

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN JAMBU BIJI  
DI DESA PERAWANG BARAT KECAMATAN TUALANG  
KABUPATEN SIAK**

Oleh:

**PERRY MANALU**

**144210299**

**SKRIPSI**

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



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2020**

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN JAMBU BIJI  
DI DESA PERAWANG BARAT KECAMATAN TUALANG  
KABUPATEN SIAK**

**SKRIPSI**

**NAMA : PERRY MANALU**

**NPM : 144210299**

**PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**MENYETUJUI :**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Ir. Tibrani, M.Si**

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**KETUA PROGRAM STUDI  
AGRIBISNIS**

**Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP.**

**Sisca Vaulina, SP., MP.**

## ABSTRAK

### **PERRY MANALU(144210299).Analisis Usahatani dan Pemasaran Jambu Biji di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Di bawah bimbingan Bapak Ir. Tibrani, M.Si.**

Desa Perawang Barat merupakan salah satu daerah penghasil jambu biji yang ada di Kecamatan Tualang. Lemahnya daya tawar (*bargaining power*) petani dalam kegiatan pemasaran dan cenderung berposisi sebagai penerima harga (*price taker*) berapapun harga jual yang ditetapkan pedagang. Penelitian ini bertujuan menganalisis: (1) karakteristik petani dan pedagang; (2) Biaya, pendapatan, dan efisiensi usahatani jambu biji; (3) saluran, biaya, margin, keuntungan pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survei, yang mengambil lokasi di di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau. Pengambilan responden petani dilakukan secara sensus dengan populasi sebanyak 31 orang, dan sampel pedagang dipilih secara *purposive sampling* (sengaja) yaitu sebanyak 10 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Karakteristik petani jambu biji yaitu: rata-rata umur petani diperoleh yaitu 44,10 tahun (produktif); rata lama pendidikan 10,26 tahun (setara SMA); rata-rata pengalaman berusaha tani yaitu 8,00 tahun (cukup lama); dan rata-rata tanggungan keluarga petani yaitu sebanyak 4 orang. Sedangkan pedagang memiliki rata-rata umur sebesar 47,70 tahun (produktif), lama pendidikan 8,60 tahun (setara SMP), pengalaman berusaha 7,90 tahun (cukup lama), jumlah tanggungan keluarga 3 orang, dan rata-rata luas lahan usahatani yaitu 0,25 ha; (2) Pada usahatani jambu biji biaya produksi yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp. 13.261.545/grpn/thn, terdiri atas biaya variabel Rp. 13.060.223(98,48%) dan biaya tetap Rp. 201.323/grpn/thn (1,52%); (b) pendapatan kotor diperoleh yaitu sebesar Rp. 33.743.768/grpn/thn, dengan produksi sebesar 4.821 kg dan harga Rp. 7.000/kg; pendapatan bersih diperoleh sebesar Rp. 20.482.223/grpn/thn; (c) Efisiensi atau RCR diperoleh sebesar 2,54 yang artinya sudah menguntungkan dan layak untuk diusahakan. (3) Pada pemasaran diketahui terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, yang membentuk 2 saluran pemasaran. Biaya pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 1.774/kg dan saluran II Rp. 1.472/kg. Margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 10.500/kg dan saluran II Rp. 5.000/kg. Keuntungan pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 8.726/kg dan saluran II Rp. 3.528/kg. Efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran II ( $E_p = 9,81\%$ ) lebih efisien dibandingkan saluran I ( $E_p = 10,14\%$ ).

**Keyword: Jambu Biji, Usahatani, Pemasaran, Efisiensi Pemasaran**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “Analisis Usahatani dan Pemasaran Jambu Biji di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak”, dan merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Universitas Islam Riau.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ir. Tibrani, M. Si. Selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, sumbangan pikiran serta arahan dalam penulisan skripsi ini. Kedua orang tua yang telah banyak memberikan pengorbanan baik moril maupun materil. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dekan, Ketua Program Studi, Dosen, Karyawan Tata Usaha Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Rekan-rekan seperjuangan agribisnis yang telah banyak memberikan dorongan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini, telah di upayakan sebaik mungkin, namun apabila terdapat kekurangan, saya mengharapkan masukan atau saran perbaikan demi kesempurnaan skripsi ini agar bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, Desember 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
1.4. Ruang Lingkup Penelitian .....	5
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1. Karakteristik Petani .....	6
2.1.1. Umur.....	6
2.1.2. Tingkat Pendidikan .....	8
2.1.3. Pengalaman Berusaha.....	10
2.1.4. Tanggungan Keluarga .....	11
2.2. Jambu Biji ( <i>Psidium guajava L.</i> ) .....	12
2.2.1. Klasifikasi dan Morfologi.....	12
2.2.2. Kandungan Gizi .....	13
2.2.3. Teknik Budidaya .....	14
2.3. Usahatani .....	18
2.3.1. Faktor Produksi.....	20

2.3.2. Produksi.....	24
2.3.3. Pendapatan.....	25
2.4. Efisiensi Usahatani.....	26
2.5. Pemasaran.....	28
2.5.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	29
2.5.2. Fungsi Pemasaran.....	32
2.5.3. Biaya, Margin, dan Keuntungan Pemasaran.....	33
2.5.4. Efisiensi Pemasaran.....	35
2.6. Penelitian Terdahulu.....	37
2.7. Kerangka Pemikiran.....	46
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1. Metode, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	48
3.2. Teknik Pengambilan Responden.....	48
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4. Konsep Operasional.....	49
3.5. Analisis Data.....	52
3.5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang Jambu Biji di Desa Perawang Barat.....	52
3.5.2. Biaya, Pendapatan, Efisiensi, dan pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat.....	52
3.5.3. Saluran, Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Jambu Biji di Desa Perawang Barat.....	55
<b>IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
4.1. Geografis dan Topografi.....	57
4.2. Kependudukan.....	58
4.2.1. Umur.....	58
4.2.2. Pendidikan.....	59
4.3. Mata Pencaharian.....	61
4.4. Sarana dan Prasarana.....	62

4.5. Kondisi Pertanian.....	63
<b>V. HASIL DAN PEMABAHASAN.....</b>	<b>65</b>
5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang.....	65
5.1.1. Umur.....	66
5.1.2. Lama Pendidikan.....	67
5.1.3. Pengalaman Berusaha.....	68
5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	69
5.1.5. Luas Lahan Usahatani.....	69
5.2. Analisis Usahatani.....	70
5.2.1. Biaya Produksi.....	70
5.2.2. Pendapatan.....	75
5.2.3. Efisiensi Usahatani.....	76
5.3. Analisis Pemasaran.....	77
5.3.1. Saluran dan Lembaga Pemasaran.....	77
5.3.2. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran.....	79
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
6.1. Kesimpulan.....	83
6.2. Saran.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan, Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Jambu Biji Berdasarkan Kecamatan yang Ada di Kabupaten Siak, Tahun 2018....	2
2. Kandungan Gizi Pada Tiap 100 Gram Jambu Biji.....	14
3. Anjuran Dosis Pemupukan Tanaman Jambu Biji.....	16
4. Distribusi Jumlah Penduduk Dirinci Menurut Kelompok Umur di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Tahun 2018.....	58
5. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Tahun 2018. ....	59
6. Jumlah Sekolah, Murid, dan Guru di Desa Perawang Barat, Tahun 2018.....	60
7. Jumlah Penduduk yang Berkerja Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Perawang Barat Tahun 2018.....	61
8. Jumlah Fasilitas Umum di Desa Perawang Barat, Tahun 2018.....	63
9. Karakteristik Petani dan Pedagang Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	65
10. Distribusi Luas Lahan Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2019.....	70
11. Rincian Biaya Produksi Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	71
12. Rincian Penggunaan Tenaga Kerja pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	74
13. Rincian Penyusutan pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	75
14. Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	76
15. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Jambu biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 (Rp/kg).....	80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian .....	47
2. Lembaga dan Saluran Pemasaran Jambu biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteritik Petani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 .....	90
2. Karakteritik Pedagang Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 .....	91
3. Penggunaan, Harga, Nilai, dan Penyusutan Alat pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	93
4. Penggunaan, Harga, dan Nilai Sarana Produksi Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	98
5. Penggunaan dan Upah Tenaga Kerja pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 .....	102
6. Rekapitulasi Biaya Produksi pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.....	107
7. Produksi, Harga, Pendapatan, dan Efisiensi Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 .....	108
8. Analisis Pemasaran Jambu Biji di Desa Perawang Barat Tahun 2020 .....	109

Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia dikenal sebagai negara agraris karena pertanian merupakan mata pencaharian utama masyarakatnya, hal ini ditunjukkan dari tingginya persentase penyerapan tenaga kerja dari sektor pertanian dimana pada Tahun 2018 menyumbang sebesar 30,46%, merupakan tertinggi di antara sektor lainnya. Sementara itu, sektor pertanian juga berperan sangat penting bagi perekonomian di Indonesia, jika dilihat dari kontribusi terhadap PDB atas harga berlaku, pada tahun 2018 sektor pertanian menyumbang sebesar 12,81% yang merupakan tertinggi nomor 3 setelah sektor industri dan perdagangan (BPS, 2019).

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 horti 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.

Jambu biji merupakan salah satu komoditas hortikultura dan termasuk buah komersial karena sudah sangat dikenal oleh masyarakat. Jambu biji sangat disukai banyak orang karena rasa buahnya yang manis dan menyegarkan serta

kandungannya beragam(Cahyono, 2010). Meskipun begitu tingkat kepopuleran jambu biji sebagai buah konsumsi sehari-hari masih jauh jika dibandingkan dengan pisang, jeruk, nenas, dan semangka. Padahal jambu biji memiliki gizi yang tinggidengan kandungan vitamin C sebesar 228 mg/100gram, lebih tinggi empat kali lipat jika dibanding jeruk nipis(53mg/100gram) (Hindun, 2018).

Kabupaten Siak merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Riau. Berdasarkan data BPS (2019) pada Tahun 2018 Kabupaten Siak menyumbang produksi jambu biji sebesar 6% (363,44 ton) dari total produksi yang ada di Riau (6.060 ton). Berikut merupakan data luas lahan, produksi dan produktivitas jambu biji di beberapa kecamatan yang ada di di Kabupaten Siak.

Tabel 1. Luas Lahan, Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Jambu Biji Berdasarkan Kecamatan yang Ada di Kabupaten Siak, Tahun 2018.

No	Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Siak	0,15	2,76	18,40
2	Bungaraya	0,58	10,64	18,34
3	Dayun	1,80	34,99	19,44
4	Koto Gasib	1,88	34,59	18,40
5	Kandis	1,00	18,42	18,42
6	Minas	1,99	36,69	18,44
7	Kerinci Kanan	0,12	2,25	18,75
8	Tualang	5,25	96,69	18,42
9	Sungai Mandau	0,40	7,44	18,60
10	Lubuk Dalam	4,38	80,70	18,42
11	Mempura	0,24	4,42	18,42
12	Sebak Auh	1,84	33,85	18,40
Kabupaten Siak		19,63	363,44	18,51

Sumber: Dinas Pertanian Kabupaten Siak (2019)

Berdasarkan pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa pada Tahun 2018 Kecamatan Tualang menjadi daerah penghasil jambu biji terbesar yang ada di Kabupaten Siak dengan produksi sebesar 96,69 ton dan dengan luas panen

sebesar 5,25 Ha. Kemudian disusul oleh Kecamatan Lubuk Dalam, Minas, dan Dayun dengan jumlah produksi yang masing-masing sebesar 80,70 ton, 36,69 ton, dan 34,99 ton. Meskipun Kecamatan Tualang merupakan daerah penghasil jambu biji terbesar di Kabupaten Siak, namun tidak serta merta menunjukkan bahwa daerah tersebut juga memiliki produktivitas yang tinggi. Dilihat dari produktivitas lahannya, Kecamatan Kerinci Kanan menempati urutan pertama tertinggi dengan produktivitas sebesar 18,75 ton/ha, di susul Kecamatan Lubuk Dalam sebesar 19,60 ton/ha, Dayun dan Minas masing-masing 18,44 ton/ha.

Desa Perawang Barat merupakan salah satu daerah penghasil jambu biji yang ada di Kecamatan Tualang. Berdasarkan survei pendahuluan, di Desa Perawang Barat terdapat 31 orang petani yang mengusahakan jambu biji yang tergabung ke dalam 2 kelompok tani yang merupakan binaan Program *Community Development* (CD) PT. Indah Kiat *Pulp and Paper* (IKPP). Dimana selain memperoleh pembinaan, petani juga mendapat bantuan berupa pinjaman lunak tanpa bunga oleh PT. IKPP. Meskipun begitu dalam mengusahakan jambu biji, petani di Desa Perawang Barat juga menghadapi berbagai kendala khususnya dalam pemasaran jambu biji seperti harga jual yang fluktuatif yang berkisar antara Rp. 16.000 – Rp. 20.000 per kilogram. Selain itu, lemahnya daya tawar (*bargaining power*) dalam kegiatan pemasaran jambu biji cenderung membuat posisi petani menjadi penerima harga (*price taker*) berapapun harga jual yang ditetapkan pedagang.

Berbagai permasalahan tersebut tentu saja semakin lemahnya gairah petani dalam membudidayakan jambu biji sehingga akan semakin menurunnya

jumlah penawaran yang ada. Padahal, jambu biji merupakan salah satu komoditas buah yang memiliki pasaran prospektif, baik untuk pasaran di dalam negeri maupun pasaran diluarnegeri(Cahyono,2010).Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis merasa perlu adanya dilakukan kajian secara lebih lanjut mengenai analisis usahatani jambu biji yang ada di Desa Perawang Barat.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik petani dan pedagang jambu biji di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak?
2. Bagaimana biaya, pendapatan, dan efisiensi pada usahatani jambu biji Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak?
3. Bagaimana saluran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran jambu biji Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak?

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

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik petani dan pedagang jambu biji di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak
2. Biaya, pendapatan, dan efisiensi pada usahatani jambu biji Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak

3. Saluran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran jambu biji  
Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi masyarakat khususnya petani jambu biji, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai usahatani jambu biji sebagai dasar dalam pengembangan usaha.
2. Bagi pemerintah daerah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan yang lebih baik di masa yang akan datang.
3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman dan pengetahuan, disamping untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh derajat Sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

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

Penelitian ini dibatasi hanya dilakukan terbatas hanya pada analisis usahatani dan pemasaran jambu biji yang ada di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau. Kajian penelitian ini mencakup: (1) karakteristik petani dan pedagang jambu biji (meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga; (2) biaya total, pendapatan (pendapatan kotor dan pendapatan bersih), dan efisiensi (3) saluran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Karakteristik Petani

Karakteristik individu adalah perbedaan individu dengan individu lainnya. Dalam konteks organisasi, karakteristik individu adalah ciri khas atau sifat khusus yang dimiliki karyawan yang dapat menjadikan dirinya memiliki kemampuan yang berbeda dengan karyawan yang lainnya untuk mempertahankan dan memperbaiki kinerjanya (Aktorina, 2014). Menurut Robbins dkk (2014) bahwa karakteristik individu adalah kemampuan, karakteristik-karakteristik biografis, pembelajaran, sikap, kepribadian, persepsi, dan nilai. Menurut Bashaw dan Grant (1994) mengemukakan beberapa ciri-ciri pribadi meliputi: jenis kelamin, status perkawinan, usia, pendidikan, pendapatan keluarga, dan masa jabatan. Sedangkan menurut Nimran (1997) bahwa karakteristik individu adalah ciri-ciri biografis, kepribadian, persepsi dan sikap.

