b-1 0,012 liter/bulan. Rata-rata produksi tanaman hias 3.428 batang/bulan. Rata-rata biaya produksi Rp. 19.916.320 batang/bulan. Rata-rata pendapatan bersih Rp. 4.105.769 batang/bulan. Efisiensi usahatani (RCR) adalah 1,36.

Sihombing (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Sistem Agribisnis Kopi Arabika (*Coffea Arabica*) Di Desa Paraduan, Kecamatan Ronggur Nihuta, Kabupaten Samosir. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana sistem agribisnis Kopi Arabika yang meliputi subsistem pra-produksi, subsistem produksi, dan subsistem post-produksi; untuk menganalisis keterkaitan antar subsistem agribisnis Kopi Arabika; dan untuk menganalisis faktor-faktor dominan yang mempengaruhi pendapatan usahatani Kopi Arabika di daerah penelitian.

Pemilihan daerah penelitian dilakukan secara metode purposive yakni dengan pertimbangan tertentu (sengaja). Kabupaten Samosir dipilih dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Samosir merupakan salah satu sentra produksi Kopi Arabika tertinggi di Sumatera Utara khususnya di Kecamatan Ronggur Nihuta, dan Desa Paraduan merupakan salah satu desa yang sebagian besar penduduknya melakukan usahatani Kopi Arabika.

Hasil Penelitian ini adalah Sistem agribisnis Kopi Arabika meliputi subsistem pra produksi, subsistem produksi, dan subsistem post produksi tidak berjalan dengan baik. Subsistem produksi berjalan kurang baik karena keterbatasan modal petani untuk membeli sarana produksi dengan tujuan untuk meningkatkan hasil produksi dan subsistem post produksi tidak berjalan dengan baik karena petani hanya melakukan pemasaran dalam bentuk biji putih, di daerah penelitian tidak dilakukan pengolahan lanjutan untuk meningkatkan pendapatan petani. Keterkaitan sistem agribisnis di daerah penelitian terdapat atas dua yaitu keterkaitan ke belakang, dimana cukup tersedianya input produksi yang dibutuhkan petani dan keterkaitan ke depan yaitu pengolahan hasil usahatani Kopi Arabika menjadi bahan baku dalam industri kopi untuk menambah pendapatan petani Kopi Arabika belum ada di daerah penelitian.

Aldillah (2017) melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung Di Indonesia National Maize Agribusiness *Development Strategy*”. Tujuan penelitian adalah: (1) Menganalisis faktor internal dan eksternal agribisnis jagung; dan (2) Menentukan strategis prioritas dalam agribisnis jagung. Ruang lingkup penelitian yaitu menentukan faktor peluang,



ancaman, kekuatan dan kelemahan agribisnis jagung dari setiap responden, memberi pembobotan terhadap setiap faktor oleh responden, menentukan strategi alternatif, dan menganalisis tingkat kepentingan dari pembobotan yang diberikan oleh responden terhadap setiap faktor di semua strategi alternatif yang terbentuk.

Hasil Penelitian ini adalah strategi pengembangan agribisnis jagung, dapat disimpulkan bahwa agribisnis jagung memiliki faktor internal baik kekuatan maupun kelemahan, serta faktor eksternal baik peluang maupun ancaman. Beberapa faktor kekuatan yang dimiliki di antaranya adalah bahwa sentra produksi jagung yang terpusat di Jawa, potensi SDA dan kondisi iklim yang beragam dan memiliki keunggulan komparatif, jagung memiliki banyak manfaat, keunggulan pakan jagung untuk unggas, serta usaha tani jagung yang relatif mudah. Sementara, peluang pengembangan yang dimiliki berupa dukungan sistem distribusi dan pemasaran hingga ke konsumen akhir, perdagangan jagung antar daerah dan antar negara berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi sosial, kebutuhan pasokan jagung untuk pangan dan pakan cukup tinggi, memiliki peluang nilai tambah agribisnis jagung di dalam negeri maupun di luar negeri, persaingan pemanfaatan sumberdaya air dan ketidakpastian iklim, penyediaan pangan hanya terfokus pada beras, sehingga pengetahuan masyarakat akan konsumsi pangan dan gizi masih terbatas, pasar cenderung monopsoni/ oligoponi.

Untuk mengatasi ancaman dan kelemahan yang ada dalam agribisnis jagung, dapat memanfaatkan kekuatan serta peluang yang tersedia, di antaranya dengan pengembangan konsumsi pangan beragam, bergizi dan berimbang; pengembangan agribisnis jagung yang berdaya saing, berkerakyatan,

berkelanjutan, dan terdesentralisasi; pemeliharaan dan peningkatan kapasitas produksi jagung nasional; pengembangan kapasitas produksi jagung nasional; meningkatkan efektivitas dan kualitas kinerja pemerintah dalam memfasilitasi masyarakat; peningkatan penghasilan dan daya beli masyarakat terhadap pangan; pengembangan dan peningkatan intensitas jaringan kerja sama lintas pelaku, lintas wilayah, dan lintas waktu; peningkatan efisiensi sistem distribusi pangan, peningkatan efisiensi kelancaran distribusi pangan; pengembangan konsumsi pangan beragam, bergizi dan berimbang; peningkatan keberdayaan dan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan dan mengatasi permasalahan ketahanan pangan; peningkatan produksi jagung domestik melalui volume, kualitas dan keragamannya; pengembangan teknologi untuk meningkatkan produktivitas usaha masyarakat yang spesifik lokasi dan ramah lingkungan; serta peningkatan kemampuan pemerintah dan masyarakat dalam pengadaan dan pengelolaan cadangan pangan.

Anggita (2014) melakukan penelitian dengan judul “Sistem Agribisnis Jamur Tiram di Kota Pekanbaru”. Tujuan penelitian ini adalah sistem agribisnis jamur tiram ini adalah menganalisis: (1) Karakteristik pengusaha jamur tiram dan profil usaha jamur tiram. (2) Subsistem penyediaan sarana produksi jamur tiram meliputi: pengadaan dan penyediaan sarana dan prasarana produksi. (3) Subsistem usahatani jamur tiram meliputi: aspek teknis budidaya, penggunaan faktor produksi, analisis biaya, keuntungan dan efisiensi usahatani. (4) Subsistem agroindustri jamur tiram meliputi: teknologi produksi dan nilai tambah pada jamur. (5) Subsistem pemasaran usaha jamur tiram meliputi: lembaga dan saluran

pemasaran, fungsi pemasaran, biaya dan efisiensi. (6) Subsistem penunjang pada usaha jamur tiram meliputi: aspek permodalan, transportasi dan penyuluhan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian ini adalah subsistem sarana produksi dapat diukur dengan indikator keberhasilan dalam pelaksanaan subsistem tersebut. Dengan ketetapan 6T: tepat jenis, tepat mutu, tepat jumlah, tepat tempat, tepat waktu dan tepat harga. Tandan kosong merupakan pengadaan sarana produksi hanya satu yang belum memenuhi standar tepat mutu. Subsistem usahatani jamur tiram terbagi atas dua: teknik budidaya dan analisis usahatani. Teknik budidaya mencakup pengomposan, pengisian media tanam dalam kumbung, pasteurisasi, penebaran bibit, inkubasi, pembentukan badan buah, panen dan pembongkaran. Analisis usahatani terdiri dari biaya produksi sebesar Rp 3.380.132,95/produksi dan Rp 27.561.063,59/tahun. Produksi sebesar 190 Kg/produksi dan 1.520 Kg/tahun. Pendapatan bersih Rp 1.749.867,05/proses produksi dan Rp 14.588.936,41/tahun. Efisiensi sebesar 1,93. Subsistem agroindustri jamur tiram tidak selalu diproduksi, jamur tiram diolah apabila ada pesanan dari konsumen. Agroindustri jamur tiram dapat dibuat bermacam-macam makanan seperti keripik jamur, nagget sosis, jamur asap, bakso, abon dan sate jamur. Hasil analisis bakso jamur tiram dengan nilai tambah sebesar Rp 8.666,66/Kg jamur tiram. Subsistem pemasaran terdiri atas dua saluran pemasaran. Saluran I dari produsen ke konsumen dan saluran II dari produsen ke pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen.

