

VOLUME 14 NOMOR 01 2020



SOCA

JURNAL SOSIAL EKONOMI PERTANIAN



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS UDAYANA



Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian/ *Journal on Social Economic of Agriculture* (SOCA) merupakan media untuk penyebarluasan hasil penelitian bagi dosen, peneliti, praktisi maupun masyarakat umum yang yang konsen terhadap pembangunan pertanian di Indonesia. Jurnal SOCA dikhususkan untuk menampung hasil penelitian, kajian pustaka/teoritis, kajian metodologis, gagasan original yang kritis, ulasan masalah penting/isu pembangunan pertanian yang hangat dan ulasan suatu hasil seminar. Penulis yang menjadi sasaran jurnal SOCA yaitu penulis junior/pemula yang memiliki gagasan, konsep atau hasil penelitian yang brilian mengenai sosial-ekonomi pertanian dan agribisnis. Jurnal SOCA juga tidak menutup peluang bagi penulis senior/*advanced* untuk ikut berpartisipasi sekaligus membimbing penulis junior/pemula melalui artikel-artikel yang dapat di jadikan motivasi untuk menulis lebih baik lagi. SOCA diterbitkan berkala di bidang sosial-ekonomi pertanian dan agribisnis, diterbitkan tiga kali setahun (Februari, Agustus dan Desember) oleh Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana.

SOCA. VOL.14 NO.1 JANUARI 2020

Penanggung Jawab:

Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana

Dewan Redaksi:

Ketua : Dr. Gede Mekse Korri Arisena, SP., M. Agb

Anggota : Dr. Widhianthini, SP., M.Si
I Made Sarjana, SP., M. Sc
A.A.A. Wulandira S.DJ.SP., MMA
Ida Ayu Listia Dewi, SP., M. Agb
Tutik Dalmyiatun, S.Pt., M.Sc
Kadhung Prayoga, SP., M.Sc

Mitra Bestari Internal sebagai Penelaah Ahli (Reviewers) Tetap:

1. Prof.Dr.Ir. Wayan Windia, SU (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
2. Prof.Dr.Ir. I Gde Pitana, M.Sc (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
3. Prof.Dr.Ir. Made Antara, MS (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
4. Prof.Ir. IGAA Ambarawati, M.Ec.Ph.D (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
5. Prof.Dr.Ir. Ketut Budi Susrusa, MS (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
6. Prof.Dr.Ir. Dwi Putra Darmawan, MP (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
7. Dr.Ir. I Dewa Putu Oka Suardi, M.Si (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
8. Dr.Ir. Nyoman Gede Ustriyana, MM (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
9. Dr.Ir. I Ketut Suamba, MP (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
10. Dr.Ir. I Made Sudarma, MS (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)

Mitra Bestari Eksternal sebagai Penelaah Ahli (Reviewers) Tetap:

1. Prof. Dr. Ir. Yuli Haryati, MS (PS. Agribisnis, Universitas Jember/Ekonomi Pertanian)
2. Prof. Dr. Ir. Andy Mulyana, M. Sc (PS. Agribisnis, Universitas Sriwijaya/Pemasaran)
3. Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS (Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya/Managemen Finansial & Pemasaran Agribisnis)

4. Prof. Dr. Ir. Djoko Koestiono, MS (Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya/Manajemen Produksi & Operasi Agribisnis)
5. Dr. Yudi Ferrianta, SP, MP (PS. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat/Ekonomi Pertanian)
6. Dr. Yuprin A.D., SP., MP. (Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Palangkaraya/Ekonomi Pertanian)
7. Dr. Ir. Ridwan Iskandar, MT (PS.Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember /Supply Chain)
8. Dr. Suryadi Zulkifli, SP., MP (PS. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Malikussaleh /Perdagangan Internasional)
9. Dr. Mardiyah Hayati, SP., MP (PS. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo / Bisnis & Kewirausahaan)
10. Dr. Drs. Ade Banani, MMS (PS.Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jendral Sudirman / Manajemen Produksi Dan Operasi)
11. Dr. Dedi Herdiansyah, SE., MSi (Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak Kalimantan Barat / Bisnis dan Kewirausahaan)
12. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si. (PS. Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya / Manajemen Pemasaran)
13. Dr. Ir. Ketut Arnawa, MP. (Fakultas Pertanian Universitas Mahasaraswati Denpasar / Pemasaran Pertanian)
14. Sugiyarto, SP., M.Sc. (Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Gajah Mada / Ekonomi Pertanian)
15. Dwi Retno Andriani, SP., MP (Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya/Managemen Strategi)
16. Made Viantika Sulianderi, SP., M.Agb (Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Hasanudin/Manajemen Agribisnis)
17. Yulistriani, S.P., M.Si (PS. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Andalas)
18. Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si (PS. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bangka Belitung)
19. Illia Seldon Magfiroh, S.E., M.P (PS. Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember)
20. Deru R Indika, S.E., MBA (PS Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran)
21. Cut Aprilia, S.E., M.Interbuss (PS Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala)
22. Adhe Kania, S.Si., M.Si (Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Teknologi Bandung / Matematika Industri dan Keuangan)
23. Suluh Elman Swara, ST., MT (PS. Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Brawijaya / Supply Chain)

Technical Editor:

I Gede Bagus Dera Setiawan, S.P., M.Agb
 I Gede Wahyu Pramarta, S.T.
 Alfin Christian Massie

Diterbitkan Oleh:

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

Alamat Redaksi:

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
 Gedung Agrokomplek, Lantai II, Wing Timur
 Jalan PB. Sudirman, Denpasar, Bali, Indonesia
 Telp: (0361) 223544
 Email: soca@unud.ac.id
 Website: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca/index>

PRAKATA

Puji serta syukur kami panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Karunia dan Rahmat-Nya, sehingga SOCA mampu terbit dengan tepat pada waktunya. SOCA Volume 14, No1, Tahun 2020 berhasil tersusun berkat bantuan dari banyak pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu. Pada awalnya SOCA terbit setahun tiga kali (Februari, Agustus dan Desember), tetapi mulai Tahun 2020 bulan terbit SOCA akan dirubah menjadi (Januari, Mei dan September) perubahan bulan ini didasarkan pada fenomena pada bulan-bulan tersebut banyak karya skripsi dan tesis yang akan dipublikasi (visi SOCA ingin menampung karya dari penulis junior/pemula).

Di awal tahun 2020 ini SOCA akan menerbitkan 15 naskah yang akan dikumpulkan dalam Vol. 14, No.1 Tahun 2020. Dari 15 naskah yang terkumpul sebanyak dua naskah berasal dari intern prodi agribisnis UNUD, dua naskah berasal dari prodi di lingkungan UNUD dan 11 naskah berasal dari luar UNUD (Universitas Andalas, Universitas Diponegoro, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Universitas Kristen Satya Wacana, BPTP Nusa Tenggara Barat, Universitas Bangka Belitung, Universitas Tanjungpura, Balai Penelitian Ternak Ciawi-Bogor).

Terbitnya Volume 14 No.1, tahun 2020 ini juga atas perhatian dan kerja keras dari banyak pihak, oleh karena itu kami mengucapkan banyak terimakasih kepada mitra bestari yang berkenan memberikan masukan kepada redaksi dan juga mereview tulisan yang ada. Juga kepada anggota redaksi yang juga meluangkan waktu untuk bekerja agar Jurnal SOCA ini dapat terbit dengan baik. Semoga tulisan - tulisan dalam jurnal ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dapat dijadikan wadah untuk diseminasi secara luas, rekaman permanen dan membangun reputasi atas karya yang dihasilkan sebelum melangkah ke ranah yang lebih luas yaitu jurnal internasional bereputasi.

Dalam volume Volume 14, No1, Tahun 2020 kami memilih satu naskah yang dari sudut pandang kami naskah ini merupakan karya yang sangat merepresentasikan kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Naskah dengan judul “Kebangkitan Ladang Berpindah Di Nagari Silayang Kecamatan Mapattunggul Selatan Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatera Barat” merupakan karya brilian dari Juli Yusran, Yonariza, Elfindri dan Mahdi yang berasal dari Universitas Andalas. Adapun kesimpulan yang bisa diambil adalah Penyebab dari maraknya kemali praktek ladang berpindah di Nagari Silayang adalah penurunan harga karet dan pendapatan petani. Pilihan petani karet kembali berladang berpindah, terjadi pada petani yang memiliki luas kebun karet di bawah 3 ha dan tidak memiliki sumber pendapatan lain selain hasil karet. Oleh sebab itu, kata kunci dalam upaya mengurangi atau menghentikan kembali praktek ladang berpindah di Nagari Silayang adalah meningkatkan sumber pendapatan dan curahan tenaga kerja rumah tangga petani kepada pekerjaan selain budidaya tanaman. Peningkatan pendapatan dari karet dapat dilakukan dengan menjaga standar mutu karet petani, menjual hasil karet langsung ke pabrik dan/ atau mendirikan pabrik mini pengolahan karet di lokasi yang mudah diakses. Stategi lain, menciptakan sumber-sumber pendapatan lain selain budidaya tanaman seperti; peternakan dan perikanan. Kegiatan ini dapat dibarengi dengan inisiasi edukasi lingkungan oleh pemerintah daerah.

HALAMAN AWAL	i-ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv-v
KEBANGKITAN LADANG BERPINDAH DI NAGARI SILAYANG KECAMATAN MAPATTUNGGUL SELATAN KABUPATEN PASAMAN PROVINSI SUMATERA BARAT <i>Juli Yusran, Yonariza, Elfindri, dan Mahdi</i>	1-13
PERAN ASOSIASI ASPAKUSA MAKMUR BOYOLALI DALAM PEMBERDAYAAN PETANI <i>Wardatul Muna, Siwi Gayatri dan Sriroso Satmoko</i>	14-27
PENGARUH PERAN KELOMPOK TANI TERHADAP KOHESIVITAS DI KELOMPOK TANI TRANGGULASI DESA BATUR, KECAMATAN GETASAN, KABUPATEN SEMARANG <i>Eunice Gabriella, Sriroso Satmoko dan Dyah Mardiningsih</i>	28-39
ANALISA KEUNTUNGAN USAHA PETERNAKAN AYAM BROILER POLA MANDIRI DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang) <i>Ariani Trisna Murti, Karunia Setyowati Suroto, dan Hidayati Karamina</i>	40-54
FAKTOR- FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI BANARAN 9 JAMBU GEMAWANG <i>Ida Riana Wati, Bayu Nuswantara, Hendrik Johannes Nandapdap</i>	55-65
ANALISIS PERMINTAAN CABAI RAWIT MERAH (<i>Capsicum frutescens</i>) DI KABUPATEN SEMARANG <i>Lea Miftahuddin, Titik Ekowati dan Bambang Mulyatno Setiawan</i>	66-75
IDENTIFIKASI KARAKTER PERMUKIMAN DI TIGA WILAYAH PEMBANGUNAN KABUPATEN BADUNG <i>Anak Agung Keswari Krisnandika, Lury Sevita Yusiana, I Made Agus Dharmadiatmika, Mar'ie Abda U'Zal</i>	76-87
ANALISIS KEBERLANJUTAN PROGRAM PENGENTASAN KEMISKINAN BERBASIS BANTUAN KOMODITAS AYAM DI NTB <i>I Putu Cakra Putra Adnyana, Tanda Panjaitan, Luh Gde Sri Astiti dan Awaludin Hipi</i>	88-100

VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA HUTAN MANGROVE MUNJANG DI DESA KURAU BARAT KABUPATEN BANGKA TENGAH	101-113
<i>Soleha, Yudi Sapta Pranoto, dan Evahelda</i>	
SIKAP PETANI TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH MANDIRI DI KECAMATAN GUBUG KABUPATEN GROBOGAN	114-131
<i>Sella Setya Sahanaya, Sriroso Satmoko, dan Tutik Dalmiyatun</i>	
BAURAN PEMASARAN OLAHAN LIDAH BUAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA E-COMMERCE UKM I SUN VERA	132-145
<i>Lili Suryati, Eva Dolorosa, dan Shenny Oktoriana</i>	
PENINGKATAN NILAI EKONOMI PADA RTM (<i>Rumah Tangga Miskin</i>) MELALUI PROGRAM BEKERJA KEMENTERIAN PERTANIAN	146-157
<i>Supardi Rusdiana dan Tike Sartika</i>	
FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHATANI KOPI ARABIKA DI PROVINSI BALI	158-168
<i>Ida Ayu Listia Dewi dan I Made Sudarma</i>	
KAJIAN KARAKTERISTIK PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KECENDERUNGAN BERMIGRASI PEDAGANG SAYURAN DI KOTA DENPASAR	169-179
<i>Gede Mekse Korri Arisena dan Dwi Putra Darmawan</i>	
NATION BRANDING KOPI ARABIKA KINTAMANI (<i>Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli</i>)	180-193
<i>Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada dan Anak Agung Ayu Intan Parameswari</i>	
UCAPAN TERIMA KASIH	194-195
TEMPLATE	196-202
PENGINDEX JURNAL	203
INDEX JUDUL	204
INDEX NAMA	205



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

KEBANGKITAN LADANG BERPINDAH DI NAGARI SILAYANG KECAMATAN MAPATTUNGGUL SELATAN KABUPATEN PASAMAN PROVINSI SUMATERA BARAT

Juli Yusran, Yonariza, Elfindri dan Mahdi

Universitas Andalas, Padang, Provinsi Sumatera Barat

*Email korespondensi: yusranj@ymail.com, yonariza@hotmail.com, elfindribana@gmail.com,
kuteihmahdi@yahoo.com*

Telp. 081267306034, 08126769298 , 08126600296, 085272625091

Abstrak

Kata Kunci:
ladang
berpindah,
harga,
pendapatan,
edukasi
lingkungan

Pembangunan infrastruktur dan ProRLK (Proyek Rehabilitas Lahan Kritis) proyek kerja sama Pemerintah dengan GTZ (*The German Technical Cooperation Agency*) tahun 1992, menggeser ladang berpindah ke pertanian karet di Nagari Silayang. Petani yang berladang berpindah untuk kebutuhan pangan, menghentikan praktek yang membudaya ini, dan berfokus pada perkebunan karet untuk memenuhi pangan dan uang kes. Tapi beberapa tahun belakangan, praktek ladang berpindah kembali marak di Nagari Silayang. Fenomena ini membantah teori transformasi pertanian dalam banyak penelitian sebelumnya, yang menyimpulkan bahwa pergeseran pola pertanian mengarah pada pola yang semakin meninggalkan ladang berpindah. Tujuan penelitian adalah menemukan faktor-faktor yang menyebabkan rumah tangga petani di Nagari Silayang kembali berladang berpindah, dan menemukan cara atau strategi untuk menghentikan pembukaan hutan untuk lahan perladangan. Penelitian menggunakan metode gabungan *kualitatif* dan *kuantitatif*. Data dikumpulkan melalui *observasi*, wawancara *key informan* serta *survey* rumah tangga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebangkitan ladang berpindah di Nagari Silayang, disebabkan oleh penurunan harga karet global, menjaga keamanan pangan, dan upaya peningkatan pendapatan rumah tangga. Ini akan berdampak pada kerusakan keragaman hayati dan bahkan bencana alam, karena hutan tua *dikonversi* menjadi lahan pertanian. Diperlukan strategi untuk mengurangi dan/ atau

menghentikan praktek ladang berpindah dengan cara meningkatkan nilai produksi karet petani, menciptakan sumber pendapatan selain budidaya tanaman yang dapat menyita curahan tenaga kerja rumah tangga petani dan edukasi lingkungan.