#### 2.1.1. Umur

Umur dijadikan sebagai salah satu indikator yang ikut menentukan produktif atau tidaknya seseorang dalam bekerja. Menurut BPS (2017), kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok produktif dan kelompok umur 65 tahun ke atas sebagai kelompok penduduk yang tidak lagi produktif. Menurut Mantra (2004) menyatakan bahwa umur produktif secara ekonomi dibagi menjadi 3 klasifikasi, yaitu kelompok umur 0-14 tahun merupakan usia belum produktif, kelompok umur 15-64 tahun merupakan kelompok usia produktif, dan kelompok umur di atas 65 tahun merupakan



kelompok usia tidak lagi produktif. Usia produktif merupakan usia ideal untuk bekerja dan mempunyai kemampuan untuk meningkatkan produktivitas kerja serta memiliki kemampuan yang besar dalam menyerap informasi dan teknologi yang inovatif di bidang usahanya.

Umur pengusaha adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usaha, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dengan kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2003). Umur seseorang menentukan prestasi kerja dan kinerja, semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun prestasinya. Namun, dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2015).

Pengusaha yang umumnya lebih tua kondisi fisiknya kurang, tetapi bekerja ulet, tanggung jawabnya besar serta absensinya dan turn overnya rendah (Hasibuan, 2007). Pengusaha yang lebih muda dalam hal hal usia maupun mengalami berusaha memiliki kemungkinan lebih besar untuk menerima ide baru dan sedikit metode lama sehingga akan memudahkan untuk merubah sistem dari satu sistem ke sistem lain (Choirolunnisa, 2008). Sedangkan pengusaha yang berusia lanjut akan sulit untuk diberikan pengertian-pengertian yang dapat merubah pola pikir, cara kerja, dan cara hidup.

### 2.1.2. Tingkat Pendidikan

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan disebutkan bahwa jenjang pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditetapkan berdasarkan tingkat perkembangan peserta didik, tujuan yang akan dicapai, dan kemampuan yang dikembangkan. Satuan pendidikan adalah kelompok layanan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan jalur formal, non formal, dan informal pada setiap jenjang dan jenis pendidikan. Menurut Simanjuntak (2001), pendidikan memberikan pengetahuan bukan saja yang langsung dengan pelaksanaan tugas, akan tetapi juga landasan untuk memperkembangkan diri serta kemampuan memanfaatkan semua sarana yang ada di sekitar kita untuk kelancaran pelaksanaan tugas.

Pendidikan merupakan faktor pelancar yang dapat mempercepat pembangunan usaha, dengan pendidikan yang baik seorang pengusaha akan mudah mengadopsi teknologi baru, mengembangkan keterampilan dan memecahkan permasalahan yang dihadapi (Mosher, 1983). Tingkat pendidikan seseorang cenderung mempengaruhi cara berfikir dan tingkat penerimaan mereka terhadap inovasi dan teknologi baru. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi teknologi, sebaliknya, seseorang yang berpendidikan rendah agak sulit melaksanakan adopsi teknologi dengan cepat (Soekartawi, 2006).

Pendidikan seseorang tidak selalu melalui proses belajar formal, namun juga dapat melalui berbagai rangkaian aktivitas atau pengalaman yang pernah dilalui (Rakhmad, 2001). Tingkat pendidikan formal maupun non formal akan

mempengaruhi cara berfikir yang diterapkan pada usahanya yaitu dalam rasionalitas usaha dan kemampuan dalam memanfaatkan setiap kesempatan yang ada. Hasyim (2003) mengatakan tingkat pendidikan formal yang dimiliki petani akan menunjukkan tingkat pengetahuan serta wawasan yang luas untuk petani menerapkan apa yang diperolehnya untuk peningkatan usahatani. Tingkat pendidikan petani dimana petani yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi. Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak.

Dari segi pendidikan ciri-ciri bagi adopter yang lebih inovatif, yaitu lebih berpendidikan, termasuk lebih menguasai kemampuan baca tulis. Orang yang cepat berhenti dari penggunaan inovasi itu pendidikannya kurang, status sosialnya rendah, kurang berhubungan dengan agen pembaharu (Hanafi, 1987). Mereka yang berpendidikan tinggi akan relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi. Begitu pula sebaliknya mereka yang berpendidikan rendah akan sulit melaksanakan adopsi inovasi dengan cepat (Soekartawi, 2006).

Menurut Todaro (2000) alasan pokok mengenai pengaruh dari pendidikan formal terhadap distribusi pendapatan adalah adanya korelasi positif antara pendidikan seseorang dengan penghasilan yang akan diperolehnya. Menurut Rahardja dan Manurung (2005) semakin tinggi pendidikan seseorang pengeluaran konsumsinya juga akan semakin tinggi, sehingga mempengaruhi pola konsumsi dan hubungannya positif. Pada saat seseorang atau keluarga memiliki pendidikan yang tinggi, kebutuhan hidupnya semakin banyak. Kondisi ini disebabkan karena yang harus mereka penuhi hanya sekedar kebutuhan

untuk makan dan minum, tetapi juga kebutuhan informasi, pergaulan di masyarakat baik, dan kebutuhan akan pengakuan orang lain terhadap keberadaannya.

### **2.1.3. Pengalaman Berusaha**

Pengalaman menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengakibatkan dan menghasilkan adanya diri yang timbal balik serta penyesuaian kecakapan dengan situasi baru. Pengalaman juga dapat membentuk sikap sebagai proses semakin meningkatnya pengetahuan yang dimiliki pengusaha termasuk di dalamnya pengalaman penggunaan teknologi baru. Rakhmad (2001), menyatakan bahwa ada pengalaman menyenangkan dan menyakitkan terhadap suatu objek. Orang akan mengembangkan sikap positif terhadap objek bila itu menyenangkan, sebaliknya bila itu menyakitkan ia akan mengembangkan sikap negatif.

Soekartawi (2006) mengatakan pengalaman seseorang dalam berusahaberpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Pengusaha yang sudah lama bertani akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada petani pemula atau petani baru. Pengusaha yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan dimikian pula dengan penerapan teknologi. Menurut Padmowihardjo (1999) pengalaman merupakan pengetahuan yang dialami seseorang dalam kurun waktu yang tidak ditentukan. Pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan akan berdampak positif untuk melanjutkan adopsi suatu inovasi.

Pengalaman kerja dapat memperdalam dan memperluas kemampuan kerja. Semakin sering seseorang melakukan pekerjaan yang sama, semakin terampil dan semakin dia menyelesaikan pekerjaan tersebut. Semakin banyak macam pekerjaan yang dilakukan seseorang, pengalaman kerjanya semakin kaya dan luas, dan memungkinkan peningkatan kinerja pekerjaannya (Simanjuntak, 2005).

#### **2.1.4. Tanggungan Keluarga**

Tanggungan keluarga adalah semua orang yang tinggal satu rumah dan satu dapur dimana kebutuhan hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Menurut Mantra (2004) yang termasuk jumlah anggota keluarga adalah seluruh jumlah anggota keluarga rumah tangga yang tinggal dan makan dari satu dapur dengan kelompok penduduk yang sudah termasuk dalam kelompok tenaga kerja. Kelompok yang dimaksud makan dari satu dapur adalah bila pengurus kebutuhan sehari-hari dikelola bersama-sama menjadi satu. Jadi, yang termasuk dalam jumlah anggota keluarga adalah mereka yang belum bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari karena belum bekerja (dalam umur non produktif) sehingga membutuhkan bantuan orang lain (dalam hal ini orang tua).

Menurut Badan Koordinasi Keluarga Berencana Nasional (BKKBN, 2010) jumlah tanggungan keluarga adalah jumlah seluruh anggota keluarga yang berada dalam tanggungan keluarga. Pengelompokan ukuran rumahtangga berdasarkan jumlah anggota rumahtangga adalah sebagai berikut: (1) rumahtangga kecil adalah rumahtangga yang jumlah anggotanya kurang atau sama dengan empat orang; (2) rumahtangga sedang adalah rumahtangga yang memiliki anggota antara lima sampai tujuh orang; (3) rumahtangga besar adalah

rumah tangga dengan jumlah anggota lebih dari tujuh orang. Besarnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin banyaknya jumlah tanggungan keluarga atau jumlah anggota keluarga yang ikut makan maka secara tidak langsung akan memaksa tenaga kerja tersebut untuk mencari tambahan pendapatan (Wirosuhardjo, 1996).

## **2.2. Jambu Biji (*Psidium guajava L.*)**

### **2.2.1. Klasifikasi dan Morfologi**

Tanaman jambu biji (*Psidium guajava L.*) merupakan tanaman buah jenis perdu, dalam bahasa Inggris disebut Lambo guava. Tanaman jambu ini berasal dari Brazilia Amerika Tengah yang pertama kali ditemukan oleh oleh Nikolai Ivanovich Vavilov saat melakukan ekspedisi ke beberapa negara di Asia, Afrika, Eropa, Amerika Selatan, dan Uni Soviet antara tahun 1887-1942. Seiring berjalannya waktu tanaman ini kemudian menyebar ke negara seperti Australia, Thailand, Taiwan, Jepang, Malaysia dan ke beberapa negara asia lainnya termasuk Indonesia. Di Indonesia jambu biji sering disebut juga sebagai Jambu Klutuk, Jambu Siki, atau Jambu Batu (Parimin, 2007; Kuntarsih, 2006).

Tanaman jambu biji merupakan salah satu spesies dari famili *Myrtaceae*. Jambu biji yang berbentuk bulat dan berbentuk buah pir dahulu dianggap sebagai spesies terpisah, tetapi sekarang hal tersebut dianggap sebagai variasi saja. Secara taksonomi jambu biji diklasifikasikan sebagai berikut (Soedarya 2010):

Kingdom : *Plantae*  
Divisi : *Spermatophyta*  
Class : *Dicotyledoneae*

Ordo : *Myrtales*  
Famili : *Myrtaceae*  
Genus : *Psidium*  
Spesies : *Psidium guajava L.*

Jambu biji adalah tumbuhan dengan batang yang berkayu, mengelupas, bercabang, dan berwarna coklat, kulit batang licin. Batangnya berkayu, keras, kulit batang licin, mengelupas, berwarna cokelat kehijauan. Memiliki daun berwarna hijau dan tunggal, bertangkai pendek, letak berhadapan, daun muda berambut halus, permukaan atas daun tua licin. Helaian daun berbentuk bulat telur agak jorong, ujung tumpul, pangkal membulat, tepi rata agak melekuk ke atas, pertulangan menyirip, panjang 6-14 cm, lebar 3-6 cm, berwarna hijau. Bunga tunggal, bertangkai, keluar dari ketiak daun, berkumpul 1-3 bunga, berwarna putih. Buahnya buah buni, berbentuk bulat, berwarna hijau sampai hijau kekuningan. Daging buah tebal, buah yang masak bertekstur lunak, berwarna putih kekuningan atau merah jambu. Biji buah banyak mengumpul di tengah, kecil-kecil, keras, berwarna kuning kecoklatan (Hapsah, 2011).

### 2.2.2. Kandungan Gizi

Jambu biji (*Psidium guajava L.*) terkenal sebagai sumber antioksidan, phytochemicals, tannin, fenol, triterpen, flavonoid, saponin, lektin, asam askorbat, karotenoid dan polifenol. Buah dan daun dari pohon jambu biji memiliki aroma khas karena mengandung minyak atsiri atau biasa dikenal dengan eugenol. Kandungan minyak atsiri pada buahnya mencapai 14% (Hadiati dan Apriyanti, 2015). Jambu biji adalah jenis buah tropis yang sangat kaya akan

vitamin C, bahkan tiga kali lipat dibandingkan jeruk, 10 kali lipat dibandingkan pepaya serta 30 kali lipat dibandingkan pisang. Kandungan vitamin A buah jambu biji tergolong tinggi dengan kadar gula 8%. (Hindun, 2018). Menurut Ditjen BPPHP Departemen Pertanian (2002), adapun gizi yang terkandung dalam tiap 100 gram jambu biji adalah dapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kandungan Gizi Pada Tiap 100 Gram Jambu Biji

No	Gizi	Satuan	Kandungan (per 100 gr)
1	Kalori	kal	49,00
2	Protein	gr	0,90
3	Lemak	gr	0,30
4	Karbohidrat	mg	12,20
5	Kalsium	mg	14,00
6	Fosfor	mg	28,00
7	Zat Besi	mg	1,10
8	Vitamin A	SI	25,00
9	Vitamin B1	mg	0,05
10	Vitamin B2	mg	0,04
11	Vitamin C	mg	87,00
12	Niacin	mg	1,10
13	Serat	gr	5,60
14	Air	grm	86,00

Sumber: Ditjen BPPHP Departemen Pertanian (2002)

### 2.2.3. Teknik Budidaya

Tanaman jambu biji dapat tumbuh di berbagai tempat dan kapan saja, tumbuh baik pada dataran menengah. Tanaman jambu biji dapat tumbuh pada hampir semua jenis tanah; lempung, berat, kapur, rawa, agak berpasir, tanah berkerikil di dekat aliran sungai maupun pada tanah kapur (Utami 2008). Tanaman jambu biji juga sangat toleran terhadap kondisi cekaman lingkungan, misalnya kekeringan, lahan berbatu, pH rendah, dan sebagainya. Di daerah tropis jambu tumbuh di dataran rendah hingga ketinggian 1500 m dpl. Tanaman jambu



biji dapat tumbuh pada temperatur 15 sampai 45 °C, tanaman jambu biji yang masih kecil dapat mati pada suhu -2,78 sampai -2,22 °C. Hasil terbaik diperoleh pada suhu 23-28 °C dengan curah hujan 1.000-2.000 mm/tahun. Rasa buah jambu biji pada musim hujan kurang manis dibandingkan dengan buah hasil panen pada musim kemarau. Tampaknya hal ini disebabkan pengaruh intensitas sinar matahari, karena tanaman jambu biji menyukai sinar matahari penuh tanpa naungan. Tanaman jambu biji termasuk tipe C3, lama penyinaran optimum yang dibutuhkan adalah 15 jam per hari (Nakasone & Paull 1999; Utami 2008). Tanaman jambu cukup toleran terhadap kisaran pH 4,2-8,2 serta terhadap salinitas. Pada tanah yang kurang subur pun, misalnya berbatu-batu, masih mampu tumbuh, sekalipun hasilnya akan berkurang (Ashari 2006). Menurut Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat (2019) adapun teknik budidaya tanaman jambu biji adalah sebagai berikut:

#### 2.1.4.1. Penanaman

Kegiatan penanaman meliputi; persiapan lahan, pembuatan lubang tanam dan penanaman. Pada tahap persiapan lahan tanaman jambu biji dapat dimulai dengan cara membersihkan sekaligus meratakan dan mengemburkan semak belukar (rumput berkayu) dan rumput alang-alang dapat dengan cara manual (cangkul) atau mesin (bajak). Pembuatan lubang tanam dilakukan 1 minggu, saat memasuki musim penghujan dengan ukuran lubang tanam 75 cm x 75 cm x 75 cm dengan jarak tanam 6 x 8 meter. Perhitungan jumlah bibit jambu kristal yang akan ditanam dalam luasan 1 hektar dengan jarak tanam 6 x 8 meter, membutuhkan bibit sebanyak 208 unit/hektar.

#### 2.1.4.2. Pemupukan

Kegiatan memberikan unsur hara dan memastikan ketersediaan unsur hara terkecukupi didalam tanah yang digunakan untuk pertumbuhan tanaman. Pemupukan jambu kristal diberikan 2 kali dalam setahun,yang dilakukan pada awal musim penghujan dan akhir musim kemarau. Pemupukan diberikan secara melingkar tepat di bawah tajuk tanaman,dengan pemberian dosis.