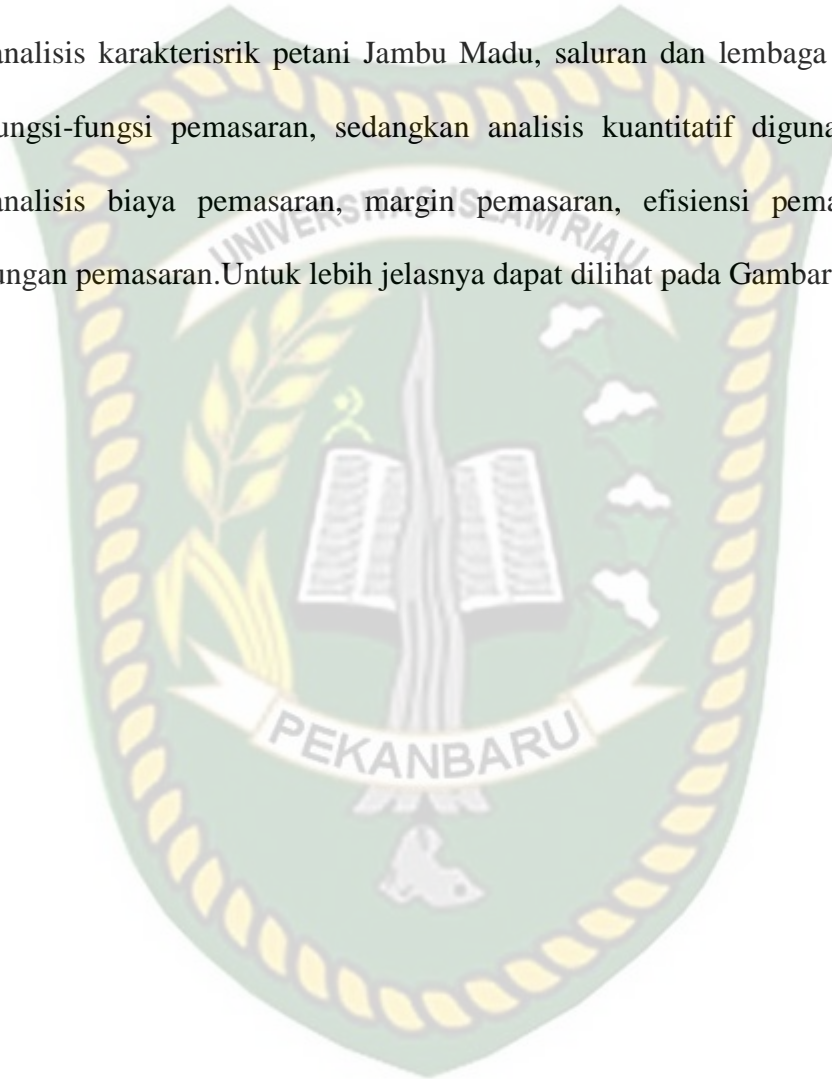
## 2.8. Kerangka Pemikiran

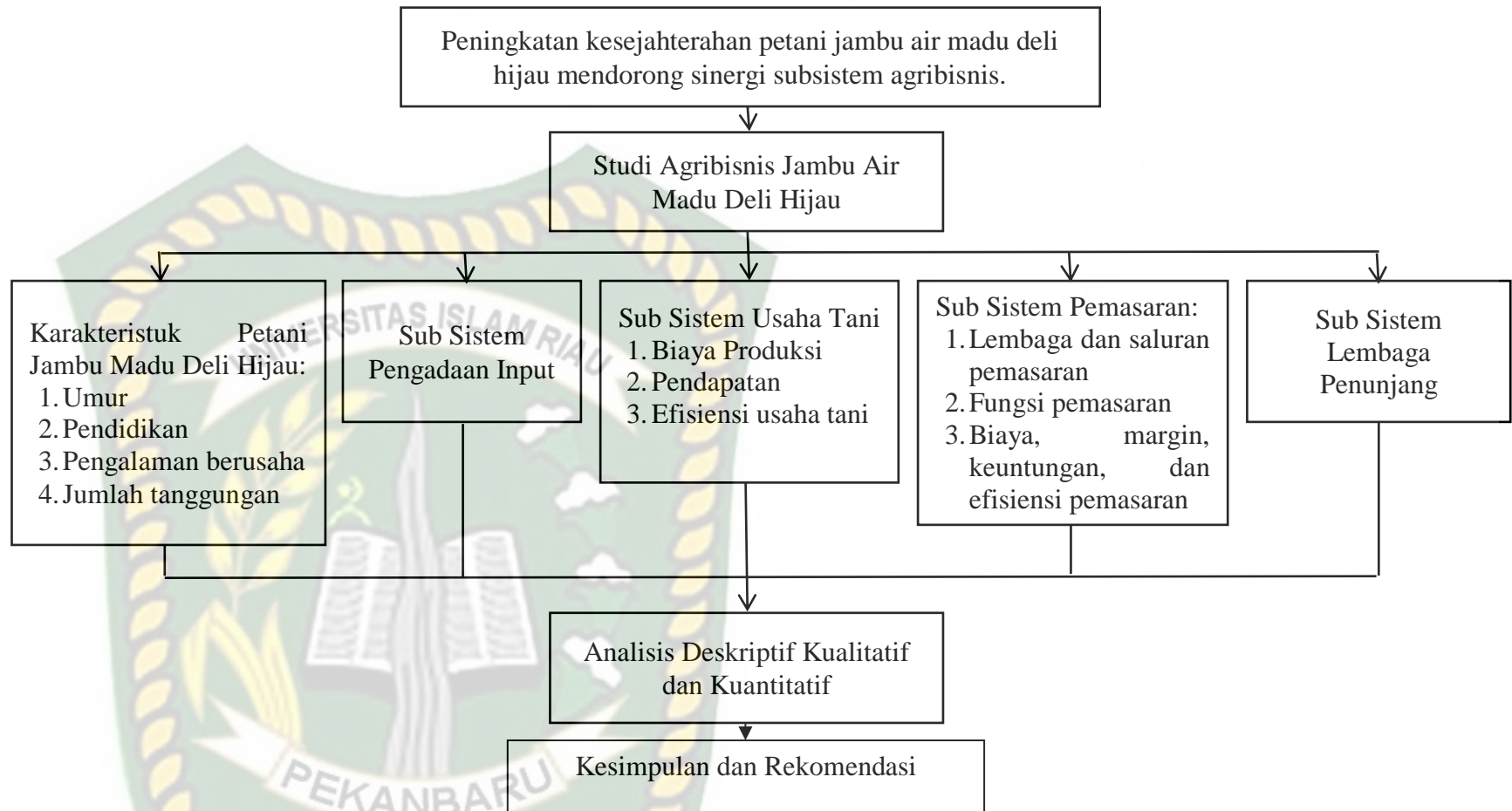
Kegiatan budidaya tanaman jambu madu deli hijau kecamatan Tenayan Raya merupakan kegiatan yang sudah ditekuni masyarakat setempat dan merupakan sesuatu yang baru bagi masyarakat tersebut. Adanya permintaan yang tinggi terhadap Jambu madu deli hijau tentunya harus didukung dengan peningkatan produksi Jambu madu deli hijau tersebut.

Kepuasan konsumen terhadap barang yang diterimanya merupakan keluaran (*output*) pemasaran, sedangkan masuk (*Input*) pemasaran merupakan semua pengorbanan baik berupa tenaga kerja, modal, dan pengelolaan yang dipergunakan oleh lembaga pemasaran dalam proses pemasaran. Selain ditentukan oleh efisiensi, pemasaran hasil-hasil pertanian yang efisien yang ditandai dengan besarnya bagian harga (*Farmer's Share*) yang diterima petani sebagai imbalan dari pengorbanan yang dikeluarkannya dalam menghasilkan produk (Nurmanaf, 1987). Semakin besar bagian yang diterima petani maka pemasaran tersebut semakin efisien. Bila bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien, namun bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% berarti pemasaran dapat dikatakan efisien. Istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja proses pemasaran. Hal itu mencerminkan bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dapat dilihat dari beberapa faktor antara lain : 1. Besarnya biaya pemasaran. 2. Perbedaan harga antara kota yang satu dengan kota yang lain. 3. Besarnya perbedaan harga antar musim dan antara musim dan non

musim. 4. Adanya daerah tertentu atau masyarakat tertentu yang mengalami kelangkaan suatu komoditi (Anonim,2016).

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menganalisis karakteristik petani Jambu Madu, saluran dan lembaga pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan keuntungan pemasaran. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.





Gambar 2. Skema Kerangka Penelitian

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Penentuan lokasi penelitian dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa pada daerah ini merupakan salah satu sentra produksi tanaman jambu madu deli hijau di Kota Pekanbaru, dan usaha jambu madu deli hijau ini memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai dari bulan september 2018 sampai Maret 2019 dengan rangkaian kegiatan penelitian meliputi penyusunan proposal, persiapan dan pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, penyusunan, perbanyakan laporan dan seminar hasil penelitian.

#### 3.2. Teknik Pengambilan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani dan pedagang jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Responden petani diambil secara sensus, atau diambil seluruh anggota populasi yaitu sebanyak 6 orang petani. Sedangkan sampel pedagang diambil secara sengaja (*purposive sampling*) sebanyak 3 orang (1 orang pedagang pengumpul dan 2 orang pedagang pengecer), yang dipilih dengan pertimbangan bahwa petani jambu madu deli hijau secara kontinyu menjual kepada pedagang tersebut.

#### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari petani yang diwawancarai langsung

dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya dan melakukan pengamatan langsung dilapangan. Data primer yang diambil meliputi: karakteristik petani (umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah tanggungan keluarga), penggunaan peralatan dan sarana produksi (jenis bibit, pupuk, pestisida), jumlah produksi dan harga jual, usahatani Jambu madu deli hijau. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait, yang dianggap perlu untuk menunjang penelitian ini meliputi: Keadaan geografis daerah penelitian, Jumlah penduduk, Tingkat pendidikan penduduk, dan Keadaan sosial ekonomi penduduk setempat dan data lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

#### **3.4. Konsep Operasional**

Untuk mempermudah pengertian dan keseragaman pendapat terhadap istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka diberikan batasan-batasan atau konsep operasional sebagai berikut:

1. Jambu madu deli hijau adalah salah satu komoditas hortukultura yang berasal dari kelompok jambu-jamuan, bercirikan bentuk yang menyerupai lonceng bewarna hijau dengan daging buah renyah dan bercita rasa manis.
2. Agribisnis jambu madu deli hijau adalah sistem rantai nilai (*value chain*) pada usaha jambu madu deli hijau dari hulu (penyediaan input) hingga hilir (konsumen).
3. Subsistem penyediaan input adalah sub sistem yang bergerak dalam penyediaan input produksi pada usaha tani jambu madu deli hijau.
4. Subsistem usaha tani adalah sub sistem yang bergerak pada budidaya jambu madu deli hijau



5. Subsistem pemasaran adalah sub sistem yang bergerak pada bidang pemasaran komoditas jambu madu deli hijau hingga sampai kepada konsumen akhir
6. Subsistem lembaga penunjang adalah sub sistem agribisnis yang bergerak dalam mendukung dan melayani serta mengembangkan sub sistem agribisnis jambu madu deli hijau yang lain.
7. Usaha tani adalah himpunan dari sumber-sumber alam yang terdapat di tempat itu yang diperlukan untuk produksi pertanian seperti tubuh tanah dan air, perbaikan-perbaikan yang dilakukan di atas tanah itu, sinar matahari, bangunanbangunan yang didirikan di atas tanah tersebut dan sebagainya
8. Pendidikan adalah lama pendidikan formal petani Jambu Air (Tahun).
9. Pengalaman berusahatani adalah lamanya petani jambu madu deli hijau dalam berusahatani (Tahun).
10. Sarana produksi adalah seluruh input yang meliputi: benih, pupuk, pestisida, dan peralatan yang digunakan dalam usahatani Jambu Air Madu dalam satu tahun.
11. Biaya benih adalah seluruh biaya yang dialokasikan untuk membeli bibit dalam satu tahun dengan satuan Rp/Tahun.
12. Biaya pupuk adalah seluruh biaya yang dialokasikan untuk membeli pupuk dalam satu tahun dengan satuan RpTahun.
13. Biaya pestisida adalah seluruh biaya yang dialokasikan untuk membeli pestisida dalam satu tahun dengan satuan Rp/Tahun.

14. Biaya herbisida adalah seluruh biaya yang dialokasikan untuk membeli herbisida dalam satu tahun dengan satuan Rp/Tahun.
15. Biaya tenaga kerja adalah seluruh biaya yang dialokasikan untuk membayar tenaga kerja baik dalam keluarga, maupun luar keluarga dalam satu tahun dengan satuan Rp/Tahun.
16. Biaya penyusutan adalah nilai susut alat-alat dan mesin yang digunakan dalam usahatani jambu madu deli hijau dengan satuan Rp/Tahun.
17. Biaya produksi adalah keseluruhan biaya yang diperlukan dalam bentuk tunai maupun tidak tunai yang digunakan dalam satu tahun produksi usahatani jambu madu deli hijau dengan satuan Rp/Tahun.
18. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam berusaha yang tidak tergantung pada jumlah produksi yang akan dihasilkan, seperti penyusutan bibit dan penyusutan alat dengan satuan Rp/Tahun.
19. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam jumlah yang berubah-ubah sejalan dengan perubahannya jumlah produksi yang akan dihasilkan terdiri dari biaya benih, pupuk, tenaga kerja dengan satuan Rp/Tahun.
20. Tenaga kerja adalah setiap pengorbanan fikiran dan fisik yang sebagian atau seluruhnya ditujukan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan satuan HOK/Tahun
21. Nilai sisa adalah nilai akhir alat yang digunakan, besarnya diasumsikan dari nilai beli alat dengan satuan Rp/Tahun.