REVIVAL OF SHIFTING CULTIVATION IN NAGARI SILAYANG, MAPATTUNGGUL SUBDISTRICT, PASAMAN REGENCY, WEST SUMATRA PROVINCE

Keywords:
shifting
cultivation,
price, income,
environmental
education

Abstrak

Infrastructure development and ProRLK (deforested Land Rehabilitation Project) a Government of Indonesia collaboration prpject with The German Technical Cooperation Agency (GTZ) in 1992, has shifted the pattern of shifting cultivation to rubber farming in Nagari Silayang. Households engaged in shifting cultivation for food needs, stopped this entrenched practice, and focused on rubber plantations for food needs and financial means. But in recent years, the practice of shifting cultivation has been rife in Nagari Silayang. This phenomenon refutes the theory of agricultural transformastion in many previous studies, which concluded that shifting agricultural patterns lead to patterns that increasingly leave shifting cultivation. The purpose of this study, is to find the factors that cause farm households in Nagari Silayang to return to shifting cultivation, and find ways or strategies to stop forest clearing for swidden land. The research method used is descriptive qualitative and quantitative. Data collection uses observation, key informant interviews and household surveys. the results showed that the revival of shifting cultivation in Nagari Silayang was caused by the decline in global rubber prices, maintaining food security, and efforts to increase household income. This will have an impact on biodiversity damage and even natural disasters, because old forests are converted to agricultural land. This leads to negative impacts on biodiversity and can result in natural disasters, as old forests are converted to agricultural land.

How to Cite (APA 6th Style):

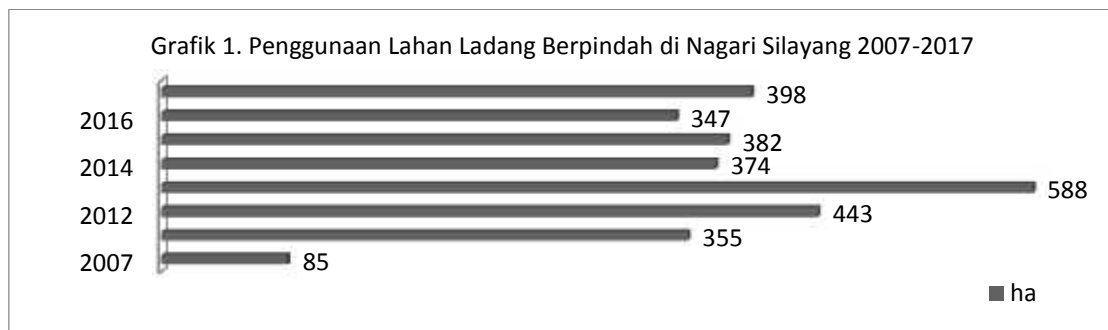
Yusran, J., Yonariza, Elfindri, & Mahdi. (2020). Kebangkitan Ladang Berpindah Di Nagari Silayang Kecamatan Mapattunggul Selatan Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatera Barat. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p01>

PENDAHULUAN

Perladangan berpindah adalah sistem pertanian yang secara budaya telah menjadi dasar dari penggunaan lahan, mata pencaharian dan tradisi di daerah dataran tinggi selama berabad-abad (Merts et al., 2009, Vliet el al., 2012, Dressler et al., 2015, Mukul, 2016). Namun beberapa decade yang lalu, transformasi pertanian mengarah pada pola pertanian yang semakin meninggalkan ladang berpindah. Proses pergeseran sistem budidaya ladang berpindah, dipicu oleh

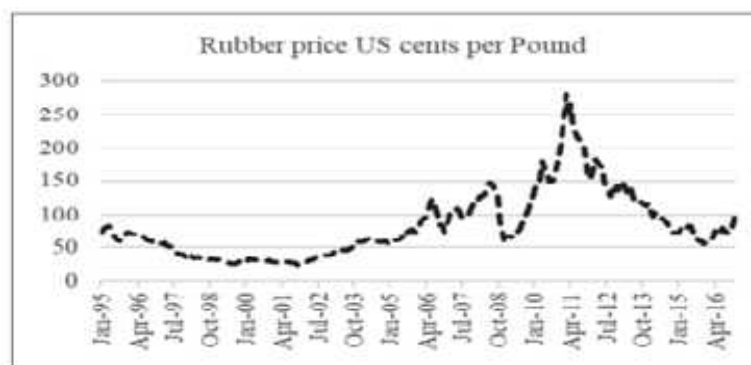
pertumbuhan penduduk, perubahan permintaan pasar, dan kebijakan publik utamanya sejak tahun 1970-an (Merts et al., 2009; Mulyoutami; 2010, Padoch, 2010; Vongvisouk, 2014). Pergeseran pola ladang berpindah tersebut juga disebabkan oleh kondisi lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, yang mempengaruhi akses dan sistem penguasaan lahan (Contreras, dkk, 2006; Michon, dkk, 2005). Perladangan berpindah tradisional mengalami proses *intensifikasi*, misalnya dengan menanam tanaman komersial permanen di lokasi lahan ladang berpindah (Raintree & Warner, 1986). Teegalapalli and Datta (2016) mengklaim bahwa perladangan berpindah tidak lagi relevan, jika dilihat dari populasi dan pertumbuhannya.

Menurut Yonariza (1996), pergeseran pola ladang berpindah ke pertanian menetap di Nagari Silayang, disebabkan oleh beberapa alasan antara lain; menurunnya produksi padi gogo karena masa bera dipersingkat, peningkatan lahan sawah irigasi, kebijakan harga beras pemerintah, meningkatnya produksi dataran rendah karena intensifikasi yang membuat harga beras di pasar mengalami penurunan nilai dan relatif stabil. Di sisi lain harga komoditas *ekspor*, seperti karet mengalami peningkatan nilai sehingga lebih menarik daripada berladang berpindah untuk produksi beras.



Gambar 1. Penggunaan Lahan Ladang Berpindah di Nagari Silayang 2007-2017
Sumber: BPS, Pasaman dalam Angka (data diolah).

Tapi beberapa tahun belakangan ini, ladang berpindah kembali marak di Nagari Silayang. Kebangkitan kembali ladang berpindah di Nagari Silayang menurut Mahdi dan Yonariza (2017) dipicu oleh turunnya harga karet. Harga karet dunia turun 275 sen AS pada 2011 menjadi 0,55 dolar AS pada 2016 per kg, sedangkan harga beras stabil di Rp 15.000(US \$ 1,5) per kg. Ini berarti, pendapatan petani menurun tajam dan mengganggu mata pencaharian petani yang telah mengubah tanah mereka dari sistem perladangan berpindah menjadi perkebunan karet.



Gambar 2. Fluktuasi Harga Karet Dunia 1995-2016
Sumber: Mahdi dan Yonariza, 2017

Tulisan ini melanjutkan penelitian Mahdi, Yonariza (2017), yang mengkonfirmasi keputusan rumah tangga petani kembali mempraktekkan pola ladang berpindah karena pengaruh pasar. Sehingga, strategi yang dapat dilakukan untuk menghentikan ladang berpindah adalah dengan subsidi harga melalui skema asuransi harga, jika harga karet lebih rendah dari Rp 8000. Menurut hemat penulis, perkembangan tingkat kebutuhan dan pengaruh luar di Nagari Silayang saat ini, asuransi harga belum cukup untuk menghentikan praktek pola ladang berpindah. Diperlukan strategi lain, selain asuransi harga, agar petani benar-benar menghentikan praktek ladang berpindah tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini bersifat gabungan *kualitatif* dan *kuantitatif*. Gambaran fakta atau karakteristik responden didapatkan melalui pengumpulan data dan informasi di lokasi penelitian. Kumpulan data tersebut kemudian disusun dan dianalisis sehingga dapat menjelaskan faktor-faktor rumah tangga petani karet di Nagari Silayang, kembali mempraktekkan pola ladang berpindah. Penelitian dilaksanakan di Nagari Silayang, karena di daerah ini ditemukan gejala peralihan pola pertanian dari perkebunan karet ke pola ladang berpindah kembali. Kegiatan riset dilaksanakan dalam kurun waktu \pm 3 bulan, Juni – September 2019. Sampel penelitian terdiri dari sampel area dan sampel responden. Sampel area diambil tiga perkampungan yang paling banyak berladang berpindah kembali di Nagari Silayang yaitu; Mentundak, Kampung Padang dan Kampung Baru. Selanjutnya sampel responden diambil dari rumah tangga petani karet yang beralih menjadi peladang berpindah secara *purposive*. Karena jumlah populasi masih sulit diketahui secara pasti, maka metode penarikan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jumlah responden keseluruhan sebanyak 60 rumah tangga. Pengambilan sampel responden 60 rumah tangga merujuk pada Bailay (1999), standar sampel minimum jika menggunakan analisis data statistik adalah 30 dan menyebar normal. Penentuan sampel area dilakukan dengan *purposive sampling* dengan tujuan menentukan perkampungan yang mayoritas petaninya melakukan alih usahatani dari perkebunan karet ke ladang berpindah. Dari total 15 perkampungan di Nagari Silayang diambil tiga perkampungan berdasarkan karakteristik penelitian yaitu; Kampung Mentundak, Kampung Padang dan Kampung Baru. Data primer didapatkan dari hasil *observasi*, wawancara dan *kuesioner*. Sedangkan, data *sekunder* merupakan data dari lembaga-lembaga pemerintah, *literatur* dan publikasi hasil penelitian sebelumnya yang relevan.

Untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi petani karet beralih ke pola ladang berpindah dilakukan dengan model analisis *regresi logistic* yang menghasilkan persamaan dengan variabel dependen bersifat *kategorikal*. Kategori model akan menghasilkan *binary values* angka 0 dan 1, mewakili kategori tertentu dari perhitungan *probabilitas* kategori tersebut dengan rumus (Gujarati, 1991):

$$1n \frac{P}{1-P} = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

Pi = angka probabilitas pilihan petani

α = Konstanta

β = Parameter yang dicari

Xi = Variabel yang mempengaruhi

Sedangkan rumus model keputusan *biner* adalah:

$$Y_i = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Yi = Variabel keputusan berladang berpindah kembali, dimana Yi = 1 jika petani alih usahatani dan Yi = 0, petani jika tidak alih usaha tani.

α = Konstanta

X_1 = luas lahan karet (ha)

X_2 = curahan tenaga kerja terhadap pekerjaan selain budidaya karet

X_3 = harga karet

X_4 = Pendapatan

β_1, β_5 = koefisien regresi

e = random error

Hipotesis:

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$, jika variabel *independen* tidak berpengaruh terhadap keputusan beralih ke ladang berpindah.

H_a : paling kurang satu ($\beta_i \neq 0$), jika variabel *independen* berpengaruh terhadap praktek berladang pindah kembali. LR diperbandingkan dengan tabel *Chi Square* (X^2). Jika tabel *Chi Square* < LR hitung berarti H_0 ditolak. Ini berarti, secara bersama-sama variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden.

Menurut Isdijoso (1990), aspek-aspek yang mempengaruhi keterampilan petani dalam mengelola usahatani adalah; usia, pendidikan, jumlah tanggungan dan pengalaman berusaha tani. Usia petani berkaitan dengan pengaruh terhadap kemampuan kerja. Sebab, biasanya petani usia muda dan sehat dapat berkerja lebih kuat dan energik, cepat menerima inovasi dan kurang takut terhadap resiko. Semakin menua usia petani, maka semakin berkurang pulalah semangat kerja. Hanya saja, biasanya pengaman hidup membuat mereka lebih berhati-hati dan unggul dalam pengambilan keputusan pengelolaan usahatani.