Tabel 3. Anjuran Dosis Pemupukan Tanaman Jambu Biji

Umur Tanaman (tahun)	Dosis (gram/pokok/tahun)			
	Urea	TSP	KCl	Pupuk kandang
1	150	100	100	400
2	200	150	150	800
3	200	300	300	800
4	250	300	300	1000
5	350	400	400	1200
6	350	500	500	1200
7	500	600	600	1200
> 7	700	800	800	1600

Sumber: Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat (2019)

#### 2.1.4.3. Penanggulangan Serangan Gulma, Hama, dan Penyakit

Serangan gulma (tumbuhan pengganggu tanaman) dapat ditangani dengan melakukan penyiangan yaitu dengan mengurangi sejumlah gulma (rumput liar) yang bersifat sebagai pesaing dan mengganggu pertumbuhan bibit jambu kristal. Caranya dapat dilakukan secara manual yaitu mengkoret dengan cangkul atau dengan penyemprotan pestisida jenis herbisida (racun rumput). Sementara itu penanggulangan serangan hama dan penyakit akan berbeda-beda tergantung kepada jenisnya. Jenis-jenis hama dan penyakit yang mengganggu tanaman jambu biji diantaranya, yaitu:

1. Hama, contohnya seperti lalat buah (*dacus dorsalis*), kutu putih (*pseudococcus citriculus*), kalong dan bajing, ulat (*actronis sp*), ulat daun (*trabala pallida*), ulat keket (*ploneta diducta*), ulat penggerak batang (*indrabela sp*), ulat jengkal (*berta chrysolineate*), semut dan tikus.
2. Penyakit, contohnya seperti beberapa penyakit yang disebabkan oleh *Capnodium spp*, ganggang (*Cihephaleusos Vieccons*), *Rigidoporus Lignosus*, Jamur *Ceroospora psidil*, jamur karat *Puccinia psidil*, jamur *Allola psidil*.

#### 2.1.4.4. Perawatan Buah dan Bunga

Buah yang memiliki kualitas super, memiliki ciri fisik yang mulus dan ukuran yang besar. Untuk mendapatkan buah dengan kondisi prima dibutuhkan pemangkasan atau sortasi buah sejak dini. Bahkan sortasi juga ada yang dilakukan sejak masih berupa kuncup bunga. Sortasi buah yang dilakukan, yaitu:

1. Dalam 1 cabang usahakan maksimal 3 buah yang terbentuk. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan ukuran buah dengan konsentrasi suplai hara ke 3 buah saja, sehingga ukuran buah akan terkontrol.
2. Buang buah yang muncul pada ujung cabang. Buah yang muncul pada ujung cabang umumnya memiliki ukuran kecil, hal ini dikarenakan suplai hara terlebih dahulu digunakan untuk buah yang berada lebih pangkal.
3. Buang buah yang memiliki noda pada lapisan buah. Buah yang mulus tidak memiliki cacat pada kulit luar. Umumnya kerusakan kulit luar buah akibat gigitan hama, menyebabkan bekas pada buah hingga buah matang dan besar.

4. Jika dalam 1 tangkai buah muncul lebih dari 1 buah, maka pilih 1 buah terbaik. Selain dapat dilakukan sortasi buah, dapat pula dilakukan sortasi saat bunga, yaitu pilih bunga dengan ukuran yang lebih besar (gendut).
5. Pembungkusan Buah Jambu Kristal. Pembungkusan buah sangat penting dilakukan, karena buah jambu kristal sangat rentan terhadap panas sinar matahari langsung. Buah akan mengalami penguningan dan merusak fisik buah jika tidak dibungkus. Beberapa alternatif pembungkus buah yang dilakukan dengan menggunakan spon net, kertas koran, dan kertas semen (tahan air) yang lapsi dengankantong plastik bening.

#### 2.1.4.5. Panen Jambu Kristal

Tanaman jambu kristal dari hasil perbanyakan secara okulasi atau sambung pucuk, mulai berbunga dan berbuah setelah memasuki umur tanam 2-3 tahun. Untuk dikonsumsi segar buah dipanen pada umur 109-114 hari setelah bunga mekar. Sedangkan untuk olahan sebaiknya buah dipanen antara 112-113 hari setelah bunga mekar. Teknis panen buah jambu kristal dengan memetik atau memotong tangkai buah. Panen buah jambu kristal berdasarkan perubahan warna kulit yang ditandai dengan ciri-ciri: (1) warna kulit buah hijau muda atau kuning kehijauan dan kulit buah mengkilat; (2) aroma buah mulai harum; (3) rasa buah sudah mulai manis; (4) tekstur daging buah agak lunak.

### 2.3. Usahatani

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,1996).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).

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 Putong (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 tersebut 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.

### **2.3.1. Faktor Produksi**

Faktor Produksi adalah segala sesuatu yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa dalam rangka menambah manfaat suatu barang atau jasa. Faktor produksi terdiri atas faktor produksi asli dan faktor produksi turunan. Faktor produksi asli meliputi faktor produksi alam dan faktor produksi tenaga kerja. Faktor produksi turunan meliputi faktor produksi modal faktor produksi pengusaha. Secara matematis sederhana, fungsi produksi dapat ditulis sebagai berikut (Soekartawi, 1990):

$$\text{Output} = f(\text{input})$$

Dalam ilmu ekonomi, output dinotasikan dengan  $Q$  sedangkan input (faktor produksi) yang digunakan terdiri dari input lahan (*land*), tenaga kerja

(*labour*), modal (*capital*), dan kemampuan kewirausahaan (*entrepreneur*), dengan demikian:  $Q = f(Land, Labour, Capital, Entrepreneur)$

#### 2.3.1.1. Tanah (*Land*)

Hal yang dimaksud dengan istilah *land* atau tanah disini bukanlah sekedar tanah untuk ditanami atau untuk ditinggali saja, tetapi termasuk pula di dalamnya segala sumber daya alam (*natural resources*). Itulah sebabnya faktor produksi yang pertama ini sering kali disebut dengan sebutan *natural resources* di samping itu juga sering disebut *land*. Dengan demikian, istilah tanah atau *land* maksudnya adalah segala sesuatu yang bisa menjadi faktor produksi dan berasal atau tersedia di alam tanpa usaha manusia, meliputi lahan, air, iklim, dan sumberdaya alam lainnya (Rosyid, 2009).

Definisi lahan menurut Sitorus (2004) merupakan bagian dari bentang alam (*landscape*) yang mencakup pengertian lingkungan fisik termasuk iklim, topografi atau relief, hidrologi termasuk keadaan vegetasi alami yang semuanya secara potensial akan berpengaruh terhadap penggunaan lahan. Penggunaan lahan dapat dikelompokkan dalam dua golongan besar yaitu penggunaan lahan pertanian dan penggunaan lahan non-pertanian. Penggunaan lahan pertanian dibedakan atas tegalan, sawah, kebun, padang rumput, hutan produksi, hutan lindung dan sebagainya, sedangkan penggunaan lahan non pertanian dibedakan dalam penggunaan kota atau desa (pemukiman), industri, rekreasi, pertambangan dan sebagainya (Arsyad, 1989).

#### 2.3.1.2. Tenaga Kerja (*Labour*)

Tenaga kerja manusia (*labour*) bukanlah semata-mata kekuatan manusia untuk mencangkul, menggergaji, bertukang, dan segala kegiatan fisik lainnya. Hal yang dimaksud disini memang bukanlah sekedar labor atau tenaga kerja saja, tetapi yang lebih luas yaitu sumber daya manusia (*human resources*) Di dalam istilah *human resources* atau sumber daya manusia mencakup tidak saja tenaga fisik atau tenaga jasmani manusia tetapi juga kemampuan mental atau kemampuan non fisik, tidak saja tenaga terdidik tetapi juga tenaga yang tidak terdidik. *Human resources* itu terkumpullah semua atribut atau kemampuan manusiawi yang dapat disumbangkan untuk memungkinkan dilakukannya proses produksi barang dan jasa (Rosyid, 2009).

#### 2.4.1.3. Modal (*Capital*)

Faktor produksi modal (*capital*) adalah semua hasil produksi berupa benda yang diciptakan untuk menghasilkan barang atau jasa yang lain. Modal (*capital*) tidak hanya terbatas kepada modal berbentuk uang (*money capital*), namun juga termasuk barang-barang yang digunakan untuk produksi atau biasa disebut dengan barang modal riil (*real capital goods*) (Rosyid, 2009). Modal dalam bentuk dapat digunakan pengadaan barang modal seperti pengadaan sarana produksi yang meliputi bahan baku, langsung, biaya bahan baku dan lain-lain(Suparmoko, 2001).

1. 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).

2. Biaya variabel (*varibale cost*) adalah biaya yang berubah-ubah mengikuti besar kecilnya volume produksi, misalnya pengeluaran untuk sarana produksi biaya pengadaan bibit, pupuk, obat-obatan, pakan dan lain sebagainya.

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, 1996):

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.

### 2.3.2. 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 tau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Lebih lanjut Putong (2003) mengatakan produksi atau memproduksi manambahkan 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.

### 2.3.3. 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:

#### 2.3.4.1. 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.

#### 2.3.4.2. 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. Efisiensi Usahatani**

Pendapatan yang tinggi tidak selalu menunjukkan efisiensi yang tinggi, karena kemungkinan pendapatan yang besar tersebut diperoleh dari investasi yang besar. Efisiensi mempunyai tujuan memperkecil biaya produksi per satuan produk yang dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan yang optimal. Cara

yang ditempuh untuk mencapai tujuan tersebut adalah memperkecil biaya keseluruhan dengan mempertahankan produksi yang telah dicapai untuk memperbesar produksi tanpa meningkatkan biaya keseluruhan (Rahardi, 1999). 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 berproduksi, 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, 2006).

## 2.5. Pemasaran

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. 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 perspektif islam sendiri, dalam proses pemasaran itu sendiri manusia diperintahkan untuk menghindari kebathilan atau kecurangan dan harus saling menguntungkan antara ke dua belah pihak yang terlibat. Seperti yang tercantum dalam Surat An-Nisa ayat 29 yang artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang*

*batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.”(QS. An-Nisa 29)*

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

### **2.6.1.1.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.

#### **2.6.1.2. 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 (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 disrtibusi 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 distrinusi 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 took-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (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. Skala produksi. 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.

### 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 dan 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**

#### **a. Biaya 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 ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena: a). macam komoditas, b) lokasi pemasaran, c) macam lembaga pemasaran serta, d) efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002). Penggolongan biaya pemasaran menurut Mulyadi (2005), secara garis besar biaya pemasaran dapat dibagi menjadi dua golongan: (1) Biaya untuk mendapatkan pesanan (*order getting costs*) yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk

memperoleh pesanan. (2) Biaya untuk memenuhi pesanan (*order filling costs*) yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan agar supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan piutang dari pembeli. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkutan, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain-lain.

#### **b. Marjin Pemasaran**

Marjin pemasaran secara umum adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, marjin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan harga pada tingkat usaha tani dengan harga di tingkat konsumen, atau dengan kata lain perbedaan harga antara dua tingkat pasar. Selain itu, marjin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen, tetapi dapat juga dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir (Hasyim, 2012).

Marjin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu dari sudut pandang harga dan dari sudut pandang biaya pemasaran. Marjin pemasaran ditinjau dari sudut pandang harga menurut Sudiyono (2001) adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Sedangkan marjin pemasaran bila ditinjau dari sudut pandang biaya pemasaran menurut Sudiyono (2001) merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sehingga akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran. Komponen marjin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran.

### **c. Keuntungan Pemasaran**

Keuntungan pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga yang dibayarkan produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima (Soekartawi, 1993).

Manfaat dari analisis keuntungan menurut Lipsey *et all.*, 1995, untuk menilai sejauh mana perubahan menggunakan sumber daya langka dengan sebaik-baiknya. Besarnya keuntungan usaha pedagang lateks karet tergantung pada besarnya penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu yang ditetapkan. Oleh karena itu, tujuan dari perusahaan ataupun pedagang adalah untuk memaksimalkan keuntungan usahanya agar pedagang memperoleh keuntungan maka pedagang harus memaksimalkan penerimaan dan meminimumkan biaya.

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

Pengukuran efisiensi pemasaran menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002).

Menurut Sudiyono (2002) suatu proses pemasaran dikatakan efisien apabila: (1) output tetap konstan dicapai dengan input yang lebih sedikit; (2) output meningkat sedangkan input yang digunakan tetap konstan; (3) Output dan input sama-sama mengalami kenaikan, tetapi laju kenaikan output lebih cepat daripada laju input; (4) Output dan input sama-sama mengalami penurunan, tetapi laju penurunan output lebih lambat daripada laju penurunan input.

Pasar komoditas pertanian yang tidak efisien akan terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Efisiensi pemasaran dapat terjadi, yaitu *pertama*, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi; *kedua*, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; *ketiga*, tersedianya fasilitas fisik pemasaran; dan *keempat* adanya kompetisi pasar yang sehat. Efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang bersangkutan (Rahim dan Hastuti, 2005).

Pada pemasaran yang efisien, harga-harga barang harus bergerak serempak serta merespon kekuatan permintaan dan penawaran, akurasi dan kecepatan perubahan harga pasar terbentuk oleh saling berpengaruhnya satu pasar dengan pasar yang lainnya (Kumar, 2007). Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap sistem pemasaran efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah (Soekartawi, 2000). Sistem pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi dua syarat yaitu:

(1) Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan (2) mampu melakukan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditi 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. Penelitian Terdahulu

Putra (2017), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Jambu Biji Kristal (Studi Kasus: Desa Bantarsari, Kecamatan Rancabungur Kabupaten Bogor). Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis dan membandingkan pendapatan usahatani, lembaga, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, dan efisiensi pemasaran usahatani jambu biji kristal petani anggota dan non anggota Poktan Rukun Tani. Lokasi penelitian yang dipilih yaitu di Desa Bantarsari, Kecamatan Rancabungur, Kabupaten Bogor. Sampel dipilih secara *purposive* (sengaja) dengan jumlah kelompok sampel petani anggota poktan sebanyak 10 orang dan non anggota sebanyak 25 anggota. Metode analisis untuk mengetahui efisiensi pendapatan usahatani jambu

biji menggunakan R/C ratio dan untuk pemasaran menggunakan marjin pemasaran, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: Pendapatan bersih usahatani jambu biji kristal petani anggota poktan diperoleh sebesar Rp.63.245.443/ha/tahun dengan RCR sebesar 1,98, sementara itu petani non anggota poktan diperoleh pendapatan bersih sebesar Rp. 48.654.440/ha/tahun dengan RCR sebesar 1,66. Artinya secara finansial usahatani jambu biji anggota poktan lebih menguntungkan dibanding dengan usahatani non anggota poktan. Usahatani jambu biji kristal anggota poktan memiliki 2 saluran pemasaran, sedangkan non anggota poktan memiliki 5 saluran pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran usahatani jambu biji kristal baik anggota maupun non anggota relatif sama. Dari analisis saluran pemasaran, pemasaran jambu biji kristal responden non anggota poktan memiliki kinerja lebih baik dan lebih efisien dibandingkan pemasaran usahatani jambu biji kristal anggota poktan. Dari kelima saluran pemasaran jambu biji kristal non anggota poktan, kelima saluran tersebut lebih baik dan efisien dibanding dengan kedua saluran pemasaran usahatani jambu biji kristal anggota poktan.