22. Harga jual Jambu Madu deli hijau adalah nilai jual jambu madu deli hijau pada waktu petani menjual hasil produksi kepada pedagang pengumpul atau penampung jambu madu deli hijau dengan satuan Rp/Kg.
23. Produksi jambu madu deli hijau adalah hasil yang diperoleh dari kegiatan budidaya Pohon.
24. Efisiensi adalah nilai perbandingan antara jumlah penerimaan dengan total biaya yang dikeluarkan dalam usahatani jambu madu deli hijau.
25. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.
26. Saluran pemasaran adalah aliran yang dilalui lembaga pemasaran dalam kegiatan menyempikan hasil produksi dari produsen ke konsumen.
27. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk pelaksanaan penjualan hasil produksi dengan satuan Rp/Tahun.
28. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (produsen) Rp/Tahun.

### **3.5. Analisis Data**

#### **3.5.1. Analisis Karakteristik Petani dan Profil Usaha**

Untuk menganalisis karakteristik petani jambu madu deli hijau dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang meliputi: Umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusahatani.

### 3.5.2. Sub Sistem Penyediaan Input

Sub sistem penyediaan input dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menjelaskan atau mendeskripsikan input apa saja yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau beserta dengan bagaimana dan dimana memperoleh input tersebut, yang meliputi: lahan, bibit, pupuk, pestisida, tenaga kerja, alat dan mesin.

#### 3.5.2.1. Biaya Produksi

Total biaya produksi/musim tanam dapat dihitung dengan rumus umum menurut rumus Soekartawi (1987) sebagai berikut:

$$TC = TVC + TFC \dots\dots\dots (1)$$

$$TC = (X_1.P_{X1} + X_2.P_{X2} + X_3.P_{X3} + X_4.P_{X4} ) + D \dots\dots\dots (2)$$

Dimana:

- TC : Total Biaya (Rp/Luas Lahan/Tahun)
- TVC : Total Biaya Variabel (Rp/Luas Lahan/Tahun)
- TFC : Total Biaya Tetap (Rp/Luas Lahan/Tahun)
- X<sub>1</sub> : Jumlah Pupuk (Kg/ Luas Lahan/Tahun)
- X<sub>2</sub> : Jumlah Pestisida (Kg/ Luas Lahan/Tahun)
- X<sub>3</sub> : Jumlah Tenaga Kerja (HOK/Luas Lahan/Tahun)
- X<sub>4</sub> : Jumlah Input lain-lain (Unit/Luas Lahan/Tahun)
- P<sub>X1</sub>...P<sub>X4</sub>: Harga (pupuk, pestisida, upah TK, dan lain-lain)
- D : Penyusutan (Rp/Tahun)

Untuk menghitung penyusutan alat-alat pertanian digunakan rumus yang dikemukakan oleh Hernanto (2002), dengan rumus:

$$D = \frac{NB - NS}{UE} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

- D : Depresiasi atau penyusutan alat dan mesin (Rp/Unit/Tahun)
- NB : Harga Beli (Rp/Unit)
- NS : Nilai Sisa (20% dari Harga Beli) (Rp/Unit/Tahun)
- UE : Usia Ekonomis (Tahun)

### 3.5.2.2. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor dapat diperoleh dengan cara mengendalikan antara produksi dengan harga produksi yang berlaku, yang dapat ditulis dengan cara menurut rumus Soekartawi (1987):

$$TR = Y \cdot P_y \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan

- TR : Pendapatan Kotor (Rp/Luas Lahan/Tahun)
- Y : Volume Produksi Jambu (Kg/Luas Lahan/Tahun)
- P<sub>y</sub> : Harga Jual Jambu Madu Deli Hijau (Rp/Kg)

### 3.5.2.3. Pendapatan Bersih

Untuk menghitung pendapatan bersih usahatani digunakan rumus Soekartawi (1987), yaitu:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

- $\pi$  : Keuntungan/Pendapatan Bersih (Rp/Luas Lahan/Tahun)
- TR : Total Penerimaan (Rp/Luas Lahan/Tahun)
- TC : Total Biaya (Rp/Luas Lahan/Tahun)

#### 3.5.2.4. Efisiensi Usahatani

Efisiensi usahatani jambu madu deli hijau dalam penelitian ini dapat dilihat dari rasio total penerimaan dengan total biaya, dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) sebagai berikut :

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

RCR : Efisiensi Usahatani Jambu madu deli hijau

TR : Pendapatan Kotor (Rp/Luas Lahan/Tahun)

TC : Total Biaya (Rp/Luas Lahan/Tahun)

Dengan kriteria :

$RCR > 1$  = Berarti usahatani jambu madu deli hijau menguntungkan

$RCR < 1$  = Berarti usahatani jambu madu deli hijau tidak menguntungkan

$RCR = 1$  = Berarti usahatani padi sawah berada pada titik impas (*Break Even Point*)

#### 3.5.3. Subsistem Usahatani

Subsistem usahatani dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang meliputi: biaya produksi, pendapatan, dan efisiensi (RCR).

#### 3.5.4. Subsistem Pemasaran

##### 3.5.4.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lemabaga dan salauran pemasaran dianalisis secara deskriptif kullitatif, yaitu dengan menggambarkan atau mendeskripsikan lembaga pemasaran apa saja yang terlibat dalam kegiatan pemasaran jambu madu deli hijau serta bagaimana

gambaran mengenai saluran pemasaran tersebut sehingga antara lembaga pemasaran satu dengan yang lain saling terkait.

#### 3.5.4.2. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan atau mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Menurut Firdaus (2012), fungsi pemasaran secara garis besar terdiri atas 3 yaitu: (1) fungsi pertukaran (*exchange function*), meliputi fungsi pembelian dan penjualan; (2) fungsi fisik (*function of physical supply*), meliputi fungsi pengangkutan, pengolahan, dan penyimpanan; (3) fungsi fasilitas (*facilitation function*) meliputi fungsi sortir & grading, informasi pasar, penanggungan resiko, dan pembiayaan.

#### 3.5.4.3. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran

##### 1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen menurut rumus Soekartawi (1987) dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = B_T + S_L + B_L \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

- B<sub>p</sub> : Biaya Pemasaran (Rp/kg)
- B<sub>T</sub> : Biaya Transportasi (Rp/kg)
- S<sub>L</sub> : Biaya Sewa Lapak (Rp/kg)
- B<sub>L</sub> : Biaya Lain-lain (Rp/kg)

## 2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Untuk menganalisis pemasaran data harga yang digunakan adalah harga di tingkat petani (produsen) dan harga di tingkat konsumen, secara sistematis dapat dirumuskan menurut rumus Soekartawi (1987) sebagai berikut:

$$M_p = P_c - P_f \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :

$M_p$  : Marjin pemasaran jambu madu deli hijau (Rp/kg)

$P_r$  : Harga jambu madu deli hijau ditingkat konsumen (Rp/kg)

$P_f$  : Harga jambu madu deli hijau di tingkat petani (Rp/kg)

## 3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan merupakan penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap rantai pemasaran dirumuskan menurut rumus Soekartawi (1987) sebagai berikut :

$$K_p = M_p - TBP \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan:

$K_p$  : Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

$M_p$  : Margin Pemasaran (Rp/Kg)

$TBP$  : Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

## 4. Efisiensi Pemasaran

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran



suatu usaha terhadap penggunaan satu unit input dapat digambarkan juga oleh nilai rasio keuntungan dan biaya yang merupakan perbandingan antara keuntungan yang diterima petani dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam proses produksi. Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Ep), secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1988), yaitu:

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

Ep : Efisiensi Pemasaran (%)

TBP : Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

TNP : Total Nilai Produk (Rp/kg)

### 3.5.5. Subsistem Lembaga Penunjang

Subsistem penunjang dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif meliputi: pemerintah, penyaluran, modal dan transportasi. Secara ringkas dapat dinyatakan, system agribisnis menekankan pada keterkaitan dan integrasi vertical antara beberapa subsistem bisnis (Saragih, 2008). Subsistem penunjang adalah subsistem yang menekankan pada keterkaitan subsistem yang dapat menunjang kegiatan produksi jambu madu deli hijau dengan integrasi dari atas ke bawah.

## 4. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1. Keadaan Geografis Dan Administratif Kota Pekanbaru

Wilayah Kota Pekanbaru sangat strategis, terletak di tengah-tengah Pulau Sumatera yang dapat dilalui dengan perhubungan darat ke seluruh kawasan. Secara geografis Kota Pekanbaru terletak antara 1010 14' - 1010 34' Bujur Timur dan 00 25' - 00 45 Lintang Utara. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tingkat I Riau, ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru 632,26 km<sup>2</sup>. Batas-batas Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Kampar dan Siak.
2. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pelalawan
3. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar dan Pelalawan
4. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar

Kota Pekanbaru dibelah oleh Sungai Siak yang mengalir dari barat ke timur kota. Sungai Siak memiliki beberapa anak sungai, antara lain, Sungai Umban Sari, Sungai Air Hitam, Sungai Sibam, Sungai Setukul, Sungai Pengambang, Sungai Ukai, Sungai Sago, Sungai Senapelan, Sungai Limau, dan Sungai Tampan. Sungai Siak merupakan jalur perhubungan lalu lintas perekonomian rakyat pedalaman ke kota serta beberapa daerah lain di Provinsi Riau. Letak geografis Kota Pekanbaru sangat strategis, selain sebagai Ibu Kota Provinsi Riau, Pekanbaru juga merupakan pusat kegiatan pemerintahan, pendidikan, dan perdagangan, serta industri hingga pusat pelayanan jasa-jasa, maka tidak mengherankan jika Kota Pekanbaru menjadi salah satu kota

tujuan.bagi masyarakat (pencari kerja) yang berasal dari daerah-daerah lain di sekitar Kota Pekanbaru maupun yang berasal dari berbagai daerah Provinsi lain di Indonesia. Sedangkan data iklim Kota Pekanbaru diperoleh dari Badan Metereologi dan Geofisika (BMG) wilayah 18 Pekanbaru. Suhu di wilayah Kota Pekanbaru tahun 2017 berkisar 27,2°-31,0°C dengan rata-rata 28,1°C, sinar matahari 48,3%, kelembaban udara berkisar 72%-78,9%, serta kecepatan angin 3-6 knot/jam.