Tabel 1. Umur Petani Responden di Nagari Silayang

No	Nama Kampung	Umur (Tahun)	Jml Responden	Persentase (%)
1	Kampung Mentundak	> 39	9	45
		40-51	6	30
		51-62	5	25
2	Kampung Padang	> 39	7	45
		40-51	9	30
		51-62	4	25
3	Kampung Baru	> 39	8	45
		40-51	6	30
		51-62	6	25

Sumber: Data Primer (diolah), 2019

Kinerja seseorang dapat ditentukan oleh usianya (Suratiah, 2006). Bertambahnya umur dan pekerjaan fisik yang berat mengakibatkan kemampuan bekerja menurun. Tabel di atas menjelaskan bahwa petani karet dan peladang berpindah yang menjadi responden, pada umumnya berumur produktif. Maka, Pengelolaan pertaniannya, masih berpotensi dapat meningkatkan produktivitasnya. Jika dilihat dari tingkat pendidikan petani di Nagari Silayang relatif bervariasi mulai dari tidak menamatkan pendidikan SD sampai pada Strata 1 (S1). Pendidikan mayoritas petani responden adalah SLTP sebanyak 28 orang (46.67%), disusul SLTA sebanyak 36.37 %. Sisanya 16.98 % berada pada tingkat pendidikan tidak tamat SD, tamat SD, diploma dan S1.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi usahatani adalah jumlah tanggungan keluarga. Satu sisi, tanggungan keluarga dapat berkontribusi terhadap ketersediaan tenaga kerja, namun di sisi lain, jumlah tanggungan keluarga berkonsekuensi terhadap beban ekonomi keluarga. Jumlah tanggungan keluarga responden

mayoritas sebanyak 4-6 orang yaitu 39 rumah tangga atau 65%, memiliki tanggungan sebanyak 1 sampai 3 orang, sebanyak 17 orang (28 %). Sisanya sebanyak 4 rumah tangga atau 7 persen memiliki jumlah tanggungan selainnya. Sedangkan pengalaman bertani dan umur petani sangat berkaitan dengan tingkat keahliannya. Pada umumnya, responden sudah berpengalaman dalam bertani selama 3-30 tahun. Sebagian kecil, yaitu 4 rumah tangga berpengalaman bertani kurang dari 3 tahun atau lebih 30 tahun.

Kondisi Usahatani Karet di Nagari Silayang

Nagari Silayang adalah satu dari 37 nagari di Kabupaten Pasaman. Nagari merupakan nama lain dari desa, sebagai bentuk pemerintahan terendah di Sumatera Barat. Nagari bersifat otonom dan kekuasaan sosial - politik lain, tidak dapat mengintervensi persoalan adat di sebuah nagari. Nagari yang satu dengan nagari lainnya sangat dimungkinkan berbeda-beda. Lembaga perwakilan dari pimpinan suku-suku nagari, biasa disebut KAN (Kerpatan Adat Nagari). Menurut Elfindri (2010: 47), Semua keputusan dan peraturan nagari, harus terlebih dahulu melalui musyawarah dan mufakat dengan KAN. Secara administratif, pemerintahan nagari berada pada level di bawah kecamatan dalam Kabupaten. Sedangkan dalam struktur pemerintahan kota, bukan nagari melainkan kelurahan. Jika dibandingkan dengan kelurahan, maka nagari diberi hak dan kewenangan untuk mengatur wilayahnya secara lebih luas.

Anggota KAN berasal dari *tungku tigo sajarangan* yang terdiri dari utusan; alim ulama, cerdik pandai (intelektual) dan *niniak mamak* (pemimpin suku-suku dalam nagari). Bamus Nagari terdiri dari unsur KAN, bundo kanduang, pemuda dan perwakilan tiap suku. Priodesasi masa jabatan Bamus adalah 6 tahun dan hanya dapat dipilih maksimal 2 priode masa jabatan. Anggota Bamus minimal lima orang dan maksimal 11 orang, disesuaikan dengan luas geografis, banyak penduduk, dan kesanggupan keuangan nagari, ditetapkan dengan keputusan Bupati.

Penerapan sistem pemerintahan nagari di Provinsi Sumatra Barat, secara otomatis diukuti oleh kewenangan atas penguasaan tanah ulayat nagari dan tanah-tanah adat baik yang dimiliki secara individual maupun telah dikuasai negara sebelumnya.

Luas lahan petani. Usaha perkebunan karet di Nagari Silayang pada umumnya ladang berawal dari tanah ulayat (*komunal*) yang sebelumnya dijadikan lahan ladang berpindah. Lahan yang sebelumnya ditanami padi, kemudian ditanami karet atas izin dari pemegang tanah ulayat yang bergelar Datuak Bosar. Perubahan sistem pertanian dari ladang berpindah ke pertanian karet juga berpengaruh terhadap penguasaan lahan di Nagari Silayang, dari sebelumnya berstatus milik "kaum" ke penguasaan atau penggunaan yang lebih *privat*. Hanya saja status lahan tetap sebagai hak guna atau pemanfaatan lahan yang tidak boleh diperjual belikan, kecuali kepada sesama cucu kemanakan pemegang hak ulayat.

Luas lahan karet petani di Nagari Silayang bervariasi, tergantung luas ladang berpindah yang pernah digarap. Luas lahan budidaya karet garapan responden untuk usahatani karet di Nagari Silayang berada diantara 0,5 - 3 hektar. Mayoritas responden memiliki perkebunan karet seluas 0,5-1 hektar sebanyak 35 rumah tangga (58 persen), disusul >1-2 hektar sebanyak 20 orang (33 persen), dan sisanya sebanyak 5 rumah tangga (8 persen), memiliki luas lahan >2 - 3 ha. Sedangkan rerata-rata luas lahan karet responden adalah 1,15 persen. Sedangkan luas lahan rata-rata ladang berpindah responden adalah 1,3 ha dengan rincian, lahan di bawah 1 ha berjumlah 18 rumah tangga (30 %), 1 - 2 ha berjumlah 40 rumah tangga (67%), dan sisanya (2 rumah tangga) memiliki luas lahan ladang berpindah di atas 2 ha/musim. Lahan ladang berpindah tersebut sebagian besar berasal dari pembukaan hutan tua, dan sebagian kecil lahan perkebunan karet.

Curahan Tenaga Kerja Petani kepada Usaha Lain Selain Bertani

Secara umum, pengelolaan usaha tani di Nagari Silayang hanya mengandalkan tenaga kerja rumah tangga sendiri. Di samping bertani, sebagian kecil petani responden memiliki pekerjaan lain selain bertani, seperti berdagang, tenaga honor di kantor camat, kantor wali nagari dan guru. Kondisi ini mempengaruhi jam kerja bertani karena sebagian waktu tersita pekerjaan lain.

Tabel 4. Jenis Pekerjaan lain Selain Berkebun Karet Responden

Sampel Area	Jenis Pekerjaan Lain				Jumlah
	Pedagang	Honoror			
		K. Camat	K. Nagari	Guru	
Kampung Mentundak	2	0	1	1	5
Kampung Padang	1	0	1	1	3
Kampung Baru	2	1	0	0	2
Jumlah	5	1	2	2	10

Sumber: Survey, 2019

Dari total 60 responden terdapat 10 (16,7 %), rumah tangga memiliki jenis pekerjaan selain bertani, yaitu; 4 rumah tangga berdagang, 2 orang guru honorer, dan honorer di kantor camat di satu rumah tangga, dan 2 rumah tangga di Kantor Wali Nagari.

Produksi Usahatani Responden. Produksi karet responden di Nagari Silayang cukup bervariasi. Hal ini disebabkan oleh beragamnya luas kebun petani. Jika dirata-ratakan, produksi karet responden adalah 253 kg/1.15/ bulan. Sedangkan rerata produksi usahatani ladang berpindah sebesar 3.5 ton GKP/ 1.3 ha/ permusim. Jika dikonversi ke beras menjadi sekitar 2.135 kg/1.3 ha.

Analisis Pendapatan Petani. Besar-kecilnya pendapatan petani tergantung pada beberapa faktor antara lain; penggunaan faktor produksi, luas lahan, produksi, harga, dan *efisiensi* tenaga kerja. Menurut Soekartawi (1993), harga dan produksi adalah sumber ketidak pastian. Pendapatan petani akan berubah, jika harga produksi mengalami perubahan. Pendapatan kotor responden dari karet dengan produksi rata-rata 253 kg dengan kondisi harga sekarang Rp 6500,- per kg, adalah $253 \text{ kg} \times \text{Rp } 6.500 \times 12 = 19.974.000/$ tahun, setara Rp 1.664.500/bulan. Pendapatan bersih rata-rata petani dari hasil karet setelah dikurangi biaya produksi Rp 1.664.500 - Rp 1,383.600 = Rp 280.900,- / bulan.

Penerimaan kotor ladang berpindah responden rata-rata adalah $2.135 \text{ kg} \times \text{Rp } 10.000 = \text{Rp } 21.350.000$ per tahun atau sebesar 1.779.1667 per bulan. Sedangkan pendapatan rumah tangga petani ladang berpindah setelah dikeluarkan biaya produksi adalah $\text{Rp } 1.779.1667 - 1.260.000 = \text{Rp } 529.667/1.3 \text{ ha/}$ bulan. Secara ekonomi, penghasilan petani berbanding lurus dengan harga jual, produksi dan penggunaan faktor produksi. Jadi dengan harga karet Rp 6.500,00/ kg, dengan rata-rata luas lahan karet 1.15 ha dan 1.30 ha ladang berpindah, maka pendapatan rumah tangga petani yang berladang berpindah lebih besar dari karet.

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Kembali Berladang Berpindah

Regresi logistic membentuk variabel *predictor* atau respon ($\log(p/(1-p))$), adalah gabungan *linear* independen variabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel Y adalah *dummy* keputusan petani terikatnya adalah 0, jika petani tidak beralih ke pola ladang berpindah dan 1 jika petani karet beralih ke pola ladang berpindah, dengan memasukkan variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani. *Koefisien estimasi* variabel independen yang *signifikan* menyebabkan beralih usahatani ke ladang berpindah ada 2 dari 4 variabel yang diuji

yaitu; harga karet dan pendapatan. Sedangkan 2 variabel lain, luas lahan dan curahan tenaga kerja terhadap pekerjaan lain tidak berpengaruh terhadap alih usahatani ke perladangan berpindah.

Hasil analisis *regresi logistic* menghasilkan nilai *adjusted R-squared* = 0,6421 menandakan bahwa *variasi* dari pilihan petani beralih komoditi dan tetap (Y) mampu dijelaskan secara serentak oleh luas lahan (X_1), harga karet (X_3) dan pendapatan (X_4) sebesar 63,10%, sedangkan sisanya sebesar 36,90% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model. Sedangkan hasil uji F-statistik signifikan sebesar 21,32731 dengan kesalahan (α 5%), maka H_0 diterima karena nilai uji F > α 5%.

Uji t-statistik digunakan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel tak bebas secara *parsial*. Uji t-statistik menyimpulkan, bahwa hanya variabel harga karet (X_3) dan pendapatan (X_4) yang dapat mempengaruhi keputusan petani beralih ke ladang berpindah kembali. Penjelasan masing-masing variabel independen terhadap pilihan beralih ke ladang berpindah adalah sebagai berikut:

a. *Luas Lahan dan Pekerjaan Lain Petani Responden*

Luas lahan petani karet bervariasi dari < 1 ha s/d 3 ha. Rerata luas lahan karet 1.15 ha dan rerata luas ladang berpindah adalah 1.30 ha. Sebanyak 16,7 % responden, memiliki pekerjaan lain selain bertani karet. Luas lahan berpengaruh negatif terhadap *probalitas* pilihan responden beralih ke ladang berpindah dengan nilai *koefisien* -0,0892. Artinya, semakin luas karet petani maka kemungkinan petani beralih ke ladang berpindah semakin kecil.

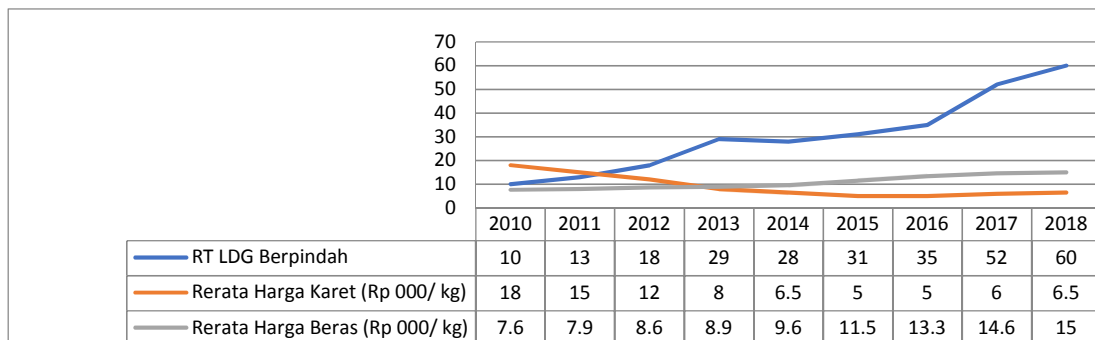
b. *Curahan Tenaga Kerja Petani terhadap Pekerjaan Lain*

Curahan tenaga kerja terhadap pekerjaan selain bertani berpengaruh *negative* terhadap alih usahatani dengan nilai -0,0042, artinya curahan tenaga kerja responden terhadap pekerjaan lain tidak berpengaruh terhadap beralihnya petani ke ladang berpindah. Sebab, bertani di Nagari Silayang hanya mengandalkan tenaga kerja rumah tangga sendiri. Penggunaan curahan tenaga kerja ke sektor tertentu, secara otomatis mengurangi waktu kerja untuk pembukaan ladang berpindah. Tidak terdapat perbedaan tanda *koefisien* yang diharapkan (*expected sign*) pada peluang tidak terjadinya alih usahatani.

c. *Harga Karet*

Variabel harga karet *signifikan* terhadap probalitas peralihan ke ladang berpindah dengan *koefisien* 8,36. Penurunan harga karet mempengaruhi keputusan petani berladang pindah kembali. Peluang alih komoditi terhadap harga karet dengan angka 2.68, menunjukkan bahwa peluang petani karet beralih ke ladang berpindah karena besarnya selisih harga antara 1 kg karet dengan harga 1 kg beras adalah 2,68 kali. Semakin tinggi selisih harga karet dengan beras maka semakin besar peluang beralih ke ladang berpindah.