Ariyani (2017), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Profitabilitas Usahatani Jambu Biji Getas Merah di Kabupaten Kendal. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis komponen biaya, pendapatan, dan profitabilitas usahatani jambu biji getas merah. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten kendal Provinsi Jawa Barat. Sampel diambil dengan metode *quota sampling* dengan jumlah sebanyak 63 orang. Analisis data yang digunakan yaitu



adalah analisis deskriptif kuantitatif meliputi analisis pendapatan dan profitabilitas dan uji beda *one sample t-test*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Penerimaan paling tinggi terjadi pada bulan Juni yaitu sebesar Rp 7.676.196 dan penerimaan terendah terjadi di bulan November sebesar Rp 2.737.628. Pendapatan paling tinggi dalam skala usahatani terjadi pada bulan Juni yaitu sebesar Rp 5.474.290 dan terendah terjadi di bulan November sebesar Rp 1.057.363. Profitabilitas usahatani jambu biji getas merah dikatakan profit setiap bulan dan nilainya lebih besar dari suku bunga bank deposito BRI yang berlaku tahun 2016 yaitu sebesar 5,5%. Sementara itu, uji t menunjukkan bahwa nilai probabilitas rata-rata tiap bulannya kurang dari 5% ( $<0,05$ ) artinya secara statistik terdapat perbedaan yang nyata antara profitabilitas usahatani jambu getas merah dengan suku bunga.

Hasriyanto (2013) telah melakukan penelitian dengan judul Kontribusi Usahatani Jambu Getas Merah Terhadap Pendapatan Rumah tangga dan Strategi Pengembangan Usahatani di Desa Pagersari Kecamatan Patean Kabupaten Kendal. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis: kontribusi usahatani tanaman hortikultura jambu getas merah terhadap pendapatan total rumah tangga petani; dan strategi pengembangan untuk meningkatkan kontribusi usaha tani jambu getas merah di Desa Pagersari Kecamatan Patean. Sampel diambil dengan metode *proporsional random sampling* dengan jumlah sebanyak 62 orang petani. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif (meliputi persentase, mean, modus, dan interval), analisis usahatani, dan analisis SWOT (*Strenght Weakness Opportunity Threat*).

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Keuntungan usahatani jambu getas merah sebagian besar yang diperoleh petani berada pada rentang Rp. 1.000.000 – Rp. 25.000.000 dengan jumlah sebesar 51 petani (82,30%). Kontribusi usahatani jambu getas merah terhadap pendapatan total rumah tangga petani di Desa Pagersari sebagian besar berada pada rentang 80% – 95% dengan jumlah sebanyak 36 petani (58,10%); dengan rata-rata kontribusi sebesar adalah 86,10%, dari total pendapatan rumah tangga petani. (2) Matriks IFAS dan EFAS dari analisis SWOT menunjukkan nilai masing-masing sebesar 3,216 (positif) dan -2,969 (negatif), yang artinya usahatani jambu getas merah yang ada di Desa Pagersari berada pada kuadran II yaitu ST (*Strenght-Threat*) dengan stretegi yang tepat adalah diversivikasi melalui Pemanfaatan bahan-bahan alamiah seperti pupuk kandang dan tingkatkan kualitas pengetahuan kepada petani jambu getas merah.

Ridwan (2013), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Usahatani Jambu Kristal Desa Cikarawang Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis pendapatan dan efisiensi usahatani tanaman jambu kristal di Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Cikarawang, Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Responden dengan metode sensus dengan jumlah seluruh populasi yaitu sebanyak 24 petani aktif. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan kuantitatif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan tanpa mempertimbangkan biaya non tunuai (upah tenaga kerja dalam keluarga dan penyusutan) maka

usahatani jambu kristal di Desa Cikarawang pada stratum umur 1 tahun memiliki pendapatan sebesar Rp. 12.272.285/ha dan RCR 1,18; usahatani pada stratum umur 2 tahun memiliki pendapatan sebesar Rp. 39.921.570/ha dan RCR 1,43; dan pada stratum umur 3 tahun memiliki pendapatan Rp. 211.333.836/ha dan RCR 6,43. Sedangkan jika dengan mempertimbangkan biaya non tunai maka diperoleh pendapatan usahatani jambu kristal di Desa Cikarawang pada stratum umur 1 tahun yaitu sebesar Rp. -35.965.033/ha dan RCR 0,69; usahatani pada stratum umur 2 tahun memiliki pendapatan sebesar Rp. 15.579.003/ha dan RCR 1,13; dan pada stratum umur 3 tahun memiliki pendapatan Rp. 182.520.278/ha dan RCR 3,69.

Kaharuddin dkk (2019), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Tingkat Pendapatan Usahatani Jambu Mete di Desa Lianos Kecamatan Tongkuno Selatan Kabupaten Muna. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat pendapatan usahatani jambu mete di Desa Lianos Kecamatan Tongkuno Selatan Kabupaten Muna. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara acak sederhana (*simple random sampling*) yakni mengambil 25% atau sebanyak 25 KK dari keseluruhan jumlah petani yang membudidayakan tanaman jambu mete. Dalam menjawab tujuan penelitian digunakan analisis deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan kotor yang diperoleh petani jambu mete di Desa Lianos yaitu sebesar Rp. 5.970.000 per musim panen, dengan biaya total yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp 1.288.188 per musim panen maka diperoleh pendapatan bersih yaitu Rp. 4.681.812 per

muism panen. tingkat pendapatan petani jambu mete yang tertinggi ada dikisaran Rp. 5.229.502–Rp. 6.269.500 yang berjumlah 9 orang petani jambu mete (36,00%), tingkat pendapatan sedang ada dikisaran Rp. 4.189.501 - Rp. 5.229.501 dengan jumlah petani sebanyak 8 orang (32,00%), sedangkan tingkat pendapatan rendah ada dikisaran Rp. 3.149.500 – Rp. 4.189.500 dengan jumlah petani sebanyak 8 orang (32,00%),

Negara (2015), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Finansial Usahatani Jambu Biji di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Tujuan penelitian ini yaitu adalah untuk menganalisis kelayakan usahatani jambu biji secara finansial dan melakukan analisis sensitivitas terhadap perubahan tingkat produksi, input, harga output. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Rumbai dan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *purposive sampling* (segaja) dengan jumlah sebanyak 6 orang petani jambu biji. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kriteria kelayakan investasi yang terdiri dari: NPV (*Net Present Value*), Net B/C (*benefit cost ratio*), IRR (*Internal Rate Of Return*), dan *payback period*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan nilai NPV yang diperoleh lebih besar dari 1, nilai Net B/C yang didapat lebih besar dari 1, nilai IRR yang diperoleh lebih besar dibandingkan *Discount Factor* (DF) yang digunakan yaitu 12%, dan nilai *payback period* yang di peroleh pada luas lahan 0,6 Ha sebesar 3 tahun 10,8 bulan, pada luasan 0,4 Ha sebesar 4 tahun 2,9 bulan, pada luasan 0,3 sebesar 4 tahun 7 bulan, Maka analisa kriteria investasi ini menunjukkan usaha ini *profitable* (menguntungkan) dan layak untuk dijalankan.

Penurunan produksi dan harga output yang dapat ditolerir pada luasan lahan 0,6 ha sebesar 64%, pada luasan lahan 0,4 ha yang bisa ditolerir sebesar 65% sedangkan pada luasan 0,3 ha sebesar 66%. Kenaikan harga input maksimum yang dapat ditolerir pada usahatani jambu biji dengan luas lahan 0,6 ha yaitu sampai kenaikan harga input dibawah 174%, pada luasan lahan 0,4 ha dibawah 185% dan pada luasan lahan 0,3 Ha dibawah 190%.

Elida dkk (2012), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Usaha dan Pemasaran Ikan Mas (*Cyprinus carpio L.*) dan Nila (*Oreochromis niloticus*)(Studi Kasus: di Sentra Budidaya Ikan Dalam Keramba Jaring Apung Desa Pulau Gadang Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau). Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis usaha dan pemasaran ikan mas dan nila dalam keramba jaring apung. Metode yang digunakan metode survey. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Sampel dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) dengan jumlah pengusaha ikan sebanyak 30 orang dan pedagang sebanyak 9 orang. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik budidaya ikan mas dan nila sudah sesuai dengan teknis yang dilakukan, namun penyediaan benih dan pakan masih mendatangkan dari luar daerah dan pemberian pakan masih belum tepat dengan aturan teknis budidaya. Biaya untuk usaha budidaya ikan mas dan nila sebesar Rp 295.146,26/m<sup>3</sup> dan komponen biaya yang terbesar adalah untuk pakan 79,82%, dengan keuntungan sebesar Rp 149.650,26/m<sup>3</sup>. BEP usaha ikan mas (Rp) sebesar Rp 26.420.041,66 (unit) sebesar 1.651 kg, dan BEP usaha nila

(Rp) sebesar Rp 2.638.818,60 (unit) sebesar 147 kg. Nilai RCR sebesar 1,51. Saluran pemasaran II lebih efisien (ikan mas 3,35 %, ikan nila 3,00 %), dibanding saluran I (ikan mas 13,77 %, ikan nila 8,09 %).

Dewi (2020), telah melakukan penelitian dengan judul Analisis Usahatani Padi sawah di Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis (1) karakteristik petani padi dan profil usahatani padi; dan (2) teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi, produksi, biaya produksi dan pendapatan usahatani. Metode yang digunakan metode survey. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Sampel dipilih secara tidak sengaja (*accidental sampling*) dengan jumlah sebanyak 50 orang petani. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas petani padi menjadikan usahatani padi sebagai pekerjaan utama. Rata-rata umur petani padi adalah 39,7 tahun (usia produktif), pendidikan paling banyak adalah tamat SMP, dan jumlah anggota keluarga sebanyak 3 - 4 orang, pengalaman usahatani berkisar antara 6 - 10 tahun. Sebagian besar petani menggunakan lahan milik sendiri, dan sisanya menggunakan lahan milik orang lain (bagi hasil), dengan rata-rata luas lahan 0,37 Ha. Rata-rata penggunaan sarana produksi usahatani padi untuk tenaga kerja adalah sebanyak 54,49 HOK; jumlah benih sebanyak 14,9 kg/luas garapan; pupuk yang digunakan terdiri dari urea (50,8 kg), KCl (17,2 kg), NPK (36,3 kg) dan SP-36 (14,9 kg), dan pupuk organik seperti pupuk abu (29,6 kg) atau kompos (1.168 kg); dan penggunaan pestisida rata-rata sebanyak 146,5

ml/musim tanam. Rata-rata biaya produksi usahatani padi adalah sebesar Rp 6.880.927/musim tanam. Rata-rata produksi sebanyak 2.271 kg/musim tanam. Penerimaan usahatani padi sebanyak Rp 10.219.500/musim tanam, dan keuntungan sebesar Rp 3.338.573/musim tanam. Efisiensi usahatani padi adalah sebesar 1,48 artinya usahatani padi di daerah penelitian sudah menguntungkan.

Sain dkk (2013), telah melakukan penelitian dengan judul *Economics Analysis of Guava Production in Haryana*. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis biaya dan penerimaan usahatani jambu di Haryana pada distrik yang berbeda. Penelitian menggunakan metode survei yang berlokasi di distrik Hisar, Fatehabad, dan Sirsa Negara Bagian Haryana India. Sampel diambil dengan metode acak sederhana (*simple random sampling*) sebanyak 20 orang petani dari masing-masing distrik sehingga total sampel menjadi 60 orang. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik budgeting dan analisis ekonomi untuk mengestimasi margin pemasaran, sebaran harga, dan efisiensi pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Dalam pembangunan kebun jambu diperlukan biaya investasi rata-rata yaitu sebesar Rs. 40.170/Ha dengan biaya tertinggi yaitu ada pada pembangunan irigasi sebesar Rs. 11.433/Ha (28,46%); Sementara itu untuk total biaya operasional yang dikeluarkan selama 7 tahun yaitu sebesar Rs. 174.180. (2) Total biaya usaha yang dikeluarkan selama 7 tahun yaitu sebesar Rs. 559.075/Ha. Penerimaan total sebesar Rs. 639.046/Ha (terdiri dari pendapatan yang diperoleh dari penjualan buah jambu sebesar Rs.

474.300/Ha dan pendapatan tumpang sari sebesar Rs. 164.746/Ha. Keuntungan yang diperoleh selama 7 tahun yaitu sebesar Rs. 66.937/Ha.

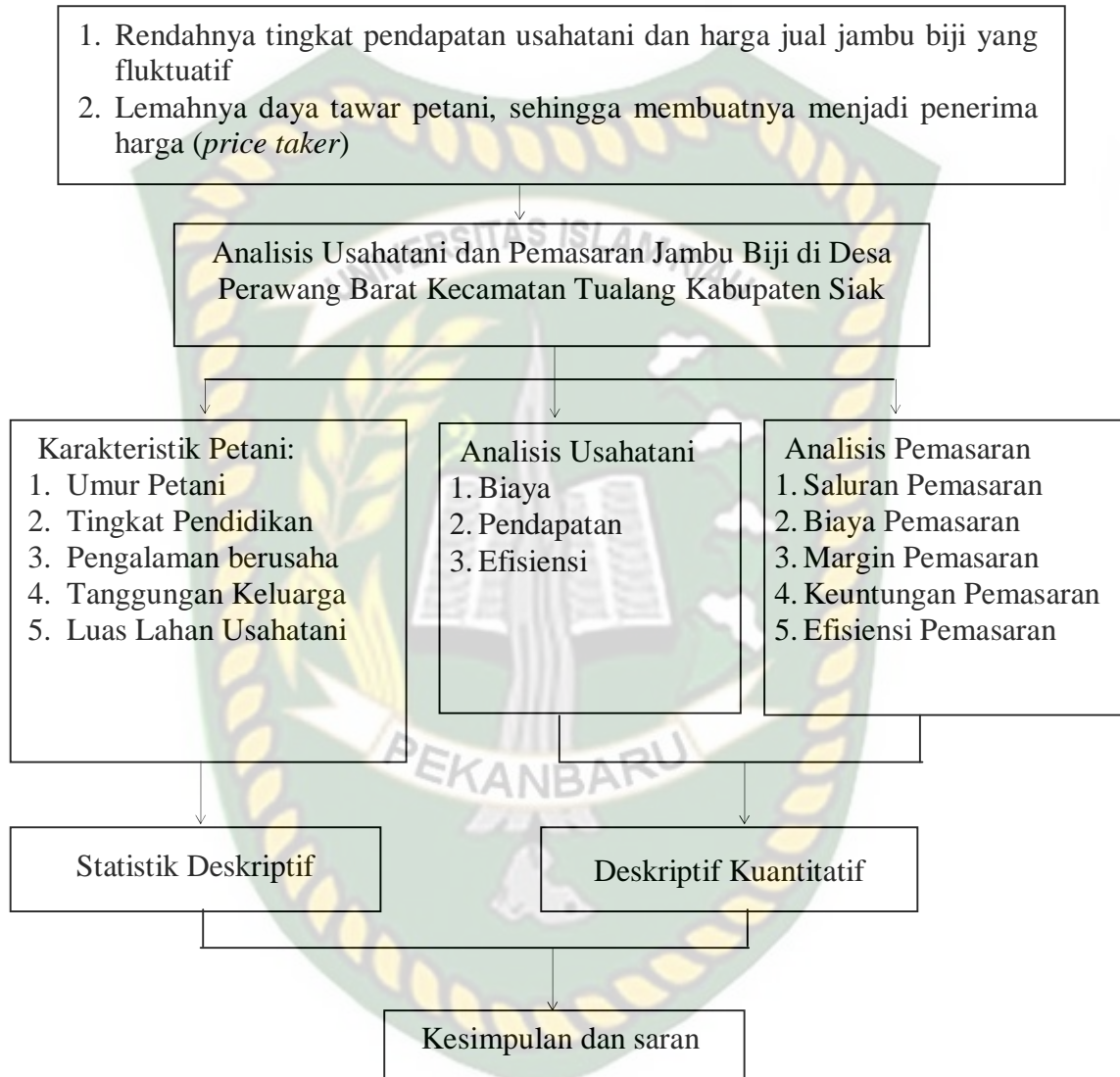
## 2.7. Kerangka Pemikiran

Desa Perawang Barat merupakan salah satu daerah penghasil jambu biji yang ada di Kecamatan Tualang. Umumnya petani jambu biji di Desa Perawang Barat merupakan petani binaan Program *Community Development* (CD) PT. Indah Kiat *Pulpand Paper* (IKPP). Berdasarkan survei pendahuluan, dalam mengusahakan jambu biji petani di Desa Perawang Barat menghadapi berbagai kendala khususnya dalam pemasaran seperti harga jual yang fluktuatif yang berkisar antara Rp. 16.000 – Rp. 20.000 per kilogram. Selain itu, lemahnya daya tawar (*bargaining power*) dalam kegiatan pemasaran jambu biji cenderung membuat posisi petani menjadi penerima harga (*price taker*) berapapun harga jual yang ditetapkan pedagang. Berbagai permasalahan tersebut tentu saja semakin lemahnya gairah petani dalam membudidayakan jambu biji sehingga akan semakin menurunnya jumlah penawaran yang ada.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1) karakteristik petani jambu biji (meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga) dan profil usahatani (meliputi luas lahan, jumlah pokok, dan produksi); (2) biaya total, pendapatan (pendapatan kotor dan pendapatan bersih), dan efisiensi; (3) saluran, biaya, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran. Analisis data yang digunakan untuk menjawab berbagai tujuan penelitian tersebut yaitu adalah analisis statistik deskriptif (meliputi rentang, frekuensi, dan mean), analisis deskriptif kuantitatif.