Secara Administratif, berdasarkan pada Perda Kota Pekanbaru No. 4 Tahun 2016, Kota Pekanbaru dibagi atas 12 (dua belas) Kecamatan yang terdiri dari 83 Kelurahan. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah desa/kelurahan dan perangkat kelurahan menurut kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Desa/ Kelurahan dan Perangkat Kelurahan Menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru, 2017.

No	Kecamatan	Kelurahan	Perangkat Kelurahan	
			RW	RT
1	Tampan	9	131	574
2	Payung Sekaki	7	42	187
3	Bukit Raya	5	58	247
4	Marpoyan Damai	6	74	314
5	Tenayan Raya	13	129	462
6	Limapuluh	4	30	121
7	Sail	3	18	76
8	Pekanbaru Kota	6	40	124
9	Sukajadi	7	38	159
10	Senapelan	6	42	174
11	Rumbai	9	73	256
12	Rumbai Pesisir	8	76	316
<b>Jumlah</b>		83	751	3.010

Sumber: BPS Kota Pekanbaru (2018) (Kota Pekanbaru dalam Angka)

#### 4.2. Keadaan Demografis Kota Pekanbaru

Masalah kependudukan di Kota Pekanbaru sama halnya seperti daerah lain di Indonesia. Untuk mencapai manusia yang berkualitas dengan jumlah penduduk yang tidak terkendali akan sulit tercapai. Program kependudukan yang meliputi pengendalian kelahiran, menurunkan tingkat kematian bagi bayi dan anak, perpanjangan usia dan harapan hidup, penyebaran penduduk yang seimbang serta pengembangan potensi penduduk merupakan modal pembangunan yang harus ditingkatkan. Adapun data mengenai jumlah penduduk dan rasio jenis kelamin berdasarkan kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin berdasarkan Kecamatan di Kota Pekanbaru, 2017.

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)			Rasio Jenis Kelamin (%)
		Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
1	Tampan	146.960	138.972	285.932	105,75
2	Payung Sekaki	46.476	44.426	90.902	104,61
3	Bukit Raya	53.757	49.965	103.722	107,59
4	Marpoyan Damai	68.104	63.258	131.362	107,66
5	Tenayan Raya	83.837	78.693	162.530	106,54
6	Limapuluh	21.138	21.331	42.469	99,10
7	Sail	10.994	11.021	22.015	99,76
8	Pekanbaru Kota	13.032	12.687	25.719	102,72
9	Sukajadi	24.115	24.429	48.544	98,71
10	Senapelan	18.590	18.869	37.459	98,52
11	Rumbai	35.370	32.200	67.570	109,84
12	Rumbai Pesisir	37.544	35.320	72.864	106,30
Kota Pekanbaru		559.917	531.171	1.091.088	105,41

Sumber: BPS Kota Pekanbaru *dalam* Kota Pekanbaru dalam Angka (2018)

Dari Tabel 3, jumlah penduduk di Kota Pekanbaru berjumlah 1.091.088 jiwa yang terdiri dari 559.917 jiwa yang berjenis kelamin laki-laki dan 531.171 jiwa penduduk yang berjenis kelamin perempuan. Rasio jenis kelamin (*sex ratio*)

bernilai 105,41% , ini artinya jumlah penduduk laki-laki lebih banyak 105,41% dari jumlah penduduk berjenis kelamin perempuan.

### 4.3. Keadaan Sosial dan Ekonomi

#### 4.3.1. Pendidikan

Pendidikan mempunyai peranan penting dalam menunjang pembangunan, karena pendidikan tersebut merupakan salah satu faktor dalam proses pembangunan. Tingkat pendidikan penduduk suatu daerah tergantung pada sarana pendidikan yang tersedia, kondisi sosial ekonomi penduduk dan sarana penting lainnya seperti transportasi. Tingkat pendidikan penduduk di Kota Pekanbaru sangat bervariasi mulai dari SD, SMP, SMA sampai perguruan tinggi, dan sebagian masih ada yang tidak tamat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan di Kota Pekanbaru, Tahun 2017 (%).

No	Ijazah tertinggi yang dimiliki	Laki-laki (%)	Perempuan (%)	Jumlah (%)
1	Tidak pernah sekolah	1,29	2,73	1,99
2	Tidak lulus sekolah dasar	16,79	17,73	17,25
3	Sekolah Dasar	26,44	27,68	27,04
4	SLTP ( Umum dan Kejuruan)	19,87	19,42	19,65
5	SMU (Umum)	23,90	20,64	22,32
6	SMU (Kejuruan)	5,73	3,28	4,54
7	Diploma	1,42	2,72	2,05
8	Universitas/Diploma IV/S2/S3	4,56	5,79	5,16
Jumlah		100,00	100,00	100,00

Sumber: BPS Provinsi Riau 2018 ( Riau dalam angka)

Berdasarkan Tabel 4. diatas dapat dilihat bahwa persentase pendidikan tertinggi berada pada tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) dan SMU dengan persentase sebesar 27,04% dan 22,32%. Penduduk yang tidak pernah sekolah merupakan kelompok yang terkecil, yakni hanya 1,99% dari total penduduk Kota

Pekanbaru. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa kondisi pendidikan di Kota Pekanbaru sangat baik.

#### 4.3.2. Mata Pencaharian Penduduk

Mata pencaharian merupakan aktivitas manusia untuk memperoleh taraf hidup yang layak dimana antara daerah yang satu dengan daerah lainnya berbeda sesuai dengan taraf kemampuan penduduk dan keadaan demografinya. Mata pencaharian penduduk Kota Pekanbaru terdiri dari bertani, berkebun, berternak, berdagang, Pegawai Pemerintahan (PNS), dan lain-lain. Untuk melihat keadaan penduduk yang bekerja menurut mata pencahariannya dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Mata Pencaharian Penduduk di Kota Pekanbaru, 2018.

No	Mata Pencaharian	Persentase (%)
1	Bertani	38,45
2	Pertambangan dan penggalian	0,87
3	Industri engelolaan	7,05
4	Listrik dan gas	0,23
5	Bangunan	4,72
6	Berdagang	17,97
7	Jasa pendidikan	7,27
8	Transportasi dan pergudangan	4,07
9	Penyediaan akomodasi makan dan minum	4,82
10	Informasi dan komunikasi	0,62
11	Jasa keuangan dan asuransi	0,57
12	Jasa persewaan bangunan	0,04
13	Jasa perusahaan	1,01
14	Administrasi pemerintahan	6,13
15	Jasa kesehatan	1,78
16	Jasa lainnya	4,02
17	Pengadaan air, pengelolaan sampah	0,39
Jumlah		100,00

Sumber: BPS Provinsi Riau 2018 ( Riau dalam angka)

Dari Tabel 5. diatas dapat diketahui bahwa mata pencaharian penduduk Kota Pekanbaru pada tahun 2018 sebagian besar adalah bertani, yakni sebanyak

38,45%. Kemudian diikuti oleh berdagang sebanyak 17,97% dan sedikit adalah bermata pencaharian di hasa persewaan bangunan yakni hanya 0,04%.Kondisi ini mempunyai implikasi bahwa Kota Pekanbaru berpotensi dikembangkan menjadi pusat pertanian, sebab mayoritas penduduk pada tahun 2018 ini adalah bekerja sebagai petani, hal ini disebabkan mereka sudah mempunyai kemampuan dalam bertani dari pengalaman yang telah mereka lakukan selama ini.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Karakteristik Petani Jambu Madu Air Deli Hijau

Karakteristik petani jambu madu deli hijau dalam penelitian ini meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga yang dianalisis secara deskriptif kualitatif. Adapun hasil analisis karakteristik petani jambu madu deli hijau dapat dilihat pada Lampiran 1.

#### 5.1.1. Umur

Umur dijadikan sebagai salah satu indikator yang ikut menentukan produktif atau tidaknya seseorang dalam bekerja. Menurut BPS (2018), kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok produktif dan kelompok umur 65 tahun ke atas sebagai kelompok penduduk yang tidak lagi produktif. Berdasarkan pada Lampiran 1, diketahui bahwa rata-rata umur petani jambu madu deli hijau adalah 47 tahun, dengan umur terendah yaitu 24 tahun dan umur tertinggi yaitu 51 tahun. hal ini menunjukkan bahwa petanijambu madu deli hijau berumur produktif karena berada pada rentang usia 15 - 64 tahun, yang mana masih memiliki semangat kerja yang tinggi dan memiliki sikap berani menerima perubahan.

#### 5.1.2. Lama Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor pelancar yang dapat mempercepat pembangunan usaha pertanian, dengan pendidikan yang baik seorang petani akan mudah mengadopsi teknologi baru, mengembangkan keterampilan dan memecahkan permasalahan yang dihadapi (Mosher, 1983). Berdasarkan pada



Lampiran 1, diketahui bahwa rata-rata tingkat pendidikan yang telah ditempuh petanijambu madu deli hijau yaitu 13,67 tahun (setara Perguruan Tinggi), dengan pendidikan terendah yaitu 12 tahun dan tingkat pendidikan tertinggi yaitu 18 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata petani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya berpendidikan tinggi.

### **5.1.3. Pengalaman Berusaha Tani**

Pengalaman berusaha tani merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan usaha petanian. Dalam usaha petanian, pengalaman dalam berusaha tani akan mempengaruhi kemampuan petani dalam menjalankan usaha, petani yang mempunyai pengalaman lebih banyak akan selalu hati-hati dalam bertindak dikarenakan adanya pengalaman-pengalaman buruk di masa lalu (Soeharjo dan Putong, 1973). Berdasarkan pada Lampiran 1, diketahui bahwa rata-rata pengalaman berusaha petanijambu madu deli hijau adalah 7,17 tahun, dengan pengalaman terendah yaitu 5 tahun dan tertinggi yaitu 9 tahun. Ini menunjukkan bahwa pengalaman berusaha petanijambu madu deli hijau tersebut relatif sudah cukup lama.

### **5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga**

Tanggungan keluarga adalah anggota keluarga dimana kebutuhan dan keperluan hidupnya masih menjadi tanggungan petani. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga maka semakin besar beban ekonomi keluarga yang harus ditanggung, hal ini menuntut petani untuk lebih giat lagi dalam meningkatkan pendapatannya. Berdasarkan pada Lampiran 1, diketahui bahwa rata-rata tanggungan keluarga petanijambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya

adalah sebanyak 1 orang, dengan jumlah tanggungan keluarga terendah yaitu sebanyak 1 orang dan tertinggi yaitu senayak 2 orang.

## **5.2. Sub Sistem Penyedia Input Produksi**

Sub sistem penyedia input produksi pertanian (*farm supplier*) adalah salah satu sub sistem agribisnis yang menyangkut penyediaan dan penyaluran sarana dan prasarana produksi dalam usaha tani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya. Input produksi yang digunakan yaitu meliputi lahan, bibit, pupuk, pestisida, tenaga kerja, alat dan mesin.