Tabel 1. Jumlah Peladang Berpindah, Rerata Harga Karet dan Beras di Nagari Silayang



Sumber: Responden, 2019 (data diolah)

Harga karet di tingkat petani turun drastis dari Rp 18.000 - 20.000 pada tahun 2011, menjadi Rp 5000 per kg sejak 2014 dan naik ke 6.500 pada tahun 2018. Sedangkan informasi dari petani, masyarakat Nagari Silayang akan berhenti berladang berpindah, jika harga karet di atas Rp 8000/ kg (US\$ 0,62). Rumah Tangga Petani meyakini bahwa dengan harga karet di atas Rp 8000 / kg, cukup untuk memenuhi kebutuhan pangan dan uang tunai untuk keperluan lain (Mahdi dan Yonariza, 2017).

d. Pendapatan

Rumah Tangga Petani akan terus melakukan suatu kegiatan jika kegiatan tersebut dianggap dapat memberikan pendapatan yang sesuai (Azmi, 2008). Penelitian ini mengkonfirmasi, tingkat pendapatan yang diperoleh petani menjadi salah satu faktor utama alasan pilihan keputusan petani karet beralih ke pola ladang berpindah. Variabel pendapatan signifikan dengan koefisien sebesar 1,15 bermakna pendapatan yang diperoleh petani berpotensi mempengaruhi keputusan petani beralih ke pola ladang berpindah. Setiap pengurangan pendapatan sebesar satu juta rupiah, menambah probabilitas petani beralih sebesar 11,5 persen. Rendahnya pendapatan dan hasil produksi pertanian dikarenakan berdasarkan kondisi eksisting rata-rata pendapatan kotor di sektor perkebunan karet. Luas rerata 1,15 ha/ rumah tangga petani dengan harga Rp 6.500,- / kg, setelah dikeluarkan biaya produksi hanya sebesar Rp 280.900/bulan. Sedangkan pendapatan bersih rumah tangga petani ladang berpindah, setelah ongkos produksi dikeluarkan sebesar Rp 529.667/1.3 ha/ bulan. Selain padi, ladang berpindah juga menghasilkan tanaman sayuran, cabe, tomat, mentimun, dan umbi-umbian. Sebab itu, meskipun hasil ladang berpindah juga tidak besar, tapi membuat petani merasa lebih aman dalam ketersediaan pangan.

Praktek ladang berpindah di Nagari Silayang juga secara budaya adalah cara untuk mendapatkan akses terhadap tanah komunal dan media transisi menuju tanaman komersial yang diyakini lebih dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga. Dari informasi yang diperoleh dari responden, pohon karet yang mereka miliki, dahulunya bekas ladang berpindah. Setelah pohon karet mereka besar dan dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga termasuk pangan, mereka menghentikan kegiatan ladang berpindah dan fokus mengurus perkebunan. Tapi ketika harga karet anjlok dan berlangsung cukup lama, mereka kembali berbodong-bodong membuka hutan tua untuk dijadikan ladang berpindah. Jika alih usaha karet ke ladang berpindah tidak terkendali, akan menyebabkan terjadinya bencana alam seperti banjir dan erosi dimusim hujan dan kekeringan dimusim kemarau.

Ladang berpindah Sebagai Strategi Pemenuhan Kebutuhan Hidup Nagari Silayang

Berdasarkan uraian sebelumnya, dan terkonfirmasi pada saat wawancara dengan responden, beralihnya petani dari karet ke ladang berpindah kembali adalah strategi untuk bertahan hidup dan upaya meningkatkan pendapatan. Pilihan pola ini antara lain dilatar belakangi oleh pengalaman bertani masyarakat Nagari Silayang, yang dahulunya pernah lama mempraktekkan ladang berpindah. Pergeseran ini juga diperkuat oleh akses tradisi budaya, yang menjadikan pola ladang berpindah sebagai cara akses terhadap lahan. Karena, warga boleh menggarap tanah ulayat untuk pembukaan ladang berpindah, dan memanfaatkannya untuk tanaman pertanian lainnya pasca panen, dengan syarat tidak diperjual belikan kepada orang luar dan yang berbeda suku (*kaum*).

Cara petani Nagari Silayang dalam menyikapi turunnya nilai produksi karet ini, relatif unik jika dibandingkan dengan nagari atau daerah lain. Di nagari Tarung-Tarung Kecamatan Rao Kabupaten Pasaman misalnya, petani karet menyikapinya dengan menjual karet murni (tanpa campuran), karena dengan karet murni tersebut mereka mendapatkan hasil jual tertinggi. Untuk mengantisipasi kekurangan pendapatan dari karet jika musim hujan atau karena harga karet rendah, mereka menambah sumber penghasilan dari budidaya ikan kolam, bersawah dan berdagang. Belum ditemukan petani yang menjual hasil karetnya langsung kepada pabrik (Rianto, 2014). Di Desa Toman Sumatera Selatan, untuk menjaga fluktuasi harga, petani karet mensiasatinya dengan tanaman sela gambir melalui modifikasi jarak tanam. Petani karet menerapkan pola jarak ganda untuk memperpanjang tanaman sela gambir (Nugraha, dkk: 2018). Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani karet di Nagari Limo Koto Kecamatan Koto VII Kabupaten Sijunjung adalah luas lahan dan jumlah produksi (Weriantoni, dkk, 2017).

Dampak dari pergeseran pola perkebunan karet ke ladang berpindah, akan memperpanjang dampak kerusakan lingkungan di Nagari Silayang. Kondisi ini memprihatinkan, sehingga perlu upaya praktis untuk menghentikan praktek ladang berpindah, apalagi pembukaan hutan baru untuk ditanami padi dan tanaman pertanian lainnya.

Upaya Penanggulangan Ladang Berpindah

Upaya penanggulangan ladang berpindah di Nagari Silayang dapat dilakukan dengan dua pendekatan. *Pertama*, peningkatan nilai tambah karet, dengan cara menjaga standar mutu, menjual hasil karet petani langsung ke pabrik dan atau hilirisasi pengolahan karet rumah tangga di lokasi yang mudah diakses oleh petani karet Nagari Silayang. *Kedua*, menciptakan sumber-sumber pendapatan baru selain budidaya tanaman yang dapat menyita waktu rumah tangga petani, sehingga petani tidak punya cukup waktu lagi mencurahkan tenaga kerja untuk membuka lahan baru untuk ladang berpindah.

Informasi yang diterima dari *key informan* (toke karet), pada umumnya karet dari Nagari Silayang masuk pada kategori tidak murni di tingkat pabrik dengan kadar dan jenis campuran yang bervariasi. Sehingga harga karet mereka di pabrik, tidak pernah mencapai harga maksimal. Pada hal, menjaga standar mutu produksi karet ditingkat petani sangat menentukan harga ditingkat pabrik pengolahan karet. Berdasarkan data wawancara dengan Pak Budi (Kepala Laboratorium pabrik pengolahan karet Famili Raya) di Padang, pada saat harga ditingkat petani Rp 6.500,00,- berdasarkan harga pasar global ditingkat pabrik mencapai Rp 16.500, dengan catatan kadar air 0 % dan mutu tanpa campuran. Jika terkait kadar air tidak terlalu mempengaruhi harga, karena hanya bersifat pengurangan berat sesuai bobot air. Tapi, jika sifatnya campuran material lain, langsung membuat harga menjadi anjlok, karena pabrik mesti mengeluarkan atau membersihkan bahan

campuran tersebut dari karet. Upaya ini tentu membutuhkan biaya operasional tinggi, dan dibebankan kepada petani. Dengan demikian, menyesuaikan standar mutu dengan pabrik pengolahan dan memangkas rantai pasar, sebenarnya sudah dapat meningkatkan nilai produksi yang dihasilkan petani secara *signifikan*. Demikian pula dengan inisiasi industri setengah jadi di daerah yang masih mudah dijangkau oleh petani karet Nagari Silayang.

Alternatif *kedua* adalah, menciptakan sumber pendapatan baru yang tidak rentan dengan *fluktuasi* harga global. Mengurangi ketergantungan petani dari pasar global, akan mengeleminir kasus yang sama dengan kasus harga karet. Komoditi pertanian alternatif yang dikembangkan sedapat mungkin tidak hanya memposisikan petani sebagai penerima harga (*price taker*), tapi pada komoditas yang memperkuat petani sebagai pembuat harga (*price maker*). Strategi ini juga akan memperkuat nilai tawar dan kemandirian petani.

Strategi mengurangi dampak pasar global dan memperkuat peran petani dalam menentukan harga di Nagari Silayang adalah dengan cara mengidentifikasi peluang pasar lokal dan *regional* yang masih terbuka, berdasarkan potensi penguasaan teknologi sumber daya petani dan kecocokan dengan potensi Sumberdaya Alam. Dan, peluang itu masih sangat terbuka disektor peternakan, apalagi jika dikaitkan dengan masih sangat kurangnya pasokan daging, telur dan unggas untuk memenuhi kebutuhan pasar di Kabupaten Pasaman. Berdasarkan informasi dari Kepala Bidang Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan pada Dinas Pertanian Kabupaten Pasaman, Pasaman masih sangat kekurangan pasokan daging ayam dan telur, sehingga masih memasok dari Payakumbuh. Begitu juga dengan kambing dan sapi, terutama pada saat hari raya kurban. Maka, menjadikan Nagari Silayang sebagai sentral peternakan, unggas, kambing dan sapi di Kabupaten Pasaman, disamping akan menciptakan sumber penghasilan baru, juga akan menjadikan petani semakin dinamis dalam berfikir dan mempersempit waktu luang mereka untuk membuka lahan baru ladang berpindah. Jika dikelola dengan baik, kotoran ternaik juga akan bermanfaat untuk pupuk organik tanaman pertanian mereka, sehingga mengurangi biaya produksi budidaya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penyebab dari maraknya kemali praktek ladang berpindah di Nagari Silayang adalah penurunan harga karet dan pendapatan petani. Pilihan petani karet kembali berladang berpindah, terjadi pada petani yang memiliki luas kebun karet di bawah 3 ha dan tidak memiliki sumber pendapatan lain selain hasil karet. Oleh sebab itu, kata kunci dalam upaya mengurangi atau menghentikan kembali praktek ladang berpindah di Nagari Silayang adalah meningkatkan sumber pendapatan dan curahan tenaga kerja rumah tangga petani kepada pekerjaan selain budidaya tanaman.

Saran

Peningkatan pendapatan dari karet dapat dilakukan dengan menjaga standar mutu karet petani, menjual hasil karet langsung ke pabrik dan/ atau mendirikan pabrik mini pengolahan karet di lokasi yang mudah diakses. Strategi lain, menciptakan sumber-sumber pendapatan lain selain budidaya tanaman seperti; peternakan dan perikanan. Kegiatan ini dapat dibarengi dengan inisiasi edukasi lingkungan oleh pemerintah daerah.

DAFTAR PUSTAKA

Azmi, Z. 2008. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani mengikuti program pengelolaan hutan bersama masyarakat serta pengaruhnya

terhadap pendapatan dan curahan kerja (Studi kasus Desa Babakan, Kecamatan Tenjo, Kabupaten Bogor). Skripsi Program Studi Ekonomi Pertanian dan Sumber Daya, Fakultas Pertanian Bogor

Bailey, K. *Methods of Social Research*. New York: *The Free Press*

Contreras-Hermosilla, A. & Fay, C. (2006). Memperkokoh pengelolaan hutan Indonesia: melalui pembaruan penguasaan tanah, permasalahan dan kerangka tindakan. Bogor: Bogor World Agroforestry Center dan Forest Trends.

Cramb, R. 1989. The use and productivity of labor in shifting cultivation: An East Malaysian case study. *Agricultural Systems*, 29 (2): 97-115.

Dove, M.R. 1983. Theories of swidden agriculture and the Political Economy of Ignorance. *Agroforestry Systems*, 1 (2): 85-89.

Damayanti, L. 2012. Pengaruh irigasi terhadap kesempatan kerja, kemiskinan dan ketahanan pangan rumah tangga tani di daerah irigasi Parigi Moutong. Disertasi Pasca UGM.

Fay, C dan G, Michon, 2005. Redressing forestry hegemony: When a forestry regulatory framework is best replaced by an agrarian and forest. *Tree and livelihoods*. Vol 15

Banham, Eleanor Kingwell and Fuller, Dorian Q. Shifting cultivation in South Asia: Expansion, marginalisation and specialization over the long term. *Quaternary International*, 249 (2012) 84-95.

Gujarati, D. 1991. *Ekonometrika Dasar*. Cet. II. Jakarta: Erlangga

Isdijoso, S.H., E. Sutisna and A. Bilang, 1990. Kajian aspek sosial ekonomi dalam rangka pengembangan kapas di lahan sawah bero. Penelitian Tanaman Tembakau dan Serat, Malang.