Hasil dari analisis kemudian akan ditarik kesimpulan dan saran. Lebih jelasnya kerangka berfikir penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

### III. METODOLOGI PENELITIAN

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

Metode dalam penelitian ini adalah survei. Tempat penelitian yang dipilih berlokasi di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Provinsi Riau. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*), yang didasarkan pada pertimbangan bahwa Desa Perawang Barat merupakan salah satu sentra produksi jambu biji di Kecamatan Tualang. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai dari Bulan Maret sampai Bulan Agustus 2020 yang meliputi kegiatan persiapan (pembuatan proposal, seminar, perbaikan), pelaksanaan (pengumpulan data, tabulasi data, dan analisis data), dan perumusan hasil (draft laporan, seminar, perbaikan, perbanyak laporan).

#### 3.2. Teknik Pengambilan Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petanidan pedagang jambu biji yang ada di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang. Berdasarkan survei pendahuluan diketahui terdapat 31 orang petani yang mengusahakan jambu biji yang tergabung dalam 2 kelompok tani di Desa Perawang Barat. Pengambilan responden dalam penelitian dilakukan secara sensus, yaitu dengan mengambil seluruhnya anggota populasi sebagai responden yaitu sebanyak 31 orang. Sedangkan sampel pedagang dipilih dengan metode *purposive sampling* (sengaja) dengan jumlah sebanyak 10 orang, yang terdiri dari 6 orang pedagang pengumpul dan 4 orang pedagang pengecer. Pemilihan sampel pedagang

dilakukan dengan alasan bahwa 10 pedagang tersebut umumnya yang terlibat langsung dalam pemasaran jambu biji dari petani.

### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari petani atau pihak yang terkait dengan menggunakan teknik wawancara dengan menggunakan kuisioner. Data primer yang diperlukan meliputi data identitas diri (umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga), teknik budidaya, penggunaan dan harga input, produksi dan harga jual jambu biji. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui pihak ketiga (individu, kelompok, lembaga atau instansi terkait) seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pertanian, Dinas Ketahanan Pangan, Kantor Desa, dan Kantor Camat, dan lain-lain berupa berbagai dokumen, laporan, jurnal, artikel, karya tulis, dan lain-lain.

### **3.4. Konsep Operasional**

Untuk menghindari adanya perbedaan persepsi mengenai istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu adanya dibuat suatu konsep operasional. Adapun konsep operasional yang digunakan yaitu:

1. Usahatani jambu biji adalah suatu kegiatan pembudidayaan komoditas jambu biji yang ada di Desa Perawang Barat.
2. Luas lahan adalah luasnya lahan yang digunakan untuk membudidayakan tanaman jambu biji (Ha).

3. Penggunaan pupuk adalah jumlah pupuk yang digunakan dalam mengusahakan jambu biji (kg/garapan/tahun).
4. Penggunaan pestisida adalah jumlah pestisida yang digunakan untuk mengusahakan tanaman jambu biji (liter/garapan/tahun).
5. Penggunaan tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam seluruh kegiatan usahatani berdasarkan jumlah hari kerja (HOK/garapan/tahun).
6. Biaya total adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk mengusahakan tanaman jambu biji, yang meliputi biaya variabel dan biaya tetap (Rp/garapan/tahun).
7. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya tergantung dari jumlah/volume produksi jambu biji, meliputi biaya pupuk, pestisida, dan tenaga kerja (Rp/garapan/tahun).
8. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung dari jumlah atau volume produksi jambu biji, meliputi biaya penyusutan alat dan penyusutan bibit (Rp/garapan/tahun).
9. Penyusutan adalah adalah nilai susut alat dan mesin yang digunakan petani untuk mengusahakan jambu biji (Rp/tahun).
10. Produksi adalah jumlah atau volume jambu biji yang dihasilkan dalam satu tahun (kg/garapan/tahun)
11. Harga jual adalah nilai tukar dalam bentuk mata uang yang ditetapkan untuk tiap satu satuan jambu biji (Rp/kg)

12. Pendapatan kotor adalah hasil dari perkalian produksi jambu biji yang dihasilkan dengan harga jual produk per kilogram (Rp/garapan/tahun).
13. Pendapan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya yang dikeluarkan dari usahatani jambu biji (Rp/garapan/tahun).
14. Efisiensi adalah rasio perbandingan antara pendapatan kotor dengan biaya total, yang dapat menunjukkan kemampuan usahatani jambu biji dalam menghasilkan keuntungan.
15. Lembaga pemasaran adalah pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran jambu biji
16. Saluran pemasaran rangkaian perpindahan jambu biji secara fisik yang terdiri lembaga pemasaran yang saling berkaitan
17. Fungsi pemasaran berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk mengantarkan jambu biji hingga ke konsumen
18. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengantarkan jambu biji hingga ke konsumen (Rp/kg)
19. Margin pemasaran selisih nilai beli dengan nilai jual jambu biji yang diterima lembaga pemasaran (Rp/kg)
20. Keuntungan pemasaran adalah nilai bersih yang diterima lembaga pemasaran dari margin pemasaran yang telah dikurangi biaya pemasaran (Rp/kg)
21. Efisiensi pemasaran adalah rasio perbandingan nilai jambu biji yang diterima konsumen dengan nilai jambu biji di tingkat petani.

### 3.5. Analisis Data

#### 3.5.1. Karakteristik Petanidan Pedagang Jambu Biji di Desa Perawang Barat

Karakteristik petani dan pedagang jambu biji di Desa Perawang Barat dianalisis dengan metode statistik deskriptif (meliputi rentang, frekuensi, dan mean) yang disajikan ke dalam bentuk tabel dan kemudian diinterpretasikan. Adapun karakteristik petani dan pedagang yang dianalisis terbatas pada umur, lama pendidikan, pengalaman berkerja, dan jumlah tanggungan keluarga.

#### 3.5.2. Biaya, Pendapatan, Efisiensi, dan pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat

##### 1. Biaya

Menurut Hansen dan Mowen (2009), biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan pembuatan barang dan penyediaan jasa. Biaya produksi yang dikeluarkan dalam terdiri atas biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya produksi secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

$$TC = [X_1.P_{X_1} + X_2.P_{X_2} + X_3.P_{X_3}] + D \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

TC = Total cost/ total biaya (Rp/garapan/tahun)

TVC = Total biaya variabel (Rp/garapan/tahun)

TFC = Total biaya tetap (Rp/garapan/tahun)

X<sub>1</sub> = Jumlah penggunaan pupuk (kg/garapan/tahun)

X<sub>2</sub> = Jumlah penggunaan pestisida (liter/garapan/tahun)

$X_3$  = Jumlah penggunaan TK (HOK/garapan/tahun)

$P$  = harga input (Rp/satuan)

$D$  = Depresiasi/ penyusutan (Rp/tahun)

Untuk mendapatkan nilai Depresiasi (penyusutan) digunakan pendekatan garis lurus (*straight line method*) yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Hernanto, 1996):

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

Keterangan:

$D$  = Biaya penyusutan alat produksi (Rp/unit/tahun)

$NB$  = Harga beli alat (Rp/unit)

$NS$  = Nilai sisa 20% dari harga beli (Rp/unit/tahun)

$UE$  = Umur Ekonomis alat (tahun)

## 2. Pendapatan

Pendapatan terbagi atas 2 yaitu pendapatan kotor (*gross income*) dan pendapatan bersih (*net income*). Pendapaten kotor (*gross income*) atau biasa disebut juga dengan penerimaan (*total revenue*) merupakan hasil perkalian antara produksi dengan harga jual output pada suatu periode tertentu. Pendapatan kotor yang dihitung menggunakan rumus menurut Soekartawi (2001), yaitu:

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

Keterangan:

$TR$  = Total penerimaan (Rp/garapan/tahun)

$Y$  = Produksi jambu biji (Kg/garapan/tahun)

$P_y$  = Harga jual jambu biji (Rp/kg)

Sementara itu pendapatan bersih (*net income*) merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran usaha, pendapatan bersih berguna untuk mengukur imbalan yang diperoleh dari penggunaan faktor-faktor produksi (Suratiyah, 2015). Pendapatan bersih dapat dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2006):

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

Keterangan:

- $\pi$  = Keuntungan usahatani jambu biji (Rp/garapan/tahun)
- TR = Total penerimaan (Rp/garapan/tahun)
- TC = Total biaya (Rp/garapan/tahun)

### 3. Efisiensi Usaha

R/C Ratio atau (RCR) menunjukkan pendapatan kotor (penerimaan) yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk produksi (Hernanto, 1996). Untuk mengetahui tingkat efisiensi usahatani jambu biji dapat menggunakan perhitungan *Return Cost Ratio* menurut Soekartawi (2006) sebagai berikut :

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

Keterangan:

- RCR = *Return Cost Ratio*
- TR = Total penerimaan (Rp/garapan/tahun)
- TC = Total biaya (Rp/garapan/tahun)

Kriteria yang digunakan dalam penilaian efisiensi usaha adalah:

RCR > 1 berarti usaha sudah efisien dan menguntungkan.

RCR = 1 berarti usaha berada pada titik impas (BEP).



RCR < 1 berarti usaha tidak efisien dan tidak menguntungkan.

### **3.5.3. Saluran, Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Jambu Biji di Desa Perawang Barat**

#### **3.5.3.1. Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran jambu dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggambarkan atau mendeskripsikan saluran pemasaran yang terbentuk dalam pemasaran jambu biji beserta lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya.

#### **3.5.3.2. Biaya Pemasaran**

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

$$B_p = B_T + S_L + B_{B_M} \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan:

- B<sub>p</sub> : Biaya Pemasaran (Rp/kg)
- B<sub>T</sub> : Biaya Transportasi (Rp/kg)
- S<sub>L</sub> : Biaya Sewa Tempat (Rp/kg)
- B<sub>B<sub>M</sub></sub> : Biaya Bongkar Muat (Rp/kg)

#### **3.5.3.3. Margin Pemasaran**

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Secara sistematis dapat dirumuskan menurut rumus Soekartawi (1987) sebagai berikut:

$$M_p = P_c - P_f \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan :

Mp : Marjin pemasaran jambu biji (Rp/kg)

Pr : Harga jambu biji di tingkat konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga jambu biji di tingkat petani (Rp/kg)

#### 3.5.3.4. Keuntungan Pemasaran

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

$$Kp = Mp - TBP \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan:

Kp : Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

Mp : Margin Pemasaran (Rp/Kg)

TBP : Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

#### 3.5.3.5. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran (Ep) dapat diukur oleh nilai rasio keuntungan dan biaya, yang merupakan perbandingan antara keuntungan yang diterima petani dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam proses produksi. Secara umum efisiensi pemasaran (Ep) dirumuskan 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)

## IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1. Geografis dan Topografi

Desa Perawang Barat adalah salah satu dari Sembilan desa yang ada di Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. Desa Perawang Barat adalah salah satu desa hasil dari pemekaran dari desa induk yaitu Desa Tualang berdasarkan peraturan Daerah Kabupaten Siak Nomor 3 Tahun 2002. Wilayah Desa Perawang Barat sebelum dimekarkan dari desa induk adalah suatu desa yang tertinggal dalam pembangunan aninfrastruktur desa, hasil dari pemekaran tersebut pada saat ini Desa Perawang Barat maju pesat dalam pembangunan maupun perekonomian, hal ini didukung oleh beberapa faktor diantaranya letak posisi Desa Perawang Barat yang strategis berada di Jalan Raya Perawang merupakan pintu masuk ke Kecamatan maupun ke Kabupaten. Desa Perawang Barat terdiri dari RW sebanyak 74 dan RW sebanyak 9, dengan luas wilayah 45,18 km<sup>2</sup>. Dilihat dari bentang wilayah, Desa Perawang Barat mempunyai batas-batas sebagai berikut (Kantor Desa Perawang Barat, 2019):

- Sebelah Utara berbatasan dengan Pinang Sebatang Barat
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Perawang
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Meredan Barat
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Minas

Jarak Desa dengan pusat pemerintahan kecamatan adalah 2 km yang bisa ditempuh dalam waktu 5 menit. Jarak Desa dengan pusat Pemerintahan Kabupaten adalah 40 Km yang ditempuh dalam waktu 50 menit. Jarak Desa

dengan pusat pemerintahan provinsi adalah 30 km yang ditempuh dalam waktu 35 menit.

#### 4.2. Kependudukan

Penduduk merupakan modal dasar dalam suatu pelaksanaan pembangunan nasional, karena selain sebagai objek, penduduk juga merupakan subjek dalam pembangunan. Oleh karena itu perannya akan dapat menentukan perkembangan pembangunan dalam skala nasional. Jumlah Penduduk merupakan banyak individu manusia yang menempati wilayah/ negara pada kurun waktu tertentu.

##### 4.2.1. Umur

Data struktur umur merupakan informasi yang sangat penting, karena menjadi dasar dalam perhitungan berbagai indikator kependudukan seperti rasio ketergantungan total, jumlah angkatan kerja, indikator fertilitas dan juga berbagai indikator lainnya (BPS, 2010). Jumlah penduduk di Desa Perawang Barat pada tahun 2018 dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Jumlah Penduduk Dirinci Menurut Kelompok Umur di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Tahun 2018.

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 15	6.921	29,76
2	15 - 65	16.223	69,76
3	> 65	112	0,48
Jumlah		23.256	100,00

Sumber: Profil Desa Perawang Barat, 2019

Tabel 4 menunjukkan bahwa pada tahun 2018 jumlah penduduk yang ada di Desa Perawang Barat yaitu sebanyak 23.256 jiwa, dimana berdasarkan kelompok umurnya dapat dilihat sebagian besar berada pada rentang 15 – 65 tahun (berada pada usia produktif) dengan jumlah yaitu sebanyak 16.223 jiwa

atau sebesar 69,76% terhadap total penduduk. Sedangkan sisanya beada pada rentang umur < 16 tahun (belum produktif) dengan jumlah sebanyak 6.921 jiwa (29,76%) dan rentang > 65 tahun dengan jumlah 112 (0,48%). Sementara itu, berdasarkan perhitungan *dependency ratio* (rasio ketergantungan) diperoleh nilai sebesar 43,35%, artinya setiap 100 orang penduduk yang produktif harus mengganggu beban ketergantungan 44 orang penduduk yang non produktif.