### **5.2.1. Lahan**

Lahan adalah lingkungan fisik dan biotik yang berkaitan dengan daya dukungnya terhadap keberhasilan pada usaha tani jambu madu deli hijau. Lingkungan fisik dapat berupa relief atau topografi, iklim, tanah dan air, sedangkan lingkungan biotik adalah manusia, hewan, serta tumbuhan lain disekitarnya. Lahan yang digunakan petani untuk mengusahakan jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya umumnya adalah dengan memanfaatkan ruang yang kosong di sekitar rumah dan bangunan yang ada, yang dibudidayakan di pekarangan maupun di atas rumah atau ruko yang dimiliki petani. Sehingga dengan begitu dapat memanfaatkan ruang yang ada serta tidak perlu menambah beban biaya atas pembelian lahan baru. Rata-rata lahan yang digunakan petani yaitu seluas 0,26 Ha.

### **5.2.2. Saprodi (Sarana Produksi)**

Saprodi (sarana produksi) adalah segala sesuatu yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan produksi. Saprodi yang digunakan petani jambu madu deli

hijau terdiri atas bibit, pupuk (NPK, gandasil, boron, dan pupuk kandang), pestisida (antracol, fastac, stargate) dan plastik pembungkus buah. Adapun jumlah dan harga masing-masing saprodi yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau adalah dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Penggunaan dan harga bibit, pupuk, pestisida, dan lain-lain pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2018.

No	Saprodi	Satuan	Jumlah Rp/Luas Lahan	Harga (Rp)
1	Bibit	Unit	217	80.000
2	Pupuk			
	a. NPK	Kg	428,33	4.000
	b. Gandasil	Kg	32,67	60.000
	c. Boron	Kg	26,33	40.000
	d. Pupuk Kandang	Goni	6,25	25.000
2	Pestisida			
	a. Antracol	Bungkus	0,62	35.000
	b. Fasfac	Botol	0,78	80.000
	c. Stargate	Botol	0,62	170.000
3	Plastik Pembungkus Buah	Bungkus	14,50	70.000

Berdasarkan pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa rata-rata jumlah bibit yang digunakan pada usaha tani jambu madu deli hijau adalah sebanyak 217 unit dengan harga Rp 80.000. Bibit tersebut dibeli umumnya berumur 8 – 12 bulan setelah semai (BBS) dengan ukuran tinggi sekitar 50 cm – 70 cm. Pupuk yang digunakan terdiri atas: pupuk NPK 16:16 sebanyak 428,33 kg/tahun dengan harga Rp 4.000/kgpupuk gandasil sebanyak 32,67 kg/tahun dengan harga Rp 60.000/kg pupuk boron sebanyak 26,33 kg/tahun dengan harga Rp 40.000/kg dan pupuk kandang sebanyak 6,25 goni (312,50 kg/tahun) dengan harga Rp 25.000/goni.

Pestisida yang digunakan yaitu: fungisida antracol dengan rata-rata jumlah sebanyak 0,62 bungkus (154,17 gram/tahun) dan harga Rp 35.000/bungkus, insektisida fastac sebanyak 0,78 botol (391,67 ml/tahun) dengan harga 80.000/botol, dan insektisida stargate sebanyak 0,62 botol (61,67 ml/tahun) dengan harga Rp 170.000/botol. Sedangkan untuk plastik pembungkus buah digunakan sebanyak 14,50 bungkus/tahun dengan harga Rp 70.000/bungkus.

### **5.2.3. Tenaga Kerja**

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang sangat penting dalam usaha tani jambu madu deli hijau, karena memegang peranan langsung dalam berjalannya usaha tani tersebut. Dalam usaha tani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya tidak hanya menggunakan tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) namun juga menggunakan tenaga kerja luar keluarga (TKLK). Rata-rata kebutuhan tenaga kerja yaitu sebanyak 184,75 HOK/tahun dalam rata-rata jumlah tanaman 232 pokok. Dengan upah ditetapkan sebesar Rp 100.000 maka total upah tenaga kerja yang dikeluarkan yaitu Rp 18.475.313 per tahun (Rp 1.539.609 per bulan).

### **5.2.4. Alat dan Mesin**

Alat dan mesin pertanian (Alsintan) merupakan prasarana pendukung dalam kegiatan usaha tani jambu madu deli hijau yang dapat membantu kegiatan budidaya menjadi lebih efektif dan efisien. Alat dan mesin yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau yaitu meliputi pot/tong plastik, parang/sabit, cangkul, gunting pohon, sprayer, pipa irigasi, dan tangki air. Adapun jumlah dan

harga alat dan mesin yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau dapat dilihat Pada Tabel 7.

Tabel 7. Penggunaan dan Harga Alat dan Mesin yang Digunakan dalam Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019.

No	Alat dan Mesin	Jumlah (Unit)	Harga (Rp/unit)
1	Pot/tong plastik	217,50	60.000
2	Parang/sabit	1,00	60.000
3	Cangkul	1,00	96.667
4	Gunting pohon	2,00	50.000
5	Sprayer	1,00	600.000
6	Pipa Irigasi	1,00	1.533.333
7	Tangki Air	1,00	1.000.000

Pada Tabel 7, dilihat bahwa rata-rata alat yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau yaitu pot/tong plastik sebanyak 217 unit dengan harga Rp 60.000/unit, parang/ sabit sebanyak 1 unit dengan harga Rp 60.000/unit, cangkul 1 unit dengan harga Rp 96,667/unit, gunting pohon 2 unit dengan harga Rp50.000/unit, sprayer 1 unit dengan harga Rp 600.000/unit, pipa irigasi 1 unit dengan harga Rp 1.533.333/unit, dan tangki air 1 unit dengan harga Rp 1.000.000/unit. Seluruh alat tersebut diperoleh dari berbagai toko peralatan yang tidak jauh di sekitar tempat petani mengusahakan tanaman jambu madu deli hijau.

### 5.3. Sub Sistem Usaha Tani

Sub sistem usaha tani adalah salah satu sub dalam sistem agribisnis yang berkaitan dengan pengusahaan komoditas primer yang dihasilkan dari kegiatan bercocok tanam. Dalam sub sistem usaha tani jambu madu deli hijau yang dianalisis meliputi biaya produksi, pendapatan, dan efisiensi usaha tani.

### 5.3.1. Biaya Produksi

Biaya Produksi merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan petani dalam mengusahakan tanaman jambu madu deli hijau. Biaya produksi terdiri atas dua yaitu biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya mengikuti jumlah produksi, sebaliknya biaya tetap yaitu biaya yang besar kecilnya tidak mengikuti jumlah produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan petani yaitu meliputi biaya pengadaan saprodi (pupuk, pestisida, dan lain-lain) dan upah tenaga kerja; sedangkan biaya tetap meliputi penyusutan bibit dan penyusutan alat. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya produksi yang dikeluarkan pada usaha tani jambu madu deli hijau dengan rata-rata luas lahan 0,26 Ha (232 pokok) dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Biaya Produksi Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019.

No	Uraian	Nilai (Rp/luas lahan/Tahun)	Nilai (Rp/Kg)	Persen (%)
1	Biaya Variabel			
a	Saprodi	6.087.000	1.653	20,50
	1) Pupuk	4.882.917	1.326	16,44
	2) Pestisida	189.083	51	0,64
	3) Lain-lain	1.015.000	276	3,42
b	Tenaga Kerja	18.475.313	5.016	62,22
	Sub Total	21.558.563	5.853	82,72
2	Biaya Tetap			
a	Penyusutan Bibit	3.233.333	878	10,89
b	Penyusutan Alat	1.897.638	515	6,39
	Sub Total	5.130.971	1.393	17,28
	Total Biaya Produksi	29.693.284	8.062	100,00

Pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan pada usaha tani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya adalah sebesar Rp 29.693.284 per tahun atau Rp 8.062 per kg jambu madu deli hijau. Dimana dari nilai tersebut sebesar 82,72% dikeluarkan untuk biaya variabel, sedangkan sisanya sebesar 17,28% dikeluarkan untuk biaya tetap.

#### 5.3.1.1. Biaya Variabel (*Variable Cost*)

##### 1. Biaya Saprodi (Sarana Produksi)

Biaya saprodi (sarana produksi) yang dikeluarkan petani jambu madu deli hijau meliputi biaya pengadaan pupuk (NPK, gandasil, boron, dan pupuk kandang); pestisida (antracol, fastac, dan stargate), dan input lainnya (plastik pembungkus buah dan tali rafia). Pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa biaya saprodi yang dikeluarkan petani jambu madu deli hijau adalah sebesar Rp 6.087.000 per tahun atau Rp 1.653/kg jambu, dengan persentase sebesar 22,81% dari total biaya produksi. Adapun rincian biaya saprodi yaitu pupuk, pestisida, dan lain-lain dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Rata-rata Biaya Pupuk, Pestisida, dan Lain-lain pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019.

No	Saprodi	Satuan	Jumlah	Harga	Nilai (Rp/luas lahan/tahun)	Nilai (Rp/Kg)
1	Pupuk				4.882.917	1.326
	a. NPK	Kg	428,33	4.000	1.713.333	465
	b. Gandasil	Kg	32,67	60.000	1.960.000	532
	c. Boron	Kg	26,33	40.000	1.053.333	286
	d. Pupuk Kandang	Kg	6,25	25.000	156.250	42
2	Pestisida				189.083	51
	a. Antracol	Botol	0,62	35.000	21.583	6
	b. Fafac	Botol	0,78	80.000	62.667	17
	c. Stargate	Botol	0,62	170.000	104.833	28
3	a. Plastik Pembungkus	Bungkus	14,50	70.000	1.015.000	276
	Total Biaya Saprodi				6.087.000	1.653

Pada Tabel 9, dapat dilihat bahwa rata-rata biaya pupuk yang dikeluarkan terdiri atas pupuk NPK sebesar Rp 1.713.333 per tahun (Rp 465/kg jambu), gandasil sebesar Rp 1.960.000 per tahun (Rp 532/kg jambu), boron sebesar Rp 1.053.333 per tahun (Rp 286/kg jambu), dan pupuk kandang Rp 156.250 per tahun (Rp 42/kg jambu). Rata-rata biaya pestisida yang dikeluarkan meliputi biaya penggunaan Antracol sebesar Rp 21.583 per tahun (Rp 6/kg jambu), fafac sebesar Rp 62.667 per tahun (Rp 17/kg jambu), dan stargate sebesar Rp 104.833 per tahun (Rp 28/kg jambu); sedangkan biaya lain-lain yaitu biaya penggunaan plastik pembungkus buah yaitu sebesar Rp 1.015.000 per tahun (Rp 276/kg jambu).



## 2. Biaya Tenaga Kerja

Berdasarkan pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa upah tenaga kerja pada usaha tani jambu madu deli hijau yaitu sebesar Rp 18.475.313 per tahun atau sebesar Rp 5.016/kg, dengan menyumbang sebesar 62,22% dari total biaya produksi yang dikeluarkan. Adapun rincian upah tenaga kerja untuk tiap kegiatan usaha tani jambu madu deli hijau dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Upah Tenaga Kerja pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019.