Mahdi dan Yonariza. What is the Minimum Rubber Price to Stop Farmers Converting Old Growth Forest into Shifting Cultivation ?. *Malays. Appl. Biol.* (2017) 46 (4): 111-118

Mertz, Ole et.al 2009. Swidden Change in Southeast Asia: Understanding Causes and Consequences. *Human Ecology*. 37, 259-264

Mertz, Ole., Tongmanivong, Sithong., Heinimann A., Phanvilay, K. Shifting Cultivation Stability and change: contrasting pathways of land use and livelihood change in Laos. *Applied Geography*, Vol. 46, 2014, p. 1-10

Mukul, Sharif A, Herbohn, 2016, The Impacts of shifting cultivation on secondary forests dynamics in tropics: A synthesis of the key findings and spatio temporal distribution of research, *Environmental Science & Policy*, 55 (2016) 167-77

Mulyoutami, Elok., Noordwijk, Meine Van., Sukantaladewi., Niken., Agus, Fahmuddin, 2010. *Perubahan Pola Perladangan*, Bogor: ICRAF.

Nugraha, Iman Sastra., Alamsyah, Aprial., Sahuri Sahuri., Komiditi Gambir sebagai Tanaman Sela diantara Karet untuk Meningkatkan Pendapatan Petani Karet (Studi Kasus: Desa Toman, Sumatera Selatan), *E-Jurnal Warta Perkaretan Pusat Penelitian Karet*, E-ISSN; 2503-5207, P-ISSN: 0216-6062, Vol. 37, No 2 (2018) <http://ejurnal.puslitkaret.co.id/index.php/wartakaret>

- Padoch, C. & Pinedo-Vasquez, 2010. Saving Slash and Burn to save Biodiversity. *Biotropica*, 42 (5): 550-552.
- R Lal, Shifting cultivation versus Sustainable Intensification. *Reference Module in Earth System and Environmental Sciences*, 2015
- Raintree and Warner, 1986, Agroforestry pathways for the intensification of shifting cultivation, *Agroforestry system*, 4: 39-54
- Rianto, Slamet, Strategi Petani Karet dalam Memenuhi Kebutuhan Hidup di Nagari Taruang-Tarung Kec. Rao Kabupaten Pasaman, *Jurnal Spasial* ISSN:2540, ISSN: 25414380, Program Studi Pendidikan Geografi STKIP PGRI Sumatera Barat, Vol 1, No 1 (2014)
- Suratiyah, K. 2006. Ilmu Usahatani. Jakarta: Penebar Swadaya
- Soekartawi, 1993. Prinsip dasar ekonomi pertanian teori dan aplikasi. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Press.
- Teegalapalli, Karthik and Datta, Aparajita, Field to a forest: Patterns of forest recovery following shifting cultivation in the Eastern Himalaya. *Forest Ecology and Management*. 364.173-182.10.1016/J. Foreco. 2016.01.006.
- Van Vliet, N., Mertz, O., Heinemann, A., Langanke, T. & Pascual, U. 2012. Trends, drivers, and impacts of changes in shifting cultivation in tropical forest-agriculture frontiers: A global assessment. *Global Environmental Change*, 22 (2): 418-429.
- Vongvisouk, T., Mertz, O., Thongmanivong, S., Heinemann, A. & Phanvilay, K. 2014. Shifting cultivation stability and change: Contrasting pathways of land use and livelihood change in Laos. *Applied Geography*, 46: 1-10.
- Wangpakapattawong, P., Kavinchan, N., Vaidhayakarn, C., Schmidt-Vogt, D. & Elliot, S. 2010. Follow to Forest: Applying Indigenous and Scientific Knowledge of Shifting Cultivation to Tropical Forest Restoration. *Forest Ecology and Management*, 260 (8): 1399-1406.
- Weriantoni., Srivani, Musbatik, Lukman., Fini, Febriani, Silvia dan Maivira, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesejahteraan Petani Karet (Studi kasus di Nagari Limo Koto Kec. VII Kabupaten Sijunjung), *Jurnal Teknologi Pertanian Andalas* Vol. 21, No. 2, September 2017, ISSN 14010-1920, EISSN 25794019.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

PERAN ASOSIASI ASPAKUSA MAKMUR BOYOLALI DALAM PEMBERDAYAAN PETANI

Wardatul Muna, Siwi Gayatri dan Sriroso Satmoko

*Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian,
Universitas Diponegoro*

E-mail: wardamuna09@gmail.com

HP: 085727484419

Kata Kunci:
kemandirian,
peran asosiasi,
petani sayuran.

Abstrak

Kemampuan petani sayuran perlu ditingkatkan dengan suatu upaya sehingga dapat menghasilkan sayuran dengan kualitas dan kuantitas yang optimal guna menjawab permintaan sayuran yang semakin meningkat. Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali adalah asosiasi agribisnis yang berupaya meningkatkan kemandirian petani sehingga permintaan pasar terpenuhi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam pemberdayaan terhadap kemandirian anggota. Peran asosiasi dilihat melalui indikator strategi pemberdayaan yaitu penyuluhan dan pendampingan; pengembangan sistem dan sarana pemasaran; penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan; kemudahan akses IPTEK; dan penguatan kelembagaan petani. Penelitian ini dilaksanakan pada 2 Februari – 4 Maret 2019 berlokasi di Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali yang terletak di Desa Teras, Kabupaten Boyolali. Metode dalam penelitian ini adalah survei dengan responden semua anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali sebanyak 35 orang. Pengumpulan data melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Data dianalisis melalui analisis regresi linier berganda secara analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini menghasilkan 1) peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam pemberdayaan anggotanya dan pencapaian kemandirian anggota dikategorikan tinggi, 2) strategi pemberdayaan petani secara serempak berperan terhadap kemandirian anggota, 3) Secara parsial variabel yang mempengaruhi kemandirian anggota adalah strategi penyuluhan dan pendampingan, dan strategi kemudahan akses IPTEK.

THE ROLE OF ASPAKUSA MAKMUR BOYOLALI ASSOCIATION IN EMPOWERING FARMERS

Abstrak

Keywords: *role asosiasi, self reliance, farmer*

The vegetable farmers need an effort to increase their ability so they can produce the optimal quantity and quality vegetables for meet an increasing demand. Aspakusa Makmur Boyolali is an agribussines association that seeks to self farmer so that market demand can be met. This reasearch aims was to analyze the role of the Aspakusa Makmur Boyolali Association in to improve self reliance anoy farmers. The role of the Association of Aspakusa Makmur Boyolali in empowerment can be seen through empowerment strategies. The research was conducted on February 2th - March 4th 2019 in Aspakusa Makmur Boyolali Association located in Teras Village, Boyolali Regency. The method used in this study was survey with 35 members of the association. Analytical methodin used descriptive analysis conducted bay multiple linear regression analysis. The results of this study were 1) the role of the Aspakusa Makmur Boyolali Association in empowering its members and self reliance were categorized as high, 2) there was significant influence between relo of associantion in empowering strategies toward self reliance anoy the farmers. 3) Partially the variables that influence self relief are counseling and mentoring strategies, and strategies for access to science and technology.

How to Cite (APA 6th Style):

Muna, W., Gayatri, S., & Satmoko, S. (2020). Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Pemberdayaan Petani. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 14–27.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p02>

PENDAHULUAN

Sayuran adalah bahan pangan yang penting karena merupakan sumber serat yang penting untuk menjaga kesehatan tubuh. Permintaan sayuran dipasaran semakin meningkat baik dari jumlahnya maupun jenis sayuran karena meningkatnya kebutuhan pangan, penambahan jumlah penduduk, kenaikan pendapatan, berkembangnya pusat kota-industri-wisata merupakan faktor utama yang mempengaruhi peningkatan permintaan kebutuhan pangan (Saptana *et al.*, 2016).

Kebutuhan sayuran di Indonesia yang tinggi dan terus meningkat mendorong para petani untuk dapat menghasilkan tanaman sayuran dengan kualitas serta kuantitas yang optimal. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan suatu upaya yang dapat meningkatkan kemampuan petani guna menjawab tantangan tersebut.

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mengajak masyarakat menyelesaikan masalah dan meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan bersama-sama yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan kualitas

hidup (Sopyan, 2014). Pemberdayaan merupakan upaya yang penting guna meningkatkan posisi petani (Sumarna, 2012). Oleh karena itu, pemberdayaan petani sayur perlu dilakukan guna meningkatkan posisi petani untuk menyelesaikan masalah melalui potensi dan kemampuan yang dimiliki secara mandiri.

Upaya pemberdayaan petani guna meningkatkan produktivitas, pendapatan dan kesejahteraan dapat dilakukan oleh kelembagaan pertanian seperti kelompok tani (Darajat, 2011) dalam Nuryanti, 2011). Hasil penelitian Mario (2017) menyatakan salah satu tujuan yang ingin dicapai masyarakat petani dengan bergabung dalam suatu kelembagaan adalah memperbaiki kesejahteraan hidupnya agar mampu menjadi petani yang mandiri dan berdaya saing serta mampu mengangkat derajat keluarganya.

Mr. Lee Ching Shui selaku pimpinan *Taiwan Technical Mission* (TTM) memprakarsai berdirinya Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali sebagai kelembagaan agribisnis yang bergerak dalam usaha komoditas sayuran. Sejak berdiri pada 10 November 2005 telah bekerjasama dengan petani mitra, petani anggota, serta mitra pemasaran yang tersebar di Pulau Jawa. Hingga saat ini Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali telah beranggota 35 petani yang tersebar di dataran rendah dan dataran tinggi Kabupaten Boyolali yang berusaha tani berbagai jenis sayuran.

Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali terus berupaya mengembangkan pertanian sayuran melalui berbagai kegiatan seperti pembudidayaan tanaman, penanganan pasca panen dan pemasaran guna memenuhi permintaan pasar. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali adalah salah satu kelembagaan pertanian yang berupaya untuk pemberdayaan masyarakat petani.

Menurut hasil penelitian Nuryanti (2011) peran kelembagaan pertanian sesuai dengan kelompok tani yang berfungsi sebagai forum belajar, unit produksi dan wahana kerjasama. Hasil penelitian Nugroh & Rahayu (2014) menyatakan bahwa kelembagaan pertanian berperan dalam pemberdayaan petani dengan memudahkan anggotanya untuk memperoleh modal produksi baik berupa uang maupun sarana prasarana.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hakim & Sugihen (2007) menemukan bahwa peran kelembagaan pertanian guna meningkatkan keberdayaan petani dalam meningkatkan produktivitas dan pendapatannya dipengaruhi oleh kemampuan mengembangkan tingkat kepribadian, lingkungan sosial, pola pemberdayaan dan akses pada informasi. Hal ini juga diperkuat oleh Kusumawati (2017) menemukan bahwa suatu kelembagaan pertanian dapat berhasil berperan komunikasi yang baik dengan melalui pertemuan rutin seperti kegiatan pembelajaran, penyuluhan, pelatihan, pembinaan, dan pendampingan sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan permasalahan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam pemberdayaan anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali, serta menganalisis peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali terhadap pemberdayaan anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali melalui strategi pemberdayaan petani dalam Undang-Undang Pemberdayaan dan Penyuluhan Petani No. 19 tahun 2013. Pentingnya peran kelembagaan diambil dari model strategi pemberdayaan (Hakim & Sugihen, 2007). Penelitian ini penting dilakukan agar kelembagaan pertanian seperti asosiasi, kelompok tani dan yang lainnya dapat

mempertimbangkan setrategi pemberdayaan yang baik guna mencapai kemandirian anggotanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan 2 Febuari – 4 Maret 2019 di Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali yang terletak di Dukuh Banjarsari, Desa Teras, Kecamatan Teras, Kabupaten Boyolali.

Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali menggunakan kuesioner. Penentuan sampel dengan *complete enumeration* yaitu mengambil semua anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali sebagai responden sebanyak 35 orang.

Data penelitian ini dikumpulkan dengan dua cara yaitu data primer dan sekunder dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer didapat dari hasil wawancara dengan anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali berdasarkan kuesioner yang telah dipersiapkan untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam pemberdayaan anggotanya. Pengukuran peran asosiasi dan pemberdayaan menggunakan skala *likert* yang dilengkapi 5 alternatif jawaban yaitu : (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) netral, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Data sekunder didapat dari jurnal terkait, buku, serta instansi atau pihak-pihak yang berhubungan dengan Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali. Data selanjutnya dianalisis dengan model regresi linier berganda menggunakan persamaan regresi linear berganda di bawah ini (Ghozali, 2011) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

- Y : Kemandirian anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali (skor)
 a : Nilai konstanta
 b : Nilai koefisien regresi
 e : Error
 X₁ : penyuluhan dan pendampingan (skor)
 X₂ : pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian (skor)
 X₃ : penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan (skor)
 X₄ : kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi (skor)
 X₅ : penguatan kelembagaan petani (skor)

Kriteria pengujian

1. H₀ : b = 0, artinya antara variabel strategi pemberdayaan oleh Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali tidak berpengaruh secara parsial dan serempak terhadap variabel kemandirian anggota
 2. H₁ : b ≠ 0, artinya antara variabel strategi pemberdayaan oleh Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali berpengaruh secara parsial dan serempak terhadap variabel kemandirian anggota
 Pengambilan Keputusan
1. Nilai signifikansi > 0,05 maka H₀ diterima, H₁ ditolak artinya variabel strategi pemberdayaan tidak berpengaruh terhadap kemandirian anggota.

2. Nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima artinya variabel strategi pemberdayaan berpengaruh terhadap kemandirian anggota.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali merupakan asosiasi petani yang berhasil dan terus berkembang secara berkelanjutan, sejak didirikan pada 10 November 2005 atas prakarsa pimpinan *Taiwan Technical Mission* (TTM). Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali beranggotakan 35 petani yang tersebar di Kabupaten Boyolali, serta bermitra dengan 22 supermarket yang tersebar di 4 kota. Produk utamanya adalah sayuran segar yang dibudidayakan di dataran rendah dan dataran tinggi. Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali memiliki visi meningkatkan kesejahteraan petani dan misi meningkatkan pengetahuan petani, meningkatkan kualitas produk sayuran hortikultur dan memperluas pangsa pasar.

Pengurus asosiasi ini dipilih berdasarkan kesepakatan seluruh anggota asosiasi, bertanggung jawab atas kinerja Aspakusa Makmur. Bagan kepengurusan Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali. Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali berada dibawah binaan Dinas Pertanian Jawa Tengah, Dinas Ketahanan Pangan Propinsi Jawa Tengah, Dinas Pertanian Kabupaten Boyolali dan Dinas Ketahanan Pangan Kabupaten Boyolali. Tahapan produksi di Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dimulai dari budidaya tanaman oleh petani dan pihak yang berkerjasama di lahannya masing-masing serta budidaya dilahan Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali yang dikerjakan oleh 3 pekerja lahan, pemanenan, sortasi, pencucian, penyimpanan, *packing*, dan pengiriman.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah 74,29% anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali adalah laki-laki dan 25,71% adalah perempuan. Hal ini berbanding dengan jumlah penduduk di Kabupaten Boyolali yang mana jumlah penduduk wanita yaitu 494.787 jiwa lebih banyak dibanding penduduk laki-laki 479.792 jiwa. Jumlah anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali yang didominasi laki-laki ini sesuai dengan pendapat (Elizabeth, 2007) yang menyatakan bahwa secara produktifitas bekerja mendukung kaum laki-laki sebagai kepala keluarga untuk mencari penghasilan. Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia produktif (15–44 tahun) dan 34,29% responden sudah diatas usia produktif yaitu lebih dari 50 tahun.

Tabel 1. Jumlah dan Prosentase Berdasarkan Karakteristik Anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali (N = 35)

No	Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
			---orang---	-----(%)-----
1.	Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	74,29
		Perempuan	9	25,71
2.	Usia (Tahun)	20 sd 30	3	8,57
		31 sd 40	5	14,29
		41 sd 50	15	42,86

		> 50	12	34,29
3.	Tingkat Pendidikan	SD	5	14,29
		SMP	6	17,14
		SMA	20	57,14
		Perguruan Tinggi	4	11,43
4.	Alamat	Teras	25	71,43
		Selo	5	14,29
		Boyolali	2	5,71
		Ampel	3	8,57
5.	Pengalaman bertani (Tahun)	< 10	8	22,86
		10-19	13	37,14
		20-30	10	28,57
		> 30	4	11,43
6.	lama bekerjasama dengan Asosiasi (Tahun)	< 6	8	22,86
		6 -10	10	28,57
		11-15	12	34,29
		> 15	5	14,29
7.	luas lahan (M ²)	< 600	8	22,86
		600-1000	4	11,43
		1001-2000	10	28,57
		> 2000	13	37,14
8.	status lahan	milik sendiri	28	80,00
		Sewa	5	14,29
		miliksendiri + sewa	2	5,71

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Menurut Prasetyo (2013) keikutsertaan petani yang berusia sudah tua menunjukkan keinginannya mengikuti kemitraan untuk mengembangkan usahatani sayurannya dengan. Hal tersebut dapat memotivasi petani muda untuk terus mengembangkan usahanya lebih keras lagi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pendidikan responden mayoritas adalah STLA dengan persentase 57,14%. Menurut Sarwono (2010) dalam Prasetyo (2013), harapan mempengaruhi persepsi seseorang, sedangkan tingkat latar belakang pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap harapannya. Tingkat pendidikan petani inilah yang membuat petani memiliki kemampuan dan keinginan guna mengembangkan usahatannya dengan salah satu caranya menjadi anggota Asosiasi Aspakusa Makmur. Sebanyak 71,43% adalah anggota yang beralamat di Kecamatan Teras. Hal ini dilandasi oleh harapan Asosiasi mampu bermanfaat utamanya bagi masyarakat di sekitarnya.

Tabel 2. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Melaksanakan Pemberdayaan

No	Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang---	Persentase ----%----
1	Tinggi	≥ 92	35	100
2	Sedang	58 s/d 91	0	0
3	Rendah	< 58	0	0
Jumlah			35	100

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Responden yang memiliki pengalaman bertani dibawah 10 tahun dan bekerjasama dibawah 6 tahun berjumlah 8 orang atau 22,86% (Tabel 1). Pengalaman dalam bertani dan berkerjasama mempengaruhi persepsi petani terhadap peran asosiasi, karena petani mengambil keputusan sesuai pengalaman dan mampu mengefisienkan manajemen usaha taninya (Sumarna, 2012).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diketahui luas lahan usaha anggota Asosiasi Aspakusa Makmur sebanyak 37,14% lebih dari 2000 m², sedangkan anggota yang memiliki luas lahan kurang dari 600-1000 m² terdapat 34,29%. Sebagian besar lahan usaha responden merupakan lahan milik sendiri yaitu sebesar 80%. Luas lahan dan status kepemilikan lahan berpengaruh terhadap pendapatan petani. Semakin luas lahan maka pendapatan akan meningkat karena jumlah produksi yang semakin tinggi. Status kepemilikan lahan berpengaruh pada pendapatan karena biaya sewa lahan.

Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam melaksanakan Pemberdayaan

Berdasarkan hasil analisis data yang dapat dilihat pada tabel 2 Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam melaksanakan pemberdayaan berperan tinggi dengan rata-rata skor sebesar 104,1. Hal ini menunjukkan persepsi responden terhadap peran Asosiasi Aspaakusa dalam melaksanakan strategi pemberdayaan (X) telah baik, dikarenakan setiap anggota dapat bergabung atau berpartisipasi dalam peran yang dilaksanakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Hakim & Sugihen (2007) yang menyatakan bahwa peran suatu kelembagaan dalam pemberdayaan dapat dilihat dari produktivitas kerja petani yang memerlukan adanya penguatan inisiatif dan partisipasi anggotanya.

Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam melaksanakan pemberdayaan dilihat dari strategi pemberdayaan yang dilakukan yaitu penyuluhan dan pendampingan; pengembangan sistem dan sarana pemasaran; penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan; kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi; serta penguatan kelembagaan petani. Anggota juga merasakan dengan kegiatan ini dapat meningkatkan pendapatan. Pengurus Asosiasi Aspakusa diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan partisipasi anggota dalam kegiatan pemberdayaan.

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Strategi Penyuluhan dan Pendampingan

No	Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang---	Persentase ----%----
1	Tinggi	≥ 18	35	100
2	Sedang	12 s/d 17	0	0
3	Rendah	< 12	0	0
Jumlah			35	100

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Penyuluhan & Pendampingan (X_1)

Berdasarkan tabel 3 diketahui jawaban responden terhadap peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam kegiatan penyuluhan dan pendampingan dikategorikan tinggi dan rata-rata skor jawaban sebesar 21,1143. Hal ini berarti peran asosiasi dalam strategi penyuluhan dan pemberdayaan yang meliputi menganalisis situasi, meningkatkan dan mengembangkan usahatani, penyebarluasan informasi dan teknologi pertanian, serta pemecahan masalah telah berperan baik. Menurut Mangowal (2013) kegiatan penyuluhan membantu petani meningkatkan pengetahuan sehingga usahataniya berkembang.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Strategi Pengembangan Sistem dan Sarana Pemasaran Hasil Pertanian

Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang---	Persentase ----%----
Tinggi	≥ 18	34	97
Sedang	12 s/d 17	1	3
Rendah	< 12	0	0
Jumlah		35	100%

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Pengembangan Sistem dan Sarana Pemasaran Hasil Pertanian (X_2)

Berdasarkan tabel 4, jawaban responden terhadap peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam strategi pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian memiliki kategori tinggi atau berperan baik sebesar 97% dan rata-rata skor jawaban sebesar 20,3429. Pemberdayaan masyarakat petani yang berorientasi agribisnis dengan memperhatikan selera pasar dan kepuasan konsumen, sehingga mampu mengoptimalkan produksi dan meningkatkan daya saing (Taufik, 2012). Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali yang memiliki visi meningkatkan kualitas produk sayuran dan memperluas pangsa pasar telah mewujudkannya melalui berbagai kegiatan. Kegiatan yang dilakukan dalam strategi pengembangan sistem dan sarana pemasaran sesuai dengan strategi pemberdayaan (UU nomor 19 Tahun 2013), yaitu melalui mewujudkan pasar hasil pertanian yang memiliki standar, mewujudkan terminal dan sub terminal agribisnis, mendukung fasilitas pemasaran, serta menyediakan informasi pasar.

Tabel 5. Jumlah dan Persentase Responden berdasarkan Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Strategi Penyediaan Fasilitas Pembiayaan dan Permodalan

No	Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang---	Persentase (%) ----%----
1	Tinggi	≥ 18	35	100
2	Sedang	12 s/d 17	0	0
3	Rendah	< 12	0	0
		≥ 18	35	100

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Penyediaan Fasilitas Pembiayaan dan Permodalan (X₃)

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan persepsi responden Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali telah berperan baik dalam menjalankan strategi penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan dengan kategori tinggi sebesar 100% dan rata-rata skor jawaban sebesar 20,4. Sugiarti & Ma'ruf (2016) yang menyatakan bahwa permasalahan pada pertanian di Indonesia salah satunya adalah aspek permodalan karena sulitnya mendapatkan bantuan modal. Oleh karenanya Asosiasi Aspakusa Makmur dengan visinya meningkatkan kesejahteraan petani, memfasilitasi pembiayaan dan permodalan melalui penguatan modal bagi petani dan pengembangan sumber daya manusia. Hal ini sesuai dengan pendapat Martati *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa petani juga memerlukan bantuan dana dari masa tanam hingga masa panen serta kebijakkan saprodi yang dapat membantu petani dalam meningkatkan produktifitas hasil pertanian.

Kemudahan Akses Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Informasi (X₄)

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa menurut persepsi responden, Aspakusa Makmur telah berperan baik dalam menjalankan strategi kemudahan akses IPTEK dengan kategori jawaban tinggi sebesar 100% dan rata-rata skor jawaban sebesar 21,37. Pemberdayaan dapat menjamin jumlah, kualitas dan kuantitas produknya, melalui peningkatan penerapan teknologi pembibitan, budidaya, panen dan pasca panen (Saptana *et al.*, 2016). Asosiasi Aspakusa Makmur sebagai kelembagaan pertanian telah membantu pemerintah dalam memberikan kemudahan akses ilmu pengetahuan teknologi dan informasi kepada petani untuk mencapai standar mutu komoditas pertanian melalui misinya untuk meningkatkan pengetahuan petani, meningkatkan kualitas produk sayuran, serta memperluas pasar.

Tabel 6. Jumlah dan Persentase Responden berdasarkan Peran Asosiasi Aspakusa Makmur dalam Strategi Kemudahan Akses Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Informasi

No	Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang--	Persentase ----%----
1	Tinggi	≥ 18	35	100
2	Sedang	12 s/d 17	0	0
3	Rendah	< 12	0	0

Jumlah	35	100%
--------	----	------

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Penguatan Kelembagaan Pertanian (X5)

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa menurut persepsi responden Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali telah berperan baik dalam menjalankan strategi penguatan kelembagaan petani dengan kategori tinggi sebesar 100% dan rata-rata skor jawaban sebesar 20,8286. Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali sebagai kelembagaan pertanian telah membantu pemerintah dalam penguatan kelembagaan pertanian, dengan menjalankan program-program yang berkelanjutan guna meningkatkan produktivitas petani. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2013 Pasal 69 yang menyatakan bahwa pemerintah memiliki kewajiban untuk mendorong dan memfasilitasi terbentuknya kelembagaan ekonomi dan kelembagaan petani. Menurut (Elizabeth, 2007) penguatan kelembagaan diharapkan mampu menghasilkan kesinambungan dan keberlanjutan daya dukung sumber daya alam dan berbagai usaha dalam menunjang aktivitas pembangunan, serta dapat melindungi *bargaining position* petani.

Tabel 7. Jumlah dan Presentase Responden berdasarkan Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Strategi Penguatan Kelembagaan Petani

No	Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang---	Persentase (%) ----%-----
1	Tinggi	≥ 18	35	100
2	Sedang	12 s/d 17	0	0
3	Rendah	< 12	0	0
Jumlah			35	100

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Persepsi Petani terhadap Kemandirian Anggota (Y)

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali berperan baik dalam pemberdayaan sehingga anggotanya dapat mandiri dengan kategori tinggi sebesar 100% dengan rata-rata skor jawaban sebesar 42,6176. Petani merasa dengan bergabung sebagai anggota Asosiasi Aspakusa mampu meningkatkan kemandiriaanya, sehingga petani dapat mengembangkan produksi usahatani, melihat potensi pasar serta mampu menyelesaikan masalahnya. Kemandirian petani dapat dilihat dari kemampuan pemilihan jenis komoditas yang ditanam; penanganan hasil panen; serta pemasaran (Farid, 2008).