#### 4.2.2. Pendidikan

Pendidikan adalah pembelajaran pengetahuan, keterampilan, dan kebiasaan sekelompok orang yang diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui pengajaran, pelatihan, atau penelitian. Secara umum pendidikan dapat diartikan sebagai usaha sadar dan sistematis untuk mencapai taraf hidup atau kemajuan yang lebih baik. Pendidikan mempunyai peranan penting dalam menunjang pembangunan ekonomi dan pembangunan pertanian, tingkat pendidikan penduduk suatu daerah tergantung pada sarana pendidikan yang tersedia, kondisi sosial ekonomi penduduk dan sarana penting lainnya seperti sarana transportasi. Adapun keadaan pendidikan masyarakat di Desa Perawang Barat dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak Tahun 2018.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	7.616	32,75
2	SMP	4.720	20,29
3	SMA	7.308	31,42
4	Akademi	209	0,89
5	Sarjana	267	1,14
6	Tidak Sekolah	3.136	13,48
Jumlah		23.256	100,00

Sumber: Profil Desa Perawang Barat, 2019

Tabel 5 menunjukkan bahwa pada tahun 2018 sebagian besar penduduk yang ada di Desa Perawang Barat berlatar belakang pendidikan setingkat SD dengan jumlah 7.616 jiwa (32,75%) dan tingkat SMA dengan jumlah sebanyak 7.308 jiwa (31,42%). Sementara itu sisanya yaitu berlatar pendidikan SMP sebanyak 4.720 jiwa (20,29%), Sarjana sebanyak 267 jiwa (1,14%), akademi sebanyak 209 jiwa (0,89%). Sedangkan penduduk yang belum atau tidak sekolah yaitu sebanyak 3.136 jiwa (13,48%). Ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Perawang Barat tingkat pendidikannya masih tergolong rendah. Tingkat pendidikan yang masih relatif rendah menjadi tantangan yang besar bagi Desa Perawang Barat dalam membangun desa.

Keadaan pendidikan penduduk di Desa Perawang Barat tidak lepas dari aksesabilitas dari fasilitas pendidikan itu sendiri yang dapat dicerminkan melalui jumlah sekolah yang tersedia. Adapun jumlah sekolah, murid, dan guru di Desa Perawang Barat dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Sekolah, Murid, dan Guru di Desa Perawang Barat, Tahun 2018.

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah Sekolah	Jlh Murid/Guru (Jiwa)		Rasio Murid Guru
			Murid	Guru	
1	Taman Kanak-Kanak (TK)	12	888	64	13,88
2	SD	9	4.872	237	20,56
4	SMP	6	1.983	118	16,81
Jumlah		27	7.743	419	18,48

Sumber: BPS Kabupaten Siak (2019)

Tabel 6 menunjukkan bahwa pada tahun 2018 di Desa Perawang Barat terdapat total 12 unit sekolah dengan jumlah murid dan guru masing-masing sebanyak 7.743 jiwa dan 419 jiwa. Dari jumlah sekolah tersebut 12 unit diantaranya merupakan sekolah tingkat Taman Kanak-Kanak (TK), 9 unit

Sekolah Dasar (SD), dan 6 unit Sekolah Menengah Pertama (SMP). Rasio Murid-Guru menunjukkan angka sebesar 18,48, yang artinya setiap 1 orang guru memiliki tanggungan didikan murid sebanyak 19 orang. Rasio murid-guru merupakan salah satu indikator untuk melihat tingkat pemerataan sarana dan prasarana pendidikan. Banyaknya murid yang diajarkan akan mengurangi daya tangkap murid pada pelajaran yang diberikan atau dengan kata lain mengurangi efektivitas pengajaran. Oleh karena itu, masalah pendidikan menjadi agenda yang sangat penting pada pelaksanaan program kerja di setiap daerah (BPS Kabupaten Siak, 2019).

#### 4.3. Mata Pencaharian

Mata pencarian penduduk merupakan sebagian keseluruhan aktivitas manusia dalam memberdayakan potensi sumber daya alam, untuk itu maka manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya melakukan pekerjaan yang bermacam-macam sesuai dengan kemampuannya. Penduduk Desa Perawang Barat Kecamatan Tualang bermata pencaharian beranekaragam seperti PNS (pegawai negeri sipil), polri, swasta, buruh, petani, nelayan, serta yang tidak bekerja (Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 7).

Tabel 7. Jumlah Penduduk yang Berkerja Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Perawang Barat Tahun 2018.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	PNS	116	0,58
2	Polri	34	0,17
3	Karyawan swasta	11.037	55,58
4	Buruh Petani	3.635	18,30
5	Petani	5.032	25,34
6	Nelayan	5	0,03
Jumlah		19.859	100,00

Sumber: Profil Desa Perawang Barat, 2019

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa pada Tahun 2018 jumlah penduduk yang bekerja di Desa Perawang Barat yaitu sebanyak 19.859 jiwa. Sementara itu secara lebih terperinci, pegawai swasta menjadi mata pencaharian utama penduduk di Desa Perawang Barat dengan jumlah sebanyak 11.037 jiwa atau dengan persentase sebesar 55,58% dari total penduduk yang berkerja. Selain itu ada pula penduduk yang bermata pencaharian di bidang pertanian dengan jumlah sebanyak 5.032 jiwa (25,34%), buruh tani sebanyak 3.635 jiwa (18,30%), PNS sebanyak 116 jiwa (0,58%), dan polri sebanyak 34 jiwa (0,17%). Mata pencaharian merupakan aktivitas manusia untuk memperoleh taraf hidup yang layak dimana antara daerah yang satu dengan daerah yang lainnya berbeda sesuai dengan taraf kemampuan penduduk dan keadaan geografisnya, ini menunjukkan bahwa perekonomian daerah Kecamatan Tualang sangat dominan dibidang pertanian dan karyawan swasta.

#### **4.4. Sarana dan Prasarana**

Dalam menunjang kehidupan masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial maupun ekonomi maka diperlukan fasilitas umum. Fasilitas umum yang ada di Desa Perawang Barat dalam sektor pemerintahan dan ekonomi terdapat 1 kantor desa dan 2 unit KUD. Sarana pendidikan terdapat gedung sekolah dengan jumlah 15 unit dengan jumlah ini cukup banyak sehingga penduduk dapat melanjutkan pendidikan dan di dukung dengan sarana prasarana jalan yang cukup memadai dan baik. Sarana lainnya seperti sarana peribadatan terdapat 13 unit mushallah, 15 unit masjid, 8 unit gereja dan 5 unit pura atau wihara. Sedangkan dalam sarana



kesehatan terdapat 7 unit posyandu dan 5 unit air bersih (Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Fasilitas Umum di Desa Perawang Barat, Tahun 2018.

No	SaranadanPrasarana	Satuan	Jumlah
1	Kantor Desa	Unit	1
2	PanjangJalan	Km	20
3	Air Bersih	Unit	5
4	GedungSekolah	Unit	15
5	Posyandu	Unit	7
6	Mushallah	Unit	13
7	Masjid	Unit	15
8	Gereja	Unit	8
9	PuradanWihara	Unit	5
10	KUD	Unit	2

Sumber: Profil Desa Perawang Barat, 2019

#### 4.5. Kondisi Pertanian

Kecamatan Tualang adalah salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Siak memiliki luas wilayah 383,07 km atau 4,02% dari total wilayah Kabupaten Siak. Kecamatan Tualang merupakan pemekaran dari Kecamatan Siak, yang dimekarkan menjadi empat kecamatan yaitu Siak, Tualang, Kerinci Kanan, dan Dayun yang dilaksanakan pada tahun 2001. Pemerintah Kecamatan Tualang yang sedang berkembang dan giat-giatnya melakukan pembangunan disemua bidang, mempunyai program dalam penataan wilayahnyaKecamatan Tualang yang terus meningkat menyebabkan peningkatan kebutuhan akan lahan pemukiman dan lahan untuk aktifitas usaha seperti perdagangan, jasa dan industri serta peningkatan fasilitas pelayanan Kecamatan Tualang lainnya. Kondisi inilah yang menyebabkan perkembangan Kecamatan Tualang makin berkembang tapi tidak merata dan hampir menggeser sektor lahan pertanian maupun non pertanian yang ada di wilayah Kecamatan Tualang. Sektor

perkebunan dan industri merupakan kegiatan ekonomi yang berkembang dikecamatan tualang,hal ini dikarenakan sebagian besar wilayah Kecamatan Tualang berupa perkebunan dan hutan tanaman industri. Sedangkan sektor pertanian tersebut memanfaatkan lahan yang ada disekitaran.



## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang

Menurut Panggabean (2004), karakteristik individu merupakan karakter seorang individu yang mempunyai sifat khas sesuai dengan perwatakan tertentu. Karakteristik individu terdiri dari sejumlah sifat dasar yang melekat pada individu tertentu, mencakup kemampuan dan keterampilan, latar belakang sosial, demografis, serta karakteristik psikologis (Winardi, 2004). Adapun karakteristik petani dan pedagang jambu biji di Desa Perawang Barat disajikan pada Tabel 9 dan Lampiran 1.

Tabel 9. Karakteristik Petani dan Pedagang Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.

No	Karakteristik	Petani		Pedagang	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)				
	31 - 37	7	22,58	0	0,00
	38 - 44	10	32,26	2	20,00
	45 - 51	8	25,81	5	50,00
	52 - 58	5	16,13	3	30,00
	59 - 65	1	3,23	0	0,00
2	Pendidikan (Tahun)				
	1 - 6 (SD)	2	6,45	3	30,00
	7 - 9 (SMP)	14	45,16	5	50,00
	10 - 12 (SMA)	15	48,39	2	20,00
3	Pengalaman Berusaha (Tahun)				
	3 - 8	19	61,29	6	60,00
	9 - 14	9	29,03	4	40,00
	15 - 20	3	9,68	0	0,00
4	Tanggungjawab Keluarga (Orang)				
	2 - 4	23	74,19	10	100,00
	5 - 7	8	25,81	0	0,00

### 5.1.1. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja, dengan kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2003). Umur seseorang menentukan prestasi kerja dan kinerja, semakin tua tenaga kerja maka akan semakin berat pekerjaan secara fisik dan semakin turun prestasinya. Namun, dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2008). BPS (2018) mengelompokkan umur penduduk menjadi 3 kategori yaitu usia belum produktif (< 15 tahun), usia produktif (15 - 65 tahun), dan usia tidak produktif (> 65 tahun).

Berdasarkan Lampiran 1 dan Tabel 9 menunjukkan bahwa petani jambu biji di Desa Perawang Barat rata-rata berumur 44,10 tahun (produktif), dimana sebagian besar berada pada rentang umur 38 - 44 tahun yaitu sebanyak 10 orang (32,26%). Sementara itu rata-rata umur pedagang yaitu 47,70 tahun (produktif), dimana sebagian besar berada pada rentang umur 45 - 51 tahun sebanyak 5 orang (50,00%). Hal itu menunjukkan bahwa rata-rata umur pedagang lebih tua dibandingkan dengan umur petani, dengan keduanya masih berada pada rentang umur produktif (15 - 65 tahun). Semakin tua umur seseorang cenderung semakin menurun kondisi fisiknya, meskipun begitu umumnya tanggung jawab serta komitmen dalam menjalankan usahanya semakin tinggi. Menurut Robbins (2007), individu yang lebih tua memiliki kualitas positif pada pekerjaan mereka,

khususnya pengalaman, penilaian, etika kerja yang kuat, dan komitmen terhadap kualitas.

### 5.1.2. Lama Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan jumlah tahun mengikuti pendidikan formal yang di tempuh pengusaha pada bangku sekolah. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 jenjang pendidikan formal terdiri atas: pendidikan dasar (SD/IM dan tingkat lebih tinggi SMP/MTs), pendidikan menengah (SMA, MA, SMK, dan MAK), dan pendidikan tinggi (diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor). Menurut Ramli (2012), pendidikan formal dapat mempengaruhi pola pikir dan respon terhadap sesuatu termasuk inovasi teknologi. Seseorang yang berpendidikan tinggi cenderung lebih terbuka untuk menerima dan mencoba hal-hal baru.

Berdasarkan Lampiran 1 dan Tabel 9 menunjukkan bahwa lama pendidikan petani jambu biji di Desa Perawang Barat rata-rata 10,26 tahun (setara SMA), dimana sebagian besar berada pada rentang lama pendidikan 10 – 12 tahun yaitu sebanyak 15 orang (48,39%). Sementara itu rata-rata lama pendidikan pedagang yaitu 8,60 tahun (setara SMP), dimana sebagian besar berada pada rentang lama pendidikan 7 – 9 tahun sebanyak 5 orang (50,00%). Hal itu menunjukkan bahwa pendidikan formal yang telah ditempuh petani lebih tinggi dibandingkan pedagang. Pendidikan formal sangat penting sebagai modal awal bagi untuk membentuk pola pikir yang baik, meskipun disamping itu perlu adanya pengetahuan dan keterampilan khusus yang berkaitan dengan pengelolaan usaha diperoleh melalui jalur pendidikan non formal. Oleh karena

itu, lebih tinggi tingkat pendidikan formal petani tidak serta merta menjamin akan lebih baik pengelolaan usahanya dibandingkan dengan pedagang.

### 5.1.3. Pengalaman Berusaha

Pengalaman berusaha/ kerja adalah ukuran tentang lama waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang dengan memahami tugas-tugas suatu pekerjaan dan telah melaksanakan dengan baik (Heidjrachman, 2010). Dengan meningkatkan pengalaman seseorang dalam berusaha, maka telah terjadi proses penambahan ilmu pengetahuan dan keterampilan serta sikap pada diri, sehingga dapat menunjang dalam mengembangkan diri dengan perubahan yang ada (Syafaruddin, 2008).

Berdasarkan Lampiran 1 dan Tabel 9 menunjukkan bahwa pengalaman berusaha petani jambu biji di Desa Perawang Barat rata-rata adalah 8,00 tahun, dimana sebagian besar berada pada rentang pengalaman 3 – 8 tahun yaitu sebanyak 19 orang (61,29%). Sementara itu rata-rata pengalaman berusaha pedagang yaitu 7,90 tahun, dimana sebagian besar berada pada rentang pengalaman 3 – 8 tahun dengan jumlah sebanyak 6 orang (60,00%). Hal itu menunjukkan bahwa rata-rata pengalaman usaha petani dan pedagang jambu bjjicukup lama. Pengalaman berusaha yang tergolong cukup lama memberikan waktu yang cukup baik bagi petani maupun pedagang untuk dapat belajar melalui pengalaman sehingga dapat lebih terampil dalam menjalankan usahanya.

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

Jumlah tanggungan keluarga merupakan jumlah anggota keluarga yang terdiri dari anggota keluarga selain kepala rumah tangga (istri, anak-anak, dan orang tua) yang biaya kebutuhan hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga tersebut. Menurut Kiswanti dan Rahmawati (2015), setiap adanya tambahan tanggungan keluarga akan meningkatkan belanja rumah tangga, dengan semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin meningkat beban hidup yang harus dipenuhi.

Berdasarkan Lampiran 1 dan Tabel 9 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani jambu biji di Desa Perawang Barat rata-rata sebanyak 4 orang, dimana sebagian besar berada pada rentang tanggungan keluarga 2 – 4 orang yaitu sebanyak 23 orang (74,19%). Sementara itu rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang yaitu sebanyak 3 orang, dimana seluruhnya berada pada rentang tanggungan keluarga 2 – 4 orang sebanyak 10 orang (100,00%). Hal tersebut sekaligus menunjukkan bahwa jumlah keluarga yang harus ditanggung oleh pedagang lebih banyak dibandingkan petani. Dengan begitu desakan terhadap pendapatan yang mencukupi, stabil, dan berkelanjutan akan lebih tinggi dirasakan oleh pedagang, sehingga memaksa untuk lebih giat dalam mengembangkan usahanya.