No	Kegiatan	Upah (Rp/luas lahan/tahun)	Upah (Rp/kg)
1	Pemupukan	6.876.000	1.867
2	Penyiangan	3.168.000	860
3	Penyemprotan	452.250	123
4	Pemangkasan	2.789.063	757
5	Pembungkusan Buah	1.185.000	322
6	Pemanenan	4.005.000	1.087
Total Upah TK		18.475.313	5.016

Pada Tabel 10, upah tenaga kerja yang tertinggi dikeluarkan adalah pada kegiatan Pemupukan yaitu sebesar Rp 6.876.000 per tahun atau sama dengan Rp 1.867 per kg jambu madu deli hijau. Yang tertinggi selanjutnya yaitu pada kegiatan pemanenan yaitu sebesar Rp 4.005.000 per tahun (Rp1.087/kg). Sedangkan upah tenaga kerja pada kegiatan yang lainnya yaitu penyiangan sebesar Rp 3.168.000 per tahun (Rp 860/kg). Penyemprotan Rp 452.250 per tahun (Rp 123/kg), pemangkasan Rp 2.789.063 per tahun (Rp757/kg), dan pembungkusan buah sebesar Rp 1.185.000 per tahun (Rp 322/kg).

### 5.3.1.2. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*fixed cost*) yang diperhitungkan dalam usaha tani jambu madu deli hijau dalam penelitian ini yaitu penyusutan bibit dan penyusutan alat. Penyusutan bibit rata-rata diperoleh sebesar Rp 3.233.333 per tahun atau sebesar 878 per kg jambu madu deli hijau (10,89%), dimana bibit yang digunakan memiliki umur produktif selama 6 tahun setelah bibit ditanam. Sedangkan penyusutan alat diperoleh sebesar Rp 1.897.638 per tahun atau sebesar Rp 515 per kilogram jambu madu deli hijau(6,39%).

### 5.3.2. Pendapatan

Pedapatan terbagi atas dua, yaitu pendapatan kotor (*gross income*) dan pendapatan bersih (*net income*). Pendapatan kotor adalah hasil perkalian dari jumlah produksi dengan harga jual output dalam periode tertentu. Sedangkan pendapatan bersih adalah pendapatan kotor yang telah dikurangi dengan biaya produksi. Adapun pendapatan usaha tani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019.

No	Uraian	Jumlah	Nilai (Rp/luas lahan/tahun)	Nilai (Rp/Kg)
1	Biaya Produksi		29.693.284	8.062
2	Pendapatan Kotor		92.083.333	25.000
	Produksi (Kg)	3.683		
3	Pendapatan Harga Bersih (Rp/Kg)		62.390.049	16.938
4	Efisiensi		3,10	

Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat dalam luas lahan 0,26 Ha dengan jumlah tanaman sebanyak 232 pokok dapat menghasilkan rata-rata pendapatan

kotor (*gross income*) sebesar Rp 92.083.333 per tahun (dengan produksi sebanyak 3.683 kg dan harga jual Rp 25.000/kg). Pendapatan bersih (*net income*) diperoleh sebesar Rp 62.390.049 per tahun atau sebesar Rp 16.938 per kg jambu madu deli hijau yang dijual.

### 5.3.3. Efisiensi Usaha Tani

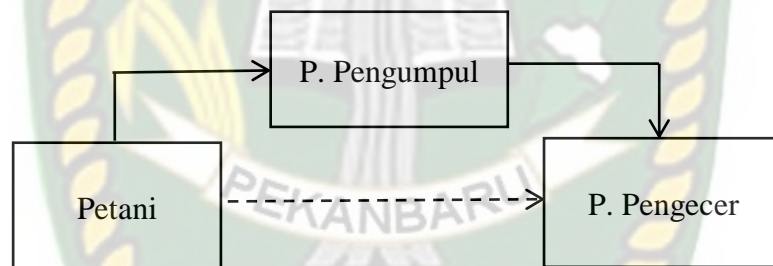
Efisiensi usaha tani atau RCR (*Revenue Cost Ratio*) digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi usaha yang dilihat dari kemampuan usaha tersebut untuk dapat menghasilkan keuntungan dengan besaran biaya tertentu yang dikeluarkan. Suatu usaha tani dapat dikatakan menguntungkan dan efisien apabila nilai RCR lebih besar dari satu ( $RCR > 1$ ). Semakin besar RCR semakin besar pula keuntungan yang diperoleh petani. Pada Tabel 11, dapat dilihat bahwa usaha tani jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya diperoleh RCR sebesar 3,10 yang berarti bahwa setiap Rp 1 yang dikeluarkan dalam usaha tani tersebut akan menghasilkan pendapatan bersih sebesar Rp 3,10. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa usahatani jambu madu deli hijau tersebut efisien dan layak untuk diusahakan.

### 5.4. Sub Sistem Pemasaran

Sub sistem pemasaran adalah salah satu sub dalam sistem agribisnis yang berkaitan dengan kegiatan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui pencibtaan 4 kegunaan (*utility*) pada suatu produk yaitu kegunaan bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan. Dalam penelitian ini sub sistem pemasaran jambu madu deli hijau yang dianalisis meliputi lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, dan biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran.

### 5.4.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah individu atau sekumpulan orang yang terlibat langsung dalam proses kegiatan pemasaran. Sedangkan saluran pemasaran adalah rangkaian arus barang yang saling berkaitan antara lembaga pemasaran satu dengan yang lain. Dari hasil analisis, diperoleh bahwa dalam pemasaran jambu madu deli hijau di Kecamatan Tanayan Raya terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, sedangkan saluran pemasaran yang terbentuk ada 2 yaitu: (1) saluran pemasaran I, dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer, dan (2) saluran pemasaran II, dari petani -> pengecer. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Keterangan:

—— : Saluran I

----- : Saluran II

Gambar 3. Lembaga dan Saluran Pemasaran Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tanayan Raya, Tahun 2019.

#### 5.4.1.1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I pada komoditas jambu madu deli hijau di Kecamatan Tanayan Raya untuk sampai kepada konsumen alirannya dimulai dari petani -> pedagang pengumpul -> pedagang pengecer. Dari sebanyak 6 orang responden petani jambu madu deli hijau, 4 orang (66,67%) diantaranya masuk ke dalam saluran pemasaran I. Harga jual di tingkat petani ditentukan secara sepihak oleh

pedagang pengumpul senilai Rp 25.000/kg. Adanya pedagang pengumpul sebagai perantara yang menghubungkan petani dengan pedagang pengecer menguntungkan baik petani maupun pedagang pengecer. Dari sisi petani dengan adanya pedagang pengumpul dapat meminimalisir resiko produk yang tidak laku, karena sudah ada pedagang pengumpul bertugas yang memborong sekaligus mendistribusikan produknya kepada berbagai pedagang lainnya. Sedangkan dari sisi pedagang pengecer, dengan adanya pedagang pengumpul sebagai agen pemasok jambu madu deli hijau, dapat mempermudah pedagang pengecer dalam memperoleh produk tersebut.

#### 5.4.1.2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II pada komoditas jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya untuk sampai kepada konsumen alirannya dimulai dari petani -> pedagang pengecer. Dari sebanyak 6 orang responden petani jambu madu deli hijau, 2 orang (33,33%) diantaranya masuk ke dalam saluran pemasaran II. Buah jambu madu deli hijau yang telah dipanen petani kemudian akan dijemput langsung oleh pedagang pengecer tanpa perantara untuk selanjutnya dijual kepada konsumen. Hal ini salah satunya disebabkan oleh faktor jarak antara lahan produksi dengan lokasi penjualan pedagang pengecer yang tidak terlalu jauh, sehingga tidak memerlukan peranan pedagang perantara. Harga jual di tingkat petani ditentukan berdasarkan kesepakatan petani dengan pedagang pengecer dengan juga selalu menjadikan harga pasar sebagai acuan dengan harga diperoleh senilai Rp 25.000/kg.

### 5.4.2. Fungsi Pemasaran

Sasaran akhir dalam setiap usaha pemasaran adalah untuk menempatkan produk ke tangan konsumen. Berbagai kegiatan pokok dalam pemasaran yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut disebut sebagai fungsi pemasaran (*marketing function*) (Firdaus, 2012). Dan lembaga yang melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran tersebut, disebut sebagai lembaga pemasaran. Adapun berbagai fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran pada sistem pemasaran komoditas jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Lembaga Pemasaran pada Usaha Tani Jambu Madu Deli Hijau, Tahun 2019.

No	Fungsi Pemasaran	Saluran I		Saluran II
		P. Pengumpul	P. Pengecer	P. Pengecer
A	Fungsi pertukaran			
	1. Pembelian	√	√	√
	2. Penjualan	√	√	√
B	Fungsi fisik			
	1. Pengangkutan	√		√
	2. Penyimpanan		√	√
	3. Pengolahan			
C	Fungsi Fasilitas			
	1. Sorting & grading		√	√
	2. Pembiayaan	√	√	√
	3. Informasi pasar		√	√
	4. Penganggung resiko	√	√	√

#### 5.4.2.1. Saluran Pemasaran I

Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul pada saluran I adalah: pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, sorting

& grading, pembiayaan, informasi pasar, penganggung resiko. Fungsi pembelian dilakukan pedagang pengumpul dengan petani, dimana harga pembelian ditetapkan secara sepihak oleh pedagang pengumpul yaitu senilai Rp 25.000/kg; begitu juga dengan fungsi penjualan yang dilakukan dengan pedagang pengecer, harga jual juga ditentukan oleh pedagang pengumpul yaitu rata-rata senilai Rp 29.750/kg. Fungsi pengangkutan yang dilakukan pedagang pengumpul dengan mendistribusikan jambu madu deli hijau yang diperoleh dari petani ke berbagai pengecer yang ada di Kota Pekanbaru. Dalam melaksanakan pengangkutan, buah umumnya di masukkan ke dalam kotak-kotak kecil yang bisa memuat  $\pm$  30 kg, ini dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi resiko buah rusak dalam perjalanan.

Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer pada saluran I adalah: pembelian, penjualan, penyimpanan, sorting & grading, pembiayaan, informasi pasar, penganggung resiko. Dalam melakukan fungsi penjualan pengecer menetapkan harga jual secara sepihak kepada konsumen dengan nilai Rp 35.000/kg. Penyimpanan dilakukan pengecer, dikarenakan buah tersebut tidak dapat langsung habis dalam satu hari sehingga harus menunggu beberapa hari hingga buah tersebut dapat habis terjual. Dalam menyimpan buah jambu madu deli hijau agar dapat tahan berhari-hari, diperlukan penanganan khusus dengan disimpan di tempat yang lembab dan tidak terkena paparan cahaya matahari langsung dengan waktu yang lama, serta buah tidak boleh ditumpuk terlalu tinggi. Fungsi sortir dan grading yang dilakukan pengecer yaitu dengan membuang dan tidak menjual buah yang telah rusak, yang mana hal itu merupakan resiko yang harus diambil ketika buah terlalu lama disimpan.