Tabel 8. Jumlah dan Presentase Responden berdasarkan Kemandirian Anggota

No	Kategori	Nilai	Jumlah ---Orang---	Persentase (%) ----%-----
1	Tinggi	≥ 32	35	100
2	Sedang	18 s/d 31	0	0
3	Rendah	< 18	0	0

Jumlah	35	100
--------	----	-----

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Hasil Uji Analisis Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam Pemberdayaan Petani

Berdasarkan hasil uji f melalui SPSS 16.0 yang menunjukkan bahwa nilai $\text{sig } 0,00 \leq 0,05$ dan f hitung sebesar $29,401 > f$ tabel $2,69$ ($N=35$) yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel strategi pemberdayaan berpengaruh yang serempak terhadap variabel kemandirian anggota. Strategi pemberdayaan yang dilakukan Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali mencakup kegiatan agribisnis. Menurut (Mangowal, 2013) pemberdayaan petani perlu dilakukan dengan pentingnya agribisnis yang mencakup *on-farm*, industri hilir, dan pemasaran produk.

Berdasarkan uji Koefisien Determinasi R^2 melalui SPSS 16.0 diperoleh hasil bahwa besarnya pengaruh variabel strategi terhadap variabel pencapaian kemandirian anggota dilihat dari pada nilai Adjusted R Square sebesar $80,7\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini sesuai pendapat (Ghozali, 2011) yang menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.

Peran Asosiasi Aspakusa Makmur dalam pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian (x_2), penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan (X_3) dan penguatan kelembagaan petani (X_5) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$ dan nilai $t \leq t$ tabel $2,03452$ berarti hanya strategi penyuluhan dan pendampingan (x_1) dan kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi (x_4) yang berpengaruh secara parsial terhadap pencapaian kemandirian anggota. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Farid (2008) yang menyatakan bahwa kemandirian petani sangat dipengaruhi oleh akses informasi. Peran Asosiasi Aspakusa Makmur sebagai kelembagaan pertanian didukung juga oleh penelitian Nuryanti (2011) yang menyatakan bahwa peran kelembagaan pertanian adalah sebagai forum belajar, wahana kerjasama dan unit produksi. Berdasarkan hasil uji SPSS 16.0 diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 5,528 + 0,409.X_1 + 0,291.X_2 - 0,156.X_3 + 1,310.X_4 - 0,159.X_5$$

Hal ini berarti jika tidak ada nilai skor penyuluhan dan pendampingan (X_1); pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian (X_2); penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan (X_3); kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi (X_4); dan penguatan kelembagaan petani (X_5) maka pencapaian kemandirian anggota akan sama dengan $5,528$.

Peran penyuluhan oleh Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam mencapai kemandirian anggota berpengaruh positif secara signifikan, dengan persamaan regresi setiap penambahan satu skor strategi pemberdayaan penyuluhan dan pendampingan (X_1), maka skor pencapaian kemandirian anggota meningkat sebesar $0,409$. Peran penyuluhan sangat penting untuk menambah pengetahuan serta pendampingan kepada petani sehingga dapat mencapai kemandirian anggota.

Tabel 9. Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	5.528	3.904	1.416	.167
Penyuluhan & pendampingan (x1)	.409	.176	2.323	.027
Sistem dan sarana pemasaran (x2)	.291	.147	1.974	.058
Pembiayaan dan permodalan (x3)	-.156	.203	-.765	.451
Akses IPTEK (x4)	1.310	.173	7.572	.000
Penguatan kelembagaan (x5)	-.109	.213	-.511	.613

Sumber : Data primer penelitian yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil analisis diketahui setiap penambahan satu skor strategi pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian (X_2), maka skor pencapaian kemandirian anggota meningkat sebesar 0,291. Strategi pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pencapaian kemandirian, petani dalam proses penyetakan ke Aspakusa masih mengalami kendala sarana pengiriman yang ditanggung sendiri oleh petani.

Setiap penambahan satu skor strategi penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan (X_3), maka skor pencapaian kemandirian anggota penurunan sebesar -0,156. Strategi penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan tidak berpengaruh secara signifikan untuk mencapai kemandirian anggota. Hal ini dikarenakan Aspakusa hanya menyediakan bibit/biji tanaman tertentu, serta belum membantu menyediakan berbagai sarana produksi. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rifa, 2013) yang menyatakan bahwa perkuatan dalam pemberdayaan menyangkut penyediaan berbagai masukan.

Setiap penambahan satu skor strategi kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi (X_4), maka skor pencapaian kemandirian anggota meningkat sebesar 1,310. Strategi kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pencapaian kemandirian anggota, karena kemudahan akses IPTEK sangat membantu petani untuk memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki.

Strategi penguatan kelembagaan petani secara parsial tidak berpengaruh signifikan, tetapi berpengaruh positif dengan setiap penambahan satu skor strategi penguatan kelembagaan petani (X_5), maka skor pencapaian kemandirian anggota menurun sebesar -0,109. Asosiasi Aspakusa tidak melakukan pertemuan rutin, masalah yang ada dimusyawarahkan dengan sebagian anggota, pengurus dan staf. Pertemuan rutin sangat penting guna meningkatkan kehevisitas suatu kelompok. Menurut (Putranto, 2012) tingginya tingkat kohesivitas bermanfaat untuk memaksimalkan fungsi kelompok, karena keeksisan anggota kelompok akan tetap terjaga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam pemberdayaan anggotanya dan pencapaian kemandirian anggota berperan sangat baik dan dikategorikan tinggi. Peran Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali dalam pemberdayaan anggotanya melalui strategi pemberdayaan petani secara serempak berperan terhadap pencapaian kemandirian anggota. Secara parsial variabel yang mempengaruhi pencapaian kemandirian anggota adalah strategi penyuluhan dan pendampingan, serta strategi kemudahan akses ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi; sedangkan strategi pengembangan sistem dan sarana pemasaran hasil pertanian, penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan, serta penguatan kelembagaan petani tidak berpengaruh secara parsial.

Saran

Diharapkan terdapat sosialisasi dan pendampingan secara berkala baik dari pemerintah, akademik maupun swasta kepada anggota Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali guna menjalankan strategi penyediaan fasilitas pembiayaan dan permodalan sehingga dapat membantu dalam menjalankan usahatani sayuran agar dapat lebih efisien. Serta diharapkan Asosiasi Aspakusa Makmur Boyolali lebih sering mengadakan pertemuan rutin untuk meningkatkan kohevisitas kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Elizabeth, R. (2007). Penguatan dan Pemberdayaan Kelembagaan Petani Mendukung Pengembangan Agribisnis Kedelai. *Agribisnis Kedelai. Pusat Analisis Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian, Bogor*, 165–173.
- Farid, A. (2008). Kemandirian Petani dalam Pengambilan Keputusan Usahatani: Kasus Petani Sayuran di Kabupaten Bondowoso dan Kabupaten Pasuruan. *Disertasi*, IPB.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas.
- Hakim, L., & Sugihen, B. G. (2007). Pemberdayaan Petani Sayuran : Kasus Petani Sayuran di Sulawesi Selatan. *J. Penyuluhan*, 3(1), 45–54.
- Kusumawati, N. R. T. (2017). Peran Asosiasi Peternak Sapi Indonesia (ASPIN) Boyolali dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Publikasi Ilmiah, Fakultas K*.
- Mangowal, J. (2013). Pemberdayaan Masyarakat Petani dalam Meningkatkan Pengembangan Ekonomi Pedesaan di Desa Tumani Kecamatan Maesaan Kabupaten Minahasa Selatan. *J. Governance*, 5(1), 90–97.
- Mario, S. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Tani Melalui Gabungan Kelompok Tani di Desa Patanyamang Kecamatan Camba Kabupaten Maros. *Predestinas*, 10(1), 33–49.
- Martati, I., Suminto, & Syarifuddin, dan A. (2013). Model pengembangan penciptaan lapangan kerja melalui pengembangan ekonomi lokal pada Kecamatan

- Samarinda Ilir. *J. Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2), 123–130.
<https://doi.org/10.9744/jmk.15.2.123-130>
- Nuryanti, S. (2011). *Peran Kelompok Tani Dalam Penerapan Teknologi Pertanian Roles of Farmers ' Groups in Agricultural Technology Adoption*. (70), 115–128.
- Prasetyo, K. P. (2013). Persepsi Petani Terhadap Kemitraan Sayuran dengan Asosiasi Aspakusa Makmur Kabupaten Boyolali. *Skripsi, Fakultas P*.
- Putranto, Y. A. (2012). Pengaruh moderasi informasi asimetri dan group cohesiveness terhadap hubungan partisipasi penganggaran dengan budgetary slack. *J. Ecomonia*, 8(2), 116–125.
- Rifa, B. (2013). Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *J. Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 1(1), 130–136.
- Saptana, Sunarsih, dan K. S. I. (2016). Mewujudkan keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif samelalui pengembangan kemitraan usaha hortikultur. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 24(1), 61–76.
- Setyo Nugroh, A., & Rahayu, S. (2014). Peran Kelompok Tani Sido Makmur dalam Meningkatkan Kesejahteraan Anggota Kelompok Tani Sido Makmur Desa Ngaringan Kabupaten Grobogan. *Jurnal Teknik PWK*, 3(3), 506–518.
- Sopyan, Y. (2014). Corporate social responsility (CRS) sebagai implementasi fikih sosial untuk pemberdayaan masyarakat. *Ahkam*, 14(1), 53–62.
- Sugiarti, A., & Ma'ruf, M. F. (2016). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Petani Melalui Program Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan (PUAP) di Kabupaten Ponorogo (Studi pada Pemberdayaan Gapoktan Margo Rejeki di Desa Sidoharjo Kecamatan Pulung Kabupaten Ponorogo). *Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Skripsi*, 1–11.
- Sumarna, R. (2012). Pengaruh kemitraan terhadap penerapan teknologi dan pendapatan petani padi sehat di Kecamatan Kebon Pedes, Kabupaten Sukabumi. *Institut Pertanian Bogor, Bogor, (Skripsi)*.
- Taufik, M. (2012). Strategi pengembangan agribisnis sayuran di Sulawesi Selatan. *J. Litbang*, 31 (2), 43–50.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

PENGARUH PERAN KELOMPOK TANI TERHADAP KOHEсивITAS DI KELOMPOK TANI TRANGGULASI DESA BATUR, KECAMATAN GETASAN, KABUPATEN SEMARANG

*Eunice Gabriella, Siroso Satmoko dan Dyah Mardiningsih
Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian,
Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro*

E-mail: eunicegabriella30@gmail.com, tjotjok@yahoo.com, dyahmardiningsih@gmail.com

HP: 081329926738

Abstrak

Kata Kunci:
kohesivitas,
peran kelompok
tani, sayuran
organik, survey

Kelompok tani yang sudah tergolong maju dan mempunyai banyak anggota tidak menjamin bahwa kelompok tersebut memiliki nilai keintiman antar anggota, bahkan yang kemungkinan terjadi adalah makin terlihat adanya kendala dalam membangun hubungan antar anggota. Kelompok yang memiliki banyak anggota akan semakin timbul banyak konflik. Kelompok tani dapat dikatakan erat apabila peran kelompok tani juga kuat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi peran kelompok tani dan kohesivitas kelompok tani sayuran organik pada kelompok tani Tranggulasi dan melakukan analisis mengenai pengaruh peran kelompok tani Tranggulasi dengan kohesivitas kelompok tani. Penelitian ini dilaksanakan pada kelompok tani Tranggulasi di Desa Batur tanggal 12 – 29 Mei 2019. Metode survey digunakan pada penelitian ini dengan sampel sebanyak 32 orang pada kelompok tani Tranggulasi yang aktif melakukan produksi sayuran organik. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi dan wawancara dengan menggunakan media kuisioner. Metode deskriptid kuantitatif digunakan sebagai metode analisis data pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan peran kelompok tani termasuk dalam kategori baik dengan persentasi 53%, wahana kerjasama dengan kategori sedang sebesar 63%, dan unit produksi dengan kategori baik sebesar 69%. Kohesivitas kelompok tani dengan kategori baik sebesar 81%. Hasil uji regresi lineia berganda menunjukkan ketiga peran kelompok tani secara simultan berpengaruh terhadap kohesivitas kelompok tani sayuran organik. Ketiga faktor

yang diteliti mempengaruhi kohesivitas kelompok tani sebesar 36% dengan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa wahana kerjasama, kelas belajar, dan unit produksi mempengaruhi kohesivitas kelompok tani Tranggulasi secara positif.

THE EFFECT OF THE ROLE OF THE FARMER GROUP TO COHESIVITY IN THE TRANGGULASI FARMER GROUP OF BATUR VILLAGE, GETASAN SUB-DISTRICT, SEMARANG DISTRICT

Abstrak

Keywords:
cohesiveness,
farmer group
roles, organic
vegetables,
survey

The advanced farmer group that have many members, did not guarantee that the members of the group has intemacy value. Closed relation farmer members group would be shown by the strength of the farmer group role. The research aim was to identify the farmer groups role and the cohesiveness of organic vegetable farming system. The other research aim was to analyze the role of farmers groups influence on the cohesiveness of Tranggulasi organic vegetables farming system. The research was conducted at Tranggulasi farmer group, Desa Batur on 12-29 Mey 2018. Survey method was used and samples were conducted with 32 people of active members in farmer gtoup. The results showed that the farmer groups roles as learning class was in good category with percentage 53%, cooperation action was 63%, and unit of production was 69%. The cohesiveness of organic vegetable farming was good category with percentage 81%. Multiple linear regression test showed that the learning class, cooperation action, and unit of production, has significant effect on the cohesiveness of organic vegetable farming.