#### **5.1.5. Luas Lahan Usahatani**

Lahan merupakan faktor produksi utama dalam usahatani karena lahan menjadi bakal tempat tumbuh berkembangnya tanaman. Sehingga kesuksesan budidaya tanaman yang paling utama tergantung pada kondisi lahan dan

berbagai sumberdaya disekitarnya meliputi sumberdaya hayati (tumbuhan dan hewan) dan non hayati (tanah, iklim, dan cuaca). Adapun distribusi luas lahan usahatani jambu biji yang ada di Desa Perawang Barat disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Luas Lahan Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2019.

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	< 0,2 Ha	16,00	51,61
2	0,2 Ha – 0,5 Ha	12,00	38,71
3	> 0,5 Ha	3,00	9,68
Jumlah		31,00	100,00

Tabel 10 menunjukkan bahwa terdapat 3 kategori luasan lahan yang ada di Desa Perawang Barat yaitu luas < 0,2 ha, 0,2 ha – 0,5 ha, > 0,5 ha. Dimana rentang dengan jumlah terbanyak dimiliki petani yaitu <0,2 ha dengan jumlah sebanyak 16 orang. Sedangkan sisanya luasan 0,2 ha – 0,5 ha dimiliki petani sebanyak 12 orang dan > 0,5 ha sebanyak 3 orang. Sementara itu rata-rata luas lahan diperoleh sebesar 0,25 ha. Dimana umumnya lahan yang digunakan petani dalam mengusahakan jambu biji merupakan lahan milik sendiri.

## 5.2. Analisis Usahatani

Usahatani merupakan usaha pemanfaatan sumberdaya hayati dengan orientasi komersil. Analisis usahatani dalam penelitian ini diukur dengan melihat besaran biaya produksi, dan pendapatan yang dihasilkan, serta efisiensi usahatani (RCR) yang merupakan rasio perbandingan antara pendapatan dengan biaya produksi dalam usahatani.

### 5.2.1. Biaya Produksi

Menurut Supriyono (2000) biaya adalah harga perolehan yang dikorbankan atau yang digunakan dalam rangka memperoleh penghasilan atau



*revenue* dan akan dipakai sebagai pengurang penghasilan. Sedangkan dalam pengertian yang lebih sederhana, biaya produksi adalah pengorbanan sumberdaya ekonomi yang diukur dalam bentuk uang, yang muncul akibat adanya proses produksi. Biaya produksi terdiri atas biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*). Dengan rata-rata luas lahan jambu biji sebesar 2.528 m<sup>2</sup> (jumlah tanaman 115 batang), maka rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan pada usahatani jambu biji di Desa Perawang Barat yaitu sebesar Rp. 13.261.545/grpn/tahun, yang mana sebagian besar dikeluarkan dalam bentuk biaya variabel dengan jumlah sebesar Rp. 13.060.223/grpn/tahun (98,48%), sedangkan sisanya yaitu biaya tetap dengan jumlah sebesar Rp. 201.323/grpn/thn (1,52%)(secara lebih terperinci dapat dilihat pada Tabel 11).

Tabel 11. Rincian Biaya Produksi Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga (Rp/unit)	Nilai (Rp/grpn/thn)	Persentase (%)
A	Biaya Variabel	Rp/thn			13.060.223	98,48
1	Pupuk	Rp/thn			5.155.170	38,87
	a. Urea	Kg	90,10	9.000	810.871	6,11
	b. TSP	Kg	260,37	7.020	1.827.827	13,78
	c. KCL	Kg	260,37	7.020	1.827.827	13,78
	d. Pupuk Kandang	Kg	573,87	1.200	688.645	5,19
2	Pestisida				1.464.448	11,04
	a. Antracol	gr	1.008,75	175	176.531	1,33
	b. Curacron	ml	379,85	270	102.558	0,77
	c. Alike	ml	822,86	650	534.857	4,03
	d. Decis	ml	1.980,00	222	439.560	3,31
	e. Lannate	gr	946,67	188	177.973	1,34
	f. Round-up	Liter	0,47	70.000	32.968	0,25
3	Plastik Pembungkus	unit	500,00	1.000	500.000	3,77
4	Tenaga Kerja	HOK	59,41	100.000	5.940.605	44,80
B	Biaya Tetap					
	Penyusutan Alat	Rp/thn			201.323	1,52
	<b>Total Biaya</b>				<b>13.261.545</b>	<b>100,00</b>

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

Biaya variabel (*variable cost*) merupakan biaya yang besar kecilnya mengikuti jumlah produksi, sehingga apabila produksi meningkat maka otomatis biaya produksi juga meningkat. Biaya variabel dalam penelitian ini terdiri dari biaya pupuk, pestisida, plastik pembungkus buah, dan tenaga kerja.

##### 1. Pupuk

Pupuk merupakan bahan alami atau buatan yang ditambahkan ke tanah dan dapat meningkatkan kesuburan tanah dengan menambah satu atau lebih hara esensial. Dengan bertambahnya kesuburan tanah, maka nutrisi yang dibutuhkan tanaman akan tersedia dengan cukup, sehingga dapat meningkatkan produksi. Pupuk dibedakan menjadi 2 macam yaitu pupuk organik dan pupuk anorganik. Berdasarkan pada Tabel 11 dapat dilihat bahwa biaya pupuk yang dikeluarkan pada usahatani jambu biji yaitu sebesar Rp. 5.155.170/grpn/thn atau dengan persentase sebesar 38,87% terhadap total biaya produksi. Secara lebih rinci biaya tersebut terdiri dari biaya pupuk urea Rp. 810.871/grpn/thn, TSP sebesar Rp. 1.827.827/grpn/thn, KCL sebesar Rp. 1.827.827/grpn/thn, dan pupuk kandang Rp. 688.645/grpn/thn.

##### 2. Pestisida

Pestisida merupakan bahan yang digunakan untuk mengendalikan, menolak, atau membasmi organisme pengganggu tanaman (OPT) yang berupa hama, gulma dan penyakit. Pestisida yang digunakan dalam usahatani jambu biji terdiri dari fungisida (antracol), insektisida (curacon, alika, decis, lannate), dan herbisida (round-up). Tabel 11 menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan

untuk pestisida yaitu sebesar Rp. 1.464.448/grpn/thn dengan persentase sebesar 11,04% terhadap total biaya produksi. Secara lebih rinci biaya tersebut terdiri dari biaya penggunaan pestisida antracol Rp. 176.531/grpn/thn, curacron Rp. 102.558/grpn/thn, alika Rp. 534.857/grpn/thn, decis Rp. 439.560/grpn/thn, lannate Rp. 177.973/grpn/thn, dan round-up sebesar Rp. 32.968/grpn/thn.

### 3. Pembungkus Buah

Dalam usahatani jambu biji membutuhkan penanganan untuk melindungi buah dari paparan sinar matahari langsung serta untuk mencegah gangguan serangan dari berbagai hama, yaitu dengan cara membungkus buah tersebut dengan plastik. Berdasarkan pada Tabel 10 dapat dilihat bahwa rata-rata penggunaan pembungkus buah yaitu sebanyak 500 unit dengan harga sebesar Rp. 1.000/unit, dengan begitu biaya yang dikeluarkan yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp. 500.000/grpn/tahun dengan persentase sebesar 3,77% terhadap total biaya produksi.

### 4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah berdasarkan pada UU No 13 Tahun 2003 adalah setiap orang yang bekerja (angkatan kerja maupun non angkatan kerja) guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri ataupun masyarakat dengan balas jasa upah atau imbalan dalam bentuk lainnya. Tenaga kerja yang digunakan pada usahatani jambu biji di Desa perawang Barat umumnya merupakan tenaga kerja dalam keluarga (TKDK), yang mana secara tunai tidak dibayarkan, namun perlu untuk diperhitungkan. Adapun rincian mengenai upah tenaga kerja tersebut dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Rincian Penggunaan Tenaga Kerja pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.

No	Uraian Pekerjaan	Penggunaan TK (HOK/grpn/thn)	Upah (Rp/HOK)	Nilai (Rp/grpn/thn)	Persentase (%)
1	Pemupukan	4,46	100.000	446.169	7,51
2	Penyiangan	2,35	100.000	235.040	3,96
3	Penyemprotan	3,05	100.000	304.556	5,13
4	Pemangkasan	4,24	100.000	423.871	7,14
5	Pembungkusan Buah	30,01	100.000	3.000.645	50,51
6	Panen	15,30	100.000	1.530.323	25,76
Jumlah		59,41	100.000	5.940.605	100,00

Tabel 12 menunjukkan bahwa upah tenaga kerja yang dikeluarkan dalam usahatani jambu biji di Desa Perawang Barat sebesar 5.940.605/garapan/thn. Upah tenaga kerja tersebut dibayarkan berdasarkan tiap pekerjaan yang dilakukan. Pekerjaan tersebut meliputi kegiatan pemupukan dengan upah Rp. 446.169 (7,51%), penyiangan Rp. 235.040 (3,96%), penyemprotan Rp. 304.556 (5,13%), pemangkasan Rp. 423.871 (7,14%), pembungkusan buah Rp. 3.000.645 (50,51%), dan pemanenan sebesar Rp. 1.530.323 (25,76%).

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

Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang besar kecilnya tidak mengikuti jumlah produksi yang dihasilkan. Dalam Penelitian ini biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan. Menurut Weygandt (2007) Penyusutan (depresiasi) adalah alokasi biaya dari asset tetap menjadi beban selama masa manfaatnya berdasarkan cara yang sistematis dan rasional. Metode perhitungan penyusutan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode garis lurus (*straight line method*). Adapun rincian biaya penyusutan usahatani jambu biji dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Rincian Penyusutan pada Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.

No	Uraian	Nilai Beli (Rp)	UE (Tahun)	Nilai Sisa (Rp)	Penyusutan (Rp/grpn/thn)
1	Cangkul	225.806	8	45.161	22.581
2	Ember	67.742	4	0	16.935
3	Parang/ Sabit	211.935	7	42.387	24.221
4	Gunting Pohon	117.742	7	23.548	13.456
5	Sprayer	775.806	5	155.161	124.129
Jumlah		1.399.032		266.258	201.323

Berdasarkan Tabel 11 dan Tabel 13 dapat dilihat bahwa biaya penyusutan pada usahatani jambu biji diketahui yaitu sebesar Rp. 201.323/grpn/thn atau dengan persentase sebesar 1,52% terhadap total biaya produksi. Biaya penyusutan tersebut secara lebih terperinci terdiri dari penyusutan cangkul Rp. 22.581/grpn/thn, ember Rp. 16.935/grpn/thn, parang/sabit Rp. 24.221/grpn/thn, gunting pohon Rp. 13.456/grpn/thn, dan sprayer sebesar Rp. 124.129/grpn/thn. Sementara itu total nilai beli dari alat tersebut diketahui yaitu sebesar Rp. 1.399.032 dengan total nilai sisa sebesar Rp. 266.258.

### 5.2.2. Pendapatan

Menurut Sukirno (2009), pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pendapatan terbagi atas dua yaitu pendapatan kotor (*gross income*) dan pendapatan bersih (*net income*). Pendapatan kotor (*gross income*) adalah hasil dari perkalian nilai output dengan harga jual persatuan output. Pendapatan bersih (*net income*) adalah hasil pengurangan dari pendapatan kotor dengan total biaya produksi. Adapun rekapitulasi biaya produksi, pendapatan, dan efisiensi disajikan pada Tabel 14.

Tabel 14. Biaya Produksi, Pendapatan, dan Efisiensi Usahatani Jambu Biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.

No	Uraian	Satuan	Nilai
A	Biaya Produksi	Rp/grpn/thn	13.261.545
B	Pendapatan Kotor	Rp/grpn/thn	33.743.768
	Produksi Jambu Biji	Kg/grpn/thn	4.821
	Harga Jambu Biji	Rp/kg	7.000
C	Pendapatan Bersih	Rp/grpn/thn	20.482.223
D	Efisiensi (RCR)		2,54

Tabel 14 menunjukkan bahwa dalam rata-rata luas lahan sebesar 2.528 m<sup>2</sup> (0,25 Ha) dengan jumlah tanaman sebanyak 115 pokok, maka usahatani jambu biji dapat menghasilkan rata-rata pendapatan kotor (*gross income*) sebesar Rp. 33.743.768/grpn/thn (dengan produksi sebanyak 34.821kg dan harga jual Rp. 7.000/kg). Dengan biaya produksi sebesar Rp. 13.261.545/grpn/thn maka diperoleh pendapatan bersih (*net income*) sebesar Rp. 20.482.223/grpn/thn atau sebesar Rp. 81.019.385/ha/thn. Pendapatan bersih diketahui bertanda positif (+) yang artinya usahatani jambu biji tersebut menguntungkan. Sementara itu hasil hasil penelitian Putra (2017) menunjukkan nilai yang lebih rendah, dengan rata-rata pendapatan bersih yang diterima pada usahatani jambu biji yaitu sebesar Rp. 63.245.443/ha/thn. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan bersih pada usahatani jambu biji di Desa Perawang Barat tergolong cukup tinggi.

### 5.2.3. Efisiensi Usahatani

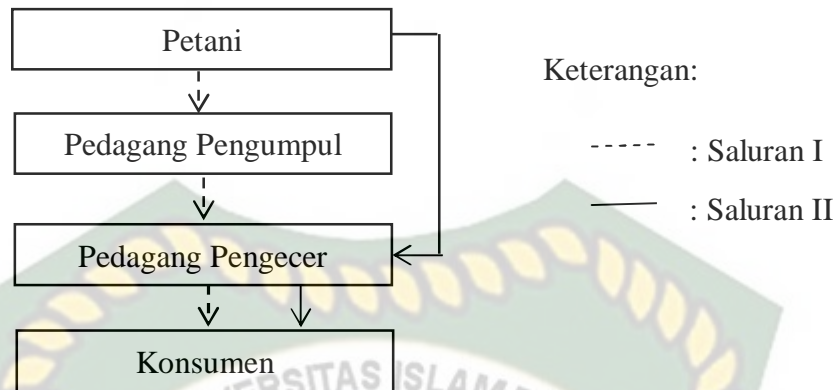
Efisiensi usaha atau RCR (*Revenue Cost Ratio*) menunjukkan kemampuan suatu usaha dalam menghasilkan laba untuk tiap satu satuan biaya yang dikeluarkan. RCR dapat dihitung dengan membandingkan besaran pendapatan kotor yang dihasilkan dengan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Berdasarkan Tabel 14 diketahui nilai efisiensi usaha (RCR) pada usahatani jambu

biji di Desa Perawang Berat adalah sebesar 2,48 ( $>1$ ), hal ini menunjukkan bahwa usahatani jambu biji di Desa Perawang Berat telah efisien dan layak untuk diusahakan. Nilai RCR sebesar 2,54 memiliki arti bahwa setiap Rp 1,00 biaya produksi yang dikeluarkan untuk mengusahakan jambu biji akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp. 2,54 atau pendapatan bersih (keuntungan) sebesar Rp 1,54. Nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan hasil penelitian Putra (2017) yang menunjukkan nilai RCR atas biaya total pada usahatani jambu biji sebesar 1,98.

### **5.3. Analisis Pemasaran**

#### **5.3.1. Saluran dan Lembaga 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 biji di Desa Perawang Barat 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 -> konsumen; dan (2) saluran pemasaran II, dari petani -> pengecer -> konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Lembaga dan Saluran Pemasaran Jambu biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020.

Berdasarkan pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran I memiliki rangkaian pemasaran yang lebih panjang, dibandingkan dengan saluran pemasaran II, karena melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Sedangkan pada saluran II hanya melibatkan pedagang pengecer.

#### 5.3.1.1. Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I pada komoditas jambu biji di Desa Perawang Barat untuk sampai kepada konsumen alirannya dimulai dari petani -> pedagang pengumpul -> pedagang pengecer -> konsumen. Harga jual di tingkat petani ditentukan secara sepihak oleh pedagang pengumpul senilai Rp. 17.000 – 18.000/kg, sementara petani hanya berposisi sebagai penerima harga (*price taker*). 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 biji, dapat mempermudah pedagang pengecer dalam memperoleh produk tersebut.