#### 5.4.2.2. Saluran Pemasaran II

Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer pada saluran II adalah: pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, sorting & grading, pembiayaan, informasi pasar, penganggung resiko. Fungsi pembelian dilakukan pedagang pengecer tidak seperti pada saluran I, harga beli ditetapkan melalui negosiasi dengan petani yang diperoleh harga kesepakatan yaitu senilai Rp 25.000/kg; sedangkan fungsi penjualan yang dilakukan dengan pedagang pengecer kepada konsumen, harga jual ditentukan sepihak oleh pedagang pengumpul yaitu rata-rata senilai Rp 35.000/kg. Fungsi sortir dan grading yang dilakukan pengecer yaitu dengan memisah-misahkan kualitas buah yang dijual menjadi 3 tingkat dengan harga yang bervariasi pula yaitu Rp 25.000/kg, Rp 30.000/kg dan Rp 35.000/kg, serta membuang dan tidak menjual buah yang kerusakannya tidak dapat ditolerir lagi yang disebabkan karena telah lama disimpan, serangan hama serta kerusakan lainnya yang disebabkan oleh faktor manusia (*human error*).



### 5.4.3. Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran

Adapun hasil analisis biaya, margin, dan efisiensi pemasaran komoditas jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Jambu Madu Deli Hijau di Kecamatan Tenayan Raya, Tahun 2019 (Rp/kg).

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran	
		I	II
1	Petani		
	Harga Jual	25.000	25.000
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Biaya Pemasaran	775	-
	b. Margin Pemasaran	4.750	-
	c. Keuntungan Pemasaran	3.975	-
	d. Harga Jual	29.750	-
3	Pedagang Pengecer		
	a. Biaya Pemasaran	1.040	1.537
	b. Margin Pemasaran	5.250	7.000
	c. Keuntungan Pemasaran	4.210	5.463
	d. Harga Jual	35.000	32.000
Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)		1.815	1.537
Total Margin Pemasaran (Rp/kg)		10.000	7.000
Total Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)		8.185	5.463
Efisiensi Pemasaran (%)		5,19	4,80

#### 5.4.3.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya keseluruhan yang dikeluarkan lembaga pemasaran dalam melakukan kegiatan pemasaran, dimana biaya pembelian bahan baku utama tidak termasuk kedalam biaya pemasaran. Berdasarkan Tabel 13, total biaya pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp 1.815/kg (Rp 775/kg di tingkat pedagang pengumpul dan Rp 1.040/kg di tingkat pedagang pengecer. Sedangkan pada saluran II, total biaya pemasaran yaitu sebesar Rp 1.537/kg.

#### **5.4.3.2. Margin Pemasaran**

Margin pemasaran adalah selisih dari harga jual dengan harga beli suatu produk, atau juga dapat dimaknai sebagai selisih harga jual produk ditingkat lembaga pemasaran dengan lembaga pemasaran lain ditingkat sebelumnya dalam satu saluran pemasaran. Berdasarkan pada Tabel 13, total margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar 10.000/kg (Rp 4.750/kg di tingkat pedagang pengumpul dan Rp 5.250/kg di tingkat pedagang pengecer). Sedangkan pada saluran II, total margin pemasaran diperoleh sebesar Rp 7.000/kg.

#### **5.4.3.3. Keuntungan Pemasaran**

Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dalam melakukan kegiatan pemasaran jambu madu deli hijau, yang diperoleh dari pengurangan harga jual dengan biaya pemasaran di tiap tingkat lembaga. Berdasarkan pada Tabel 13, total keuntungan pemasaran pada saluran I yaitu sebesar 8.185/kg (Rp 3.975/kg di terima pedagang pengumpul dan Rp 4.210/kg di terima pedagang pengecer). Sedangkan pada saluran II, total keuntungan pemasaran diperoleh sebesar Rp 5.463/kg. Tingginya keuntungan pemasaran pada saluran I dibandingkan dengan saluran II, disebabkan karena harga di tingkat konsumen yang lebih tinggi, yaitu pada saluran I Rp 35.000/kg sedangkan pada saluran II Rp 32.000/kg.

#### **5.4.3.4. Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran menunjukkan seberapa tinggi tingkat efisiensi rantai pemasaran suatu produk, dengan kaidah keputusan apabila semakin rendah angka efisiensi pemasaran (semakin mendekati angka 0%) maka akan semakin efisien.

Berdasarkan Tabel 13, dapat dilihat bahwa efisiensi pemasaran pada saluran I yaitu sebesar 5,19%, sedangkan pada saluran II sebesar 4,80 ( $Ep\ II < Ep\ I$ ), sehingga dapat diputuskan bahwa saluran pemasaran II lebih efisien.

### **5.5. Sub Sistem Lembaga Penunjang**

Sub sistem lembaga penunjang (*supporting institution*) adalah semua jenis kegiatan yang berfungsi untuk mendukung dan melayani serta mengembangkan kegiatan sub-sistem hulu, sub-sistem usaha tani, dan sub-sistem hilir (Munanto, 2014). Yang mana bentuk kelembagaan tersebut dapat berupa lembaga keuangan, Litbang (penelitian dan pengembangan), transportasi, pasar, lembaga pendidikan, koperasi, dan lembaga pemerintah (kebijakan dan peraturan yang berlaku). Lembaga penunjang yang terlibat langsung dalam sistem agribisnis jambu madu deli hijau di Kecamatan Tenayan Raya yaitu lembaga keuangan meliputi perbankan dan lembaga *leasing*.

Umumnya petani jambu madu deli hijau memanfaatkan jasa kredit perbankan dalam membiayai modal awal usaha, dan beberapa diantaranya ada juga yang menggunakan modal sendiri. Karena biaya pembelian bibit jambu yang besar yaitu rata-rata sebesar Rp 17.400.000 (217 pokok), akhirnya mendorong petani untuk mengajukan permohonan penerimaan jasa kredit dari perbankan. Sedangkan jasa lembaga *leasing* dimanfaatkan bagi para pedagang pengumpul dan pengecer untuk memperoleh sarana transportasi yang diperlukan untuk mendistribusikan dan memobilisasi jambu madu deli hijau yang diperoleh dari petani ke berbagai tempat.

## 6. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik petani jambu madu deli hijau yaitu: rata-rata umur petani diperoleh yaitu 37,17 tahun yang berarti berada dalam usia produktif, lama pendidikan 13,67 tahun atau setara dengan Perguruan Tinggi, pengalaman berusahatani yaitu 7,17 tahun (tergolong cukup lama), dan tanggungan keluarga petani yaitu sebanyak 1 orang.
2. Input yang digunakan dalam usaha tani jambu madu deli hijau adalah: a). Lahan rata-rata seluas 0,26 Ha, (b) saprodi yang digunakan per luas lahan per tahun: Pupuk NPK sebanyak 428,33 kg/tahun, pupuk gandasil sebanyak 32,67 kg, pupuk boron sebanyak 26,33 kg, dan pupuk kandang sebanyak 6,25 goni; pestisida: antracol sebanyak 0,62 bungkus, fastac sebanyak 0,78 botol, dan stargate sebanyak 0,62 botol, plastik pembungkus buah sebanyak 14,50 bungkus/tahun, (c) tenaga kerja sebanyak 184,75 HOK, dengan upah Rp 100.000/HOK, (d) alat dan mesin yang digunakan yaitu: pot/tong plastik sebanyak 217 unit, parang/sabit 1 unit, cangkul 1 unit, gunting pohon 1 unit, sprayer 1 unit, pipa irigasi 1 unit, dan Tangki Air 1 unit.
3. Pada sub sistem usaha tani diperoleh: (a) Biaya produksi yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 29.693.284 per tahun, terdiri atas biaya variabel

Rp24.562.313 dan biaya tetap Rp 5.130.971 per tahun,(b) pendapatan kotor diperoleh yaitu sebesar Rp 92.083.333 per tahun, dengan produksi sebesar 3.683 kg dan harga Rp 25.000/kg, pendapatan bersih diperoleh sebesar Rp 62.390.049 per tahun.(c) Efisiensi atau RCR diperoleh sebesar 3,10, yang artinya usaha tani jambu madu deli hijau sudah menguntungkan dan layak untuk diusahakan.

4. Pada sub sistem pemasaran diketahui terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, sedangkan untuk saluran pemasaran di ketahui ada 2 saluran pemasaran, yaitu dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer; dan dari petani -> pengecer. Dari analisis efisiensi pemasaran dari ke dua saluran pemasaran tersebut, menunjukkan bahwa saluran II ( $E_p = 4,80\%$ ) lebih efisien dibandingkan saluran I ( $E_p = 5,19\%$ ).
5. Lembaga penjunjang yang terlibat dalam sistem agribisnis jambu madu deli hijau adalah lembaga keuangan yaitu perbankan dan lembaga *leasing*. Ke dua lembaga tersebut berperan dalam memberikan kredit bagi petani dan pedagang dalam pembelian barang modal.

## 6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka adapun saran yang dapat diberikan adalah:

1. Petani jambu madu deli hijau dalam hal ini untuk meningkatkan pendapatan serta *bargaining power* (daya tawar) yang tinggi maka perlu meningkatkan skala usaha dan juga membentuk suatu kelompok tani.

2. Pemerintah sebaiknya perlu terlibat dalam peningkatan kesejahteraan petani maupun konsumen dalam hal ini untuk mendorong pembentukan kluster agribisnis jambu madu deli hijau, pemberian penyuluhan yang intensif kepada petani, serta mengawasi pelaksanaan tata niaga komoditas tersebut.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldi, H. 2013. *Jurus Sempurna Sukses Bertanam Jambu Air*. ARC Media, Jakarta.
- Andri, K. B., W. J. F. A. Tumbuan. 2016. Analisis Usahatani Dan Pemasaran Petani Hortikultura Di Bojonegoro. *Jurnal Lppm Bidang Ekososbudkum*, 3(2): 43-56.
- Anwar Adiwilaga. 2006. *Ilmu Usahatani*. Penerbit Alumni, Bandung.
- Arifin B. 2000. *Pembangunan pertanian: paradigma, kinerja, dan opsi kebijakan*. Pustaka Indef, Jakarta.
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis FEM-IPB, Bogor.
- Asrol, & Heriyanto. 2019. Structures of revenue, expenditure, and welfare of household farmers in kampar regency, riau indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 16, 1-8. Retrieved from [www.scopus.com](http://www.scopus.com).
- Asrol, A., & Heriyanto, H. 2018. Daya saing ekspor pala indonesia di pasar internasional. *Dinamika pertanian*, 33(2), 61-70.
- Cahyono, Bambang. 2010. *Sukses Budidaya Jambu Air Di Pekarangan dan Perkebunan*. Andi, Yogyakarta.
- Daniel, Moehar. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Buni Aksara, Jakarta.
- Firdaus, M. 2012. *Majamen Agribisnis*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Fitriani. 2011. *Analisis Pemasaran Buah-Buahan Impor di Kota Pekanbaru*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Pekanbaru.[Tidak di publikasikan]
- Fitriani. 2015. *Penguatan Kapasitas Kelembagaan Gapoktan melalui Pembentukan Koperasi Pertanian*. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 28 (2): 63-69.
- Gumbira-Sa'id, E. & A. H. Intan. 2001. *Manajemen Agribisnis*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Hananto.1980. *Masalah Perhitungan Distribusi Pendapatan di Indonesia*. Prisma. No. 1. LP3S, Jakarta
- Hernanto, F. 1996. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hanafiah dan Saefudin.2005. *Tata Niaga Hasil Perikanan*. UI Press, Jakarta.
- Hernanto, Fadholi. 2008, *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya: Jakarta
- Heriyanto, H. 2016. Perilaku Konsumsi Pangan Sumber Karbohidrat Rumahtangga Petani Kelapa Sawit Di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 13(1), 22-30.

- Heriyanto, H., Asrol, A., Karya, D., & Ningsih, V. Y. 2018. Analisis Faktor Produksi Kalapa Sawit Rakyat Menurut Tipologi Lahan di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. *Jurnal Lahan Suboptimal*, 7(1).
- Heriyanto, H., Karya, D., Choanji, T., Asrol, A., Bakce, D., & Elinur, E. 2019. Regression Model in Transitional Geological Environment For Calculation Farming and Production of Oil Palm Dominant Factor in Indragiri Hilir Riau Province. *Journal of Geoscience, Engineering, Environment, and Technology*, 4(1), 56-65.
- Heriyanto, H., & Darus, D. 2017. Analisis Efisiensi Faktor Produksi Karet di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Dinamika pertanian*, 33(2), 1-10.
- Asrol, A., & Heriyanto, H. 2018. Daya Saing Ekspor Pala Indonesia di Pasar Internasional. *Dinamika pertanian*, 33(2), 61-70.
- Heriyanto, H., 2018. Indonesian Coconut Competitiveness In International Markets. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 1(3), pp.46-50.
- Heriyanto, H. 2018. Indonesian Coconut Competitiveness In International Markets. *Asia Proceedings of Social Sciences*, 1(3), 46-50
- Heriyanto, H. 2018. Permintaan Pangan Rumah tangga Provinsi Riau: Model Linear Approximate Almost Ideal Demand System. *Jurnal Agribisnis*, 20(2), 156-168.
- Jody, Moenandir. 2004. Diktat Kuliah Pengantar Ilmu Pertanian: Ilmu Pertanian Umum. Universitas Brawijaya, Malang
- Kotler, dkk. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler P, dan Armstrong G. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Kotler P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Indonesia. Prehallindo, Jakarta.
- Kohls, R.L. & J.N. Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Product* Nineth Edition. Prentice-Hall Inc. New Jersey (US).
- Lestari, Ova. 2016. Analisis Usahatani Dan Efisiensi Pemasaran Kopi (*Coffea Sp*) di Kecamatan Pulau Pangung Kabupaten Tanggamus. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Limbong. W.H dan Sitorus, P. 1987. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Maulana, F. A. 2004. Analisis Efisiensi. Pemasaran Ubi Jalar Cilembu (Kasus di Desa Cilembu, Kecamatan. Pamulihan, Kabupaten Sumendang, Provinsi Jawa Barat). Skripsi Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Makeham dan Malcolm. 1981. *Manajemen Usahatani di daerah Tropis*.
- Maulidah. 2012. *Pengantar Usahatani: Kelayakan Usahatani*. Lab of Agribusiness Analysis ang Management, Faculty of Agriculture,



- Universitas.Brawijaya..[http://dwiretno.lecture.ub.ac.id/files/2013/10/PUT\\_13\\_KelayakanUsahatani.doc](http://dwiretno.lecture.ub.ac.id/files/2013/10/PUT_13_KelayakanUsahatani.doc) (diakses pada: 20 Maret 2019).
- Mc Carthy dan Perreault, 1993. Dasar-dasar pemasaran.Edisi kelima. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mosher, A. T. 1986. Menggerakkan dan Membangun Pertanian. CV. Jasa Guna, Jakarta.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian, Edisi ke tiga. LP3S, Jakarta
- Mubyarto.1995. Politik Pertanian dan Pembangunan Pertanian. Sinar Harapan, Jakarta.
- Mulyadi. 2005. Akutansi Biaya. Edisi Kelima. YKPN, Yogyakarta.
- Munanto, Bejo. 2014. Agribisnis. [Online: [http://kulonprogokab.go.id/v3/portal/web/view\\_berita/3554/Agribisnis](http://kulonprogokab.go.id/v3/portal/web/view_berita/3554/Agribisnis)]. Diakses pada 28 Februari 2019.
- Nicholson, Walter. 2003. Microeconomics Theory: Basic Principles and Extensions. (Teori Ekonomi Mikro I, alih bahasa: Deliarnov). Rajawali, Jakarta.
- Nisa, U. C. 2017. Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Nyoto. 2016. Analisis Keuntungan Usahatani dan Sistem Pemasaran Jagung Manis di Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Prasetya. 1995. Ilmu Usaha Tani. Fakultas Pertanian UNS, Surakarta.
- Pindyck, R. S. dan Rubinfeld, D. L. 2012. Microeconomi. (Mikroekonomi, alih bahasa: Devri Barnadi Putera). Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Pujiastuti, E. 2015. Jambu Air Eksklusif. Trubus Swadaya. Depok.
- Putong, Iskandar. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Rangkuti, T. N., I. A. Kadir, dan Indra. 2016. Prospek Pengembangan Budidaya Jambu Madu Deli Hijau Di Kelurahan Sumber Karya Kecamatan Binjai Timur Kota Binjai (Studi Kasus pada Usaha Rizki Jambu Madu). JIM Pertanian Unsyiah, 1(1): 439-451.
- Rasyaf. 1996. Memasarkan Hasil Peternakan. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rambe dkk. 2000. Pengkajian Alternatif Teknologi dan Efisiensi Pemupukan.dalam Seminar BPTP Sukarami 16 Januari 1997.
- Reza Kesuma. 2016. Analisis Usahatani Dan Pemasaran Bawang Merah Di Kabupaten Tanggamus. Jurusan Agribisnis. Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jiia, Volume 4 No. 1, Januari 2016

- Rohadi, dkk.1993. Agrobisnis Tanaman Sayur. Swadaya, Jakarta.
- Rudini, 2000. Profil Propinsi Republik Indonesia Sulawesi Tengah. Yayasan
- Ruswidyaningrum, 2003. Analisis Efisiensi Pemasaran Tembakau Asapan, Di Kabupaten Wonosobo. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas SebelasMaret Surakarta. Tidak dipublikasikan.
- Syahyuti. 2007. Kebijakan pengembangan dan gabungan kelompok tani (gapoktan) sebagai kelembagaan ekonomi di perdesaan. Analisis Kebijakan Pertanian. Vol. 5. no. 1: 15-35.
- Santoso dan Tjiptono. 2002. Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi SPSS. PT. Gramedia, Jakarta.
- Saragih, Bungaran. 2001. Suara dari Bogor: Membangun Sistem Agribisnis. Yayasan USESE bekerjasama dengan Sucofindo, Bogor.
- Saragih Bungaran, 2004. Kuliah Tamu Perkembangan Mutakhir Pertanian Indonesia dan Agenda Pembangunan Ke Depan. Universitas Brawijaya. Malang
- Singarimbundan Effendi. 2002. Metode Penelitian Survey. LP3ES, Jakarta.
- Situmorang.dan Suprihatini. 1988. Pemasaran Teh di Wilayah PIR Lokal Dan Kebun Teju Jawa Barat. Forum Penelitian Agroekonomi Fakultas Pertanian UGM, Yogyakarta.
- Soeharjo, A dan Patong. 1973. Sendi-Sendi Pokok Usahatani. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Soeharto, Prawirokusumo. 1990. Ilmu Usahatani. BPFE, Yogyakarta.
- Soetriono Salyo. 2003. Pengantar IlmuPertanian Umum. Universitas Brawijaya, Malang.
- Soekartawi. 1987. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Penerbit Rajawali, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi). PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 1994. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. UI-Press, Jakarta.
- Soekartawi.1999. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri . Rajagrafindo Pustaka, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2009. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta

- Soekartawi. 2014. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Stanton. 2002. Prinsip Pemasaran jilid 2. (Diterjemahkan oleh: Sadu Sundaru). Erlangga, Jakarta.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press, Malang
- . 2004. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang
- Sugiarto, dkk. 2001. Teknik Sampling. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sumarno. 1996. Model pengembangan agribisnis kacang tanah. dalam Saleh. N, K.H. Hendroatmojo. A. Kasno, A.G. Manshuri, dan A. Winarto (Penyunting). Risalah Seminar Prospek Abribisnis Kacang Tanah di Indonesia. Edisi Khusus BALITKABI No.7. 102-128.
- Supardi, S. 2000. Pengantar Ilmu Ekonomi. UNS, Surakarta
- Suparmoko. 2001. Ekonomika Untuk Manajerial. BPF, Yogyakarta.
- Supriyadi Hendayana & Swastika. 2002. Laporan Akhir Survei Pendasaran Penelitian dan Pengkajian Paket Teknologi
- Suryanto, B. 2004. Peran Usahatani Ternak Ruminansia Dalam Pembangunan Agribisnis berwawasan lingkungan. Pidato pengukuhan Guru Besar dalam Ilmu Manajemen usahatan. Undip Semarang 6 Oktober 2004. Bp Universitas Diponegoro. Semarang.
- Todaro, M. 2001. Economic Development in The Third World, Second Edition. New York. Longman Inc.
- Tohir Kaslan. 2000. Seuntai Pengetahuan Tentang Usaha Tani Indonesia. Bina Aksara, Jakarta.
- Wahyudy, H. A., Khairizal, K., & Heriyanto, H. (2019). Perkembangan Ekspor Karet Alam Indonesia. *Dinamika Pertanian*, 34(2), 1-8.
- Widodo. 2004. Indikator Ekonomi. Dasar Perhitungan Perekonomian Indonesia. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Wibowo, A. 2008. Analisis Pemasaran Beras di Kabupaten Klaten. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tidak dipublikasikan
- Widoyo. 2003. Masalah Input Perkebunan Tembakau. Perkebunan Indonesia di Masa Depan. Yayasan Agroekonomika, Jakarta