#### 5.3.1.2. Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II pada komoditas jambu biji di Desa Perawang Barat untuk sampai kepada konsumen alirannya dimulai dari petani -> pedagang pengecer -> konsumen. Buah jambu biji 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. Penentuan harga jual jambu biji pada umumnya ditentukan berdasarkan negosiasi petani dengan pedagang pengecer. Kesepakatan harga ditingkat petani yang terbentuk umumnya akan lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran I, yaitu sebesar Rp. 10.000/kg. Sedangkan di tingkat konsumen, harga jual ditetapkan secara sepihak oleh pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 15.000/kg.

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

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang/ jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli (Dharmmesta dan Handoko, 2004). Dalam melakukan kegiatan dalam pemasaran tersebut tentunya lembaga pemasaran mengeluarkan biaya yang diharapkan akan mendapatkan keuntungan pemasaran. Hasil analisis biaya, margin, dan efisiensi pemasaran

komoditas jambu biji di Desa Perawang Barat disajikan pada Tabel 15 dan Lampiran 8.

Tabel 15. Biaya, Margin, Keuntungan, dan Efisiensi Pemasaran Jambu biji di Desa Perawang Barat, Tahun 2020 (Rp/kg).

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran (Rp/kg)	
		I	II
1	Petani		
	Harga Jual	7.000	10.000
2	Pedagang Pengumpul		
	a. Harga Beli	7.000	
	b. Biaya Pemasaran	720	
	c. Margin Pemasaran	5.250	
	d. Keuntungan Pemasaran	4.531	
	e. Harga Jual	12.250	
3	Pedagang Pengecer		
	a. Harga Beli	12.250	10.000
	b. Biaya Pemasaran	1.055	1.472
	c. Margin Pemasaran	5.250	5.000
	d. Keuntungan Pemasaran	4.195	3.528
	e. Harga Jual	17.500	15.000
	Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)	1.774	1.472
	Total Margin Pemasaran (Rp/kg)	10.500	5.000
	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)	8.726	3.528
	Efisiensi Pemasaran (%)	10,14	9,81

#### 5.4.3.1. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran (*marketing cost*) adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen sampai ke konsumen, dimana biaya pembelian bahan baku utama tidak termasuk kedalam biaya pemasaran (Hanafiah dan Saefuddin, 1983). Berdasarkan Tabel 15, total biaya pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 1.774/kg (Rp. 720/kg di tingkat pedagang pengumpul dan Rp. 1.055/kg di tingkat pedagang pengecer. Sedangkan pada saluran II, total biaya pemasaran yaitu sebesar Rp. 1.472/kg. Hal ini menunjukkan bahwa biaya

pemasaran pada saluran pemasaran I lebih tinggi dibandingkan dengan saluran II.

#### 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 15, total margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp.10.500/kg (Rp. 5.250/kg di tingkat pedagang pengumpul dan Rp. 5.250/kg di tingkat pedagang pengecer). Sedangkan pada saluran II, total margin pemasaran diperoleh sebesar Rp. 5.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran pemasaran I lebih tinggi dibandingkan dengan saluran II.

#### 5.4.3.3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dalam melakukan kegiatan pemasaran jambu biji, yang diperoleh dari pengurangan harga jual dengan biaya pemasaran di tiap tingkat lembaga. Berdasarkan pada Tabel 15, total keuntungan pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 8.726/kg (Rp. 4.531/kg di terima pedagang pengumpul dan Rp. 4.195/kg di terima pedagang pengecer). Sedangkan pada saluran II, total keuntungan pemasaran diperoleh sebesar Rp. 3.528/kg. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan yang diterima dalam saluran pemasaran I lebih tinggi dibandingkan dengan saluran II.

#### 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 15, dapat dilihat bahwa efisiensi pemasaran baik pada saluran I dan saluran II menunjukkan nilai  $< 100\%$  yang artinya efisien dengan nilai masing-masing sebesar 10,14% dan 9,81%. Saluran pemasaran II memiliki nilai efisiensi pemasaran yang lebih rendah dari saluran I, yang artinya saluran II lebih efisien. Hal ini dikarena secara geografis saluran I melintasi wilayah antar kabupaten sehingga membutuhkan biaya pemasaran yang lebih tinggi dengan melibatkan lembaga pemasaran yang lebih banyak pula. Meskipun begitu selisih nilai efisiensi saluran I (10,14%) dengan saluran II (9,81%) tidak terlalu signifikan, sehingga perbedaan efisiensi tersebut masih berada pada tahap yang tidak merugikan konsumen.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

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

1. Karakteristik petani jambu biji yaitu: rata-rata umur petani diperoleh yaitu 44,10 tahun (produktif); rata-rata lama pendidikan 10,26 tahun (setara SMA); rata-rata pengalaman berusaha tani yaitu 8,00 tahun (cukup lama); dan rata-rata tanggungan keluarga petani yaitu sebanyak 4 orang, dengan rata-rata luas lahan sebesar 2.528 m<sup>2</sup> (0,25 ha). Sedangkan pedagang memiliki rata-rata umur sebesar 47,70 tahun (produktif), lama pendidikan 8,60 tahun (setara SMP), pengalaman berusaha 7,90 tahun (cukup lama), dan jumlah tanggungan keluarga 3 orang.
2. Pada usahatani jambu biji biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp. 13.587.481/grpn/thn, terdiri dari biaya variabel Rp. 13.043.448/grpn/thn (96,00%) dan biaya tetap Rp. 544.032/tgrpn/thn (4,000%); (b) pendapatan kotor diperoleh yaitu sebesar Rp. 33.743.768/grpn/thn, dengan produksi sebesar 4.821 kg dan harga Rp. 7.000/kg; pendapatan bersih diperoleh sebesar Rp. 20.156.288/grpn/thn. (c) Efisiensi atau RCR diperoleh sebesar 2,48 yang artinya sudah menguntungkan dan layak untuk diusahakan.
3. Pada sub sistem pemasaran diketahui terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, yang membentuk 2 saluran pemasaran, yaitu dari petani -> pedagang pengumpul -> pengecer -

>konsumen; dan dari petani -> pengecer -> konsumen. Biaya pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 1.774/kg dan saluran II Rp. 1.472/kg. Margin pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 10.500/kg dan saluran II Rp. 5.000/kg. Keuntungan pemasaran pada saluran I yaitu sebesar Rp. 8.726/kg dan saluran II Rp. 3.528/kg. Efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa saluran II ( $E_p = 9,81\%$ ) lebih efisien dibandingkan saluran I ( $E_p = 10,14\%$ ).

## 6.2. Saran

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

1. Petani jambu biji dalam hal ini dapat memperbanyak jumlah tanaman jambu biji yang diusahakan sehingga dapat meningkatkan pendapatan.
2. Pemerintah sebaiknya perlu terlibat dalam peningkatan kesejahteraan petani maupun konsumen dalam hal ini untuk mendorong pembentukan kluster agribisnis jambu biji, pemberian penyuluhan yang intensif kepada petani, serta mengawasi pelaksanaan tata niaga komoditas tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29. Al-Qur'an dan Terjemahan. Cetakan ke 7: Al-Mizan Publishing House, Jakarta.
- Ariyani, D. M. A., S. I. Santoso, dan A. Setiadi. 2017. Analisis Profitabilitas Usahatani Jambu Biji Getas Merah di Kabupaten Kendal. *Agromedia*, 35(2), 10-18.
- Arsyad, S. 1989. *Konservasi Tanah dan Air*. IPB Press, Bogor.
- Ashari, S. 2006. *Hortikultura: Aspek Budidaya*, Edisi revisi. UI-Press, Jakarta.
- Asmarantaka, R. W. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis FEM-IPB, Bogor.
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2019. Distribusi PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2014-2019 [Online]. Dapat diakses pada: <https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/05/06/828/-seri-2010-distribusi-pdb-triwulanan-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-lapangan-usaha-persen-2014-2019.html> [Diakses pada 25 Desember 2019].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2019. Penduduk 15 Tahun Ke Atas yang Bekerja menurut Lapangan Pekerjaan Utama 1986 – 2018 [Online]. Dapat diakses pada: <https://www.bps.go.id/statictable/2009/04/16/970/penduduk-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-menurut-lapangan-pekerjaan-utama-1986---2018.html> [Diakses pada 25 Desember 2019].
- BPS [Badan Pusat Statistik]. 2019. *Statistik Tanaman Buah-buahan dan Sayur-sayuran Tahunan Indonesia 2018*. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Cahyono, B. 2010. *Mengenal Guava*. Edisi Pertama. Lily Publisher, Yogyakarta.
- Choirotunnisa 2008. Hubungan Karakteristik Sosial Ekonomi Petani dengan Tingkat Penerapan Model Pengelolaan Tanaman Terpadu Padi Sawah di Desa Joho Kecamatan Mojolaban kabupaten Sukaharjo. *Agritext* 24 (2):12-23.
- Darmayanti, T. 2018. Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Jambu Biji (*Psidium guajava L.*) (Studi Kasus: Desa Telaga Sari Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang). Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Dewi, I. S. 2020. Analisis Usahatani Padi sawah di Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 36(1): 91-98.

- Dharmmesta, B. S., dan T. H. Handoko. 2004. Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Liberty, Yogyakarta.
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat. 2019. Budidaya Jambu Kristal. Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat, Bandung.
- Elida, S., Marliati, dan D. Sianturi. 2012. Analisis Usaha dan Pemasaran Ikan Mas (*Cyprinus carpio L.*) dan Nila (*Oreochromis niloticus*) (Studi Kasus: di Sentra Budidaya Ikan Dalam Keramba Jaring Apung Desa Pulau Gadang Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau). Jurnal RAT, 2(1): 119-128.
- Firdaus, M. 2012. Manajemen Agribisnis. Bumi Aksara, Jakarta.
- Gumbira-Sa'id, E. dan A. H. Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Hadiyati, S., dan L. H. Apriyanti. 2015. Bertanam Jambu Biji di Pekarangan, Cetakan 1. AgriFlo, Jakarta.
- Hanafi, A. 1986. Memasyarakatkan Ide-ide Baru. Usaha Nasional, Surabaya.
- Hanafiah dan Saefudin. 2005. Tata Niaga Hasil Perikanan. UI Press, Jakarta.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. 2009. Akuntansi Manajemen. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hapsoh, H. 2011. Budidaya tanaman obat dan rempah. USU Press, Medan.
- Hasibuan, M. S. P. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hasriyanto, S. 2013. Kontribusi Usahatani Jambu Getas Merah Terhadap Pendapatan Rumahtangga dan Strategi Pengembangan Usahatani di Desa Pagersari Kecamatan Patean Kabupaten Kendal. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas negeri Semarang, Semarang.
- Hasyim, H. 2003. Analisis Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Petani Terhadap Program Penyuluhan Pertanian. Laporan Hasil Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Hasyim, H. 2012. Teori-Teori Pemasaran. UI Press, Jakarta.
- Herjanto, E. 2008. Manajemen Operasi. Edisi Ketiga. Grasindo, Jakarta.
- Hernanto, F. 1996. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.



- Hindun.2018. Pengaruh Ekstrak Buah Jambu Biji Merah (*Psidium Guajava L.*) Terhadap Viabilitas Spermatozoa Mencit (*Mus Musculus*) yang Terpapar Asap Rokok. Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Kaharuddin, T. L. Ola, dan W. A. Yusria. 2019. Analisis Tingkat Pendapatan Usahatani Jambu Mete di Desa Lianos Kecamatan Tongkuno Selatan Kabupaten Muna. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian*, 4(4):82-87.
- Kohls RL dan Uhl JN. 2002. *Marketing of agricultural products*. New Jersey. US (ID): Prentice-hall, Inc.
- Kotler, P dan K. Amstrong. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. Pearson Education, Inc. England.
- Kotler, P. 1996. *Manajemen Pemasaran : Maketing Management*. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kumar, R. 2007. *Pemasaran Pertanian*. UUM Press, Malang.
- Lipsey, R.G. et al. 1995. *Pengantar Mikroekonomi, Jilid kesatu Edisi Kesepuluh*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Mantra, I. B. 2004. *Demografi Umum*. Pustaka Raja, Jakarta.
- Mosher, A. T. 1983. *Menggerakkan dan Membangun Pertanian Indonesia*. Gramedia, Jakarta.
- Mubyarto. 1996. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Pustaka LP3ES, Jakarta.
- Mulyadi. 2005. *Akutansi Biaya*. Edisi Kelima. YKPN, Yogyakarta.
- Nakasone, H. Y., dan R. E. Paull. 1999. *Tropical Fruits*. CAB International, Wallingford.
- Negara, S. A., J. Yusri, dan N. Dewi. 2015. Analisis Finansial Usahatani Jambu Biji di Kota Pekanbaru Provinsi Riau. *Jom Faperta*, 2(1): 1-16.
- Padmowihardjo, S. 1999. *Psikologi Belajar Mengajar*. Universitas Terbuka, Jakarta.
- Panggabean, M. S. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Kedua. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Parimin. 2007. *Jambu Biji: Budi Daya dan Ragam Pemanfaatannya*. Penebar Swadaya, Jakarta.

- Prasetya, H dan Lukiastuti, F. 2009. Manajemen Operasi, Cetakan Pertama. Media Pressindo, Yogyakarta.
- Putong, Iskandar. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Putra, M. A. 2017. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Jambu Biji Kristal (Studi Kasus: Desa Bantarsari, Kecamatan Rancabungur, Kabupaten Bogor). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Putra, M. A. 2017. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Jambu Biji Kristal (Studi Kasus: Desa Bantarsari, Kecamatan Rancabungur Kabupaten Bogor). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Rahardi, F. 1999. Agribisnis Tanaman Buah. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Raharja, P., dan M. Manurung. 2005. Teori Ekonomi Makro. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Rahim dan Hastuti. 2005. Ekonomika Pertanian. Pustaka, Jakarta.
- Rakhmad, J. 2001. Psikologi Komunikasi, Edisi Revisi. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Ridwan, M. 2013. Analisis Usahatani Jambu Kristal Desa Cikarawang Kecamatan Dramaga Kabupaten Bogor. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Robbins, S. P. 2007. Prilaku Organisasi. PT. Macana Jaya, Klaten.
- Rosyid, S. 2009. Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Makro dan Mikro. Rajawali Pers, Jakarta.
- Sain, V., V. P. Luhach, M. G. Mehla, V. Jyoti. 2013. *Economics Analysis of Guava Production in Haryana*. IOSR Journal of Agriculture and Veterinary Science (IOSR-JAVS), 5(5): 7-11.
- Simanjuntak, P. J. 2001. Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia: Edisi kedua. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Simanjuntak, P. J. 2005. Manajemen dan Evaluasi Kinerja, Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Soedarya, A. P. 2010. Agribisnis Guava (Jambu Batu). Pustaka Grafika, Bandung.

- Soekartawi. 2001. Pengantar Agroindustri. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2006. Analisis Usahatani. UI Press, Jakarta.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press, Malang.
- Supardi, S. 2000. Pengantar Ilmu Ekonomi. UNS, Surakarta
- Suparmoko. 2001. Ekonomika Untuk Manajerial. BPFE, Yogyakarta
- Suratiyah, K. 2015. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Todaro, M. 2000. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga. Edisi Ketujuh Jilid I. Erlangga Jakarta.
- Utami, I. S. 2008. Budidaya Jambu Merah: Mujarab Atasi Demam Berdarah. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Winardi. 2004. Manajemen Perilaku Organisasi. Cetakan kedua. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Wirosuhardjo. 1996. Pengembangan Sumber Daya Manusia. Rineka Cipta, Jakarta.