How to Cite (APA 6th Style):

Gabriella, E., Satmoko, S., & Mardiningsih, D. (2020). Pengaruh Peran Kelompok Tani Terhadap Kohesivitas di Kelompok Tani Tranggulasi Desa Batur, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 28–39.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p03>

PENDAHULUAN

Kelompok tani merupakan wadah organisasi yang memiliki peranan sangat penting dalam masyarakat khususnya masyarakat tani. Segala kegiatan sampai permasalahan yang ada dalam usaha tani selalu dilakukan dalam kelompok. Potensi inilah yang membuat kelompok tani perlu untuk dilakukan pembinaan dan pemberdayaan secara intensif guna dapat berkembang optimal dalam mendukung pemangunan pertanian. Permasalahannya adalah selalu ditemukan konflik dalam interaksi bersama para anggota kelompok yang mengakibatkan terjadinya perselisihan di dalam kelompok.

Kelompok tani dijalankan dengan peran masing-masing anggota. Modal kelompok tani untuk menjalankan perannya adalah memiliki tujuan/ visi yang sama, meningkatkan kerjasama antar anggota, dan saling menopang dalam menyelesaikan masalah yang ada (Tridiwanti et al. 2015). Peran dari kelompok tani adalah wahana kerjasama, kelas belajar, unit usaha dan unit produksi (Mauludin et al. 2012). Kelas belajar bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan sikap agar tumbuh rasa mandiri, semakin meningkatnya produksi pertanian, yang harapannya adalah untuk mencapai tingkat kesejahteraan (Wastika et al. 2014).

Peran kelompok sebagai wahana kerjasama dalam kelompok tani memiliki tugas pokok agar kerjasama dapat terjalin dengan baik di dalam maupun di luar kelompok, yaitu menciptakan suasana kerjasama, menciptakan suasana keterbukaan dalam kelompok, pembagian tugas antar anggota kelompok, rasa tanggung jawab antar anggota, dan kedisiplinan kelompok, merencanakan dan melaksanakan musyawarah kelompok, melaksanakan kerjasama penyedia sarana dan jasa pertanian, kegiatan pelestarian lingkungan, mentaati kesepakatan antara kelompok dan pihak lain, dilakukan baik kerjasama maupun kemitraan dengan penyedia sarana produksi, dan ketersediaan modal (Putra et al. 2016).

Peran kelompok tani sebagai penyedia unit produksi yaitu kelompok tani mampu menyediakan sarana dan prasarana untuk menunjang segala kegiatan usaha tani anggotanya agar skala ekonomis usaha tani dapat ditingkatkan baik oleh kelompok maupun anggota kelompok (Mauludin et al. 2012).

Kemajuan pertanian di Indonesia diterapkan oleh pemerintah bersama petani dengan berbagai cara, salah satunya adalah melakukan penanaman secara organik dengan melihat keuntungan yang dihasilkan dari pertanian organik. Pertanian organik dibuat dengan cara membentuk komunitas. Komunitas tersebut nantinya dapat disebut dengan istilah kelompok tani. Kelompok tani yaitu kumpulan/tempat/ wadah bagi para petani untuk melakukan sistem pertanian bersama-sama dengan maksud mencapai tujuan kelompok tani. Kelompok tani mempunyai tujuan untuk melakukan penerapan ilmu pertanian, mengadopsi inovasi dari penyuluh, serta menumbuhkan kembangkan rasa saling membutuhkan, saling menghargai dan saling bekerja sama antara anggota kelompok satu dengan yang lain.

Getasan memiliki pertanian organik yang bermula dari pertanian konvensional kemudian beralih ke pertanian organik yang maju karena memproduksi komoditi sayuran organik. Kelompok tani tersebut berdiri sejak tahun 2000an dan menyalurkan sayuran organik ke berbagai kota besar dan berbagai pasar modern. Berangkat dari kenyataan bahwa kelompok tani Tranggulasi dikatakan maju, berarti ditemukan adanya tanda keeratan di dalam kelompok tani yang membuat kelompok menjadi erat dan disebut maju.

Kelompok tani yang sudah tergolong maju dan mempunyai banyak anggota tidak menjamin bahwa kelompok tersebut memiliki nilai keintiman antar anggota, bahkan yang kemungkinan yang terjadi adalah makin terlihat adanya kendala dalam membangun hubungan antar anggota. Kelompok yang memiliki banyak anggota akan semakin timbul banyak konflik. Kelompok tani dikatakan erat apabila peran kelompok tani juga kuat. Oleh karena hal tersebut, dilakukan lah penelitian ini untuk melihat apakah ada pengaruh peran kelompok tani terhadap kohesivitas

kelompok di kelompok tani Tranggulasi. Petani tidak dapat melakukan semua kegiatan secara individu, kerjasama seperti dalam pengendalian hama penyakit, pengairan, dan pemasaran diperlukan antar anggota (Hakam 2014).

Penelitian pengaruh peran kelompok tani terhadap kohesivitas kelompok bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kelompok tani terhadap kohesivitas kelompok sayuran kelompok tani Tranggulasi. Indikator dari peran kelompok tani adalah wahana kerjasama, kelas belajar, dan unit produksi sedangkan untuk kohesivitas kelompok dilihat dari ketertarikan yang terjadi pada kelompok itu sendiri, tingkat motivasi antar anggota kelompok, moral dan kerjasama serta koordinasi dalam anggota kelompok. Berdasarkan uraian tersebut, masalah yang akan diteliti adalah peran kelompok tani Tranggulasi, kohesivitas kelompok kelompok tani Tranggulasi, dan pengaruh dari peran kelompok tani terhadap kohesivitas kelompok pada kelompok tani Tranggulasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei-Juni 2018 di Kelompok Tani Tranggulasi, Desa Batur, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Penentuan lokasi dilakukan dengan metode purposive (sengaja) berdasarkan kriteria tertentu. Penelitian dilakukan pada kelompok tani Tranggulasi karena salah satu kelompok tani yang maju, dengan pertimbangan di Desa Batur terdapat kelompok tani sayuran organik yang telah mendapatkan sertifikat INOFICE (Indonesian Organic Farming Certification), menjalin kerjasama dengan Superindo di Kota Solo, Semarang, Yogyakarta dalam memasarkan produk, dan pernah mengeksport sayuran organik sampai ke luar negeri.

Penelitian survei digunakan sebagai metode pada penelitian ini. Data diperoleh dengan menggunakan metode survei dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), namun peneliti memberikan beberapa perlakuan dalam memperoleh data, sebagai contoh dengan menyebarkan test, kuisioner, wawancara terstruktur, dan lain-lain (Sugiyono 2008). Metode penelitian survei dapat dilakukan dengan cara sampling dan sensus untuk hal-hal yang tidak nyata maupun nyata (Husein 2008).

Sampel diambil dengan kriteria anggota kelompok tani yang memproduksi sayuran organik dan aktif. Anggota kelompok tani Tranggulasi dengan kriteria tersebut sebanyak 32 orang dengan lahan 53 Ha. Responden sebanyak 32 orang telah memenuhi syarat sampel yang representatif karena jumlah anggota sample penelitian dengan analisis multivarians (regresi atau korelasi) minimal 10 kali jumlah variabel yang digunakan (Sugiyono 2008). Terdapat 3 variabel dikali 10 diperoleh hasil 30, sebagai jumlah minimal anggota sampel.

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi, studi pustaka, dan wawancara. Wawancara merupakan kegiatan bertanya secara lisan yang terdiri dari dua orang atau lebih secara langsung (Usman dan Akbar 2008). Observasi adalah teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dengan kegiatan pengamatan serta pencatatan secara sistematis mengenai hal-hal yang diamati sebagai bahan penelitian (Sugiyono 2008). Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan melakukan pembanguan data yang diperoleh dengan sumber literatur penelitian sebelumnya. Pengumpulan data tersebut dilakukan pada kelompok tani Tranggulasi Desa Batur Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang selaku responden.

Data primer dan data sekunder digunakan sebagai sumber data pada penelitian ini. Data primer dikumpulkan dengan cara melakukan observasi dan wawancara langsung pada petani di kelompok tani Tranggulasi Desa Batur, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang dengan kuesioner yang telah disiapkan. Data tersebut berisi pertanyaan dan memiliki skor yang tertera dan menggunakan skala likert tentang peran kelompok (unit produksi, wahana kerjasama, kelas belajar) dan kohesivitas kelompok. Data sekunder yang digunakan adalah gambaran umum dari tempat dilakukan penelitian dan data pendukung lain yang didapat dari jurnal, buku, literatur lain, dan juga internet.

Metode deskriptif kuantitatif digunakan sebagai metode analisis data pada penelitian ini. Analisis deskriptif digunakan karena analisis ini mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dengan apa adanya (Sugiyono 2008). Analisis kuantitatif yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda. Metode ini digunakan karena dapat menganalisis pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat) (Kuncoro 2009).

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah ---jiwa---	Persentase ---%---
Umur		
) 29-59	29-59	25
) ≥ 60	≥ 60	7
Jenis Kelamin		
) Laki-laki	Laki-laki	30
) Perempuan	Perempuan	2
Pendidikan		
) SD	SD	23
) SMP	SMP	4
) SMA	SMA	2
) S1	S1	3
Jumlah Anggota Keluarga		
) ≤ 4	≤ 4	8
) > 4	> 4	24
Pekerjaan		
) Utama	Utama	29
) Sampingan	Sampingan	3
Tahun Masuk Kelompok		
) 2000 – 2005	2000 – 2005	28
) 2006 – 2010	2006 – 2010	4
Luas Lahan		
) $\leq 0,3$ ha	$\leq 0,3$ ha	28
) $> 0,3$ ha	$> 0,3$ ha	4
Status Lahan		
) Milik Sendiri	Milik Sendiri	32

Sumber: Diolah dari data primer, 2019

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan sebagai metode untuk menggambarkan keadaan (turun naiknya) variabel dependen jika dua atau lebih

variabel independen diturunkan atau dinaikkan nilainya (Ghozali 2011). Analisis regresi linier berganda dapat dilakukan apabila minimal terdapat dua variabel independen. Pada analisis regresi linear berganda yang menjadi variabel dependen (Y) adalah kohesivitas kelompok pertanian organik sedangkan variabel independen (X) yaitu kelas belajar (X1), wahana kerjasama (X2), dan unit produksi (X3). Berikut adalah persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kohesivitas kelompok Pertanian Organik (Skor)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1= Kelas Belajar (Skor)

X2 = Wahana Kerjasama (Skor)

X3 = Unit Produksi (Skor)

e = Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengukuran karakteristik responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin, umur, jumlah anggota keluarga, pendidikan, pekerjaan, tahun masuk kelompok tani, status lahan, dan luas lahan. Karakteristik responden secara detail terdapat pada Tabel 1.

Tabel 2. Peran Kelompok Tani

Peran Kelompok Tani	Variabel	Jumlah	Persentase
		---jiwa---	---%---
Kelas Belajar	Kurang	0	0
	Sedang	15	47
	Baik	17	53
	Total	32	100
Wahana Kerjasama	Kurang	0	0
	Sedang	20	63
	Baik	12	37
	Total	32	100
Unit Produksi	Kurang	0	0
	Sedang	6	19
	Baik	22	69
	Total	32	100

Sumber: Diolah dari data primer, 2019

Responden pada penelitian ini memiliki umur yang beragam, yang termuda 29 tahun dan yang tertua 83 tahun. Seseorang yang masuk kategori umur produktif terdapat pada rentang 15 – 64 tahun dan mampu menghasilkan barang ataupun jasa, sedangkan seseorang yang masuk kategori umur tidak produktif terdapat pada ≥ 65 tahun dan belum atau tidak dapat lagi menghasilkan barang dan jasa. Anggota

kelompok tani yang tidak produktif ada sebanyak 7 orang. Anggota yang tidak produktif sudah jarang mengikuti pertemuan maupun kegiatan yang diadakan kelompok.

Anggota kelompok tani yang sudah tidak produktif dihimbau untuk memasukkan anak atau saudara yang usianya produktif untuk menggantikan anggota yang sudah tidak produktif lagi agar terjadi regenerasi. Regenerasi dilakukan agar setiap anggota dapat menjalankan tugas yang diberikan dengan baik dan lebih produktif dalam kelompok. Jumlah anggota kelompok tani Tranggulasi laki-laki lebih banyak dari pada perempuan hal itu karena laki-laki sebagai kepala rumah tangga bertugas untuk memenuhi kebutuhan keluarga, kedua anggota perempuan di kelompok tani merupakan istri dari anggota dan mempunyai tugas dibidang konsumsi dan menentukan tempat pertemuan.

Kelompok tani memiliki peran sebagai unit produksi, wahana kerjasama, dan kelas belajar. Tranggulasi merupakan suatu kumpulan petani-petani yang dibentuk oleh petani, dari petani dan untuk petani. Peran-peran tersebut telah dijalankan oleh kelompok tani Tranggulasi. Kelompok tani Tranggulasi mengadakan kelas belajar namun tidak rutin dilakukan dan tidak selalu membahas mengenai sayuran organik dan penerapannya. Kelas belajar dilakukan 1 kali dalam 3 bulan, di dalam kelas belajar petani diajarkan berbagai ilmu untuk meningkatkan kemampuan dalam bertani sayuran organik seperti pembuatan pupuk, pestisida, mol, dan sebagainya. Para anggota kelompok juga melakukan kerjasama dalam menerapkan pertanian sayuran organik, kerjabakti, membuat pupuk dan pestisida serta bekerjasama dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Kerjasama tidak hanya dilakukan di dalam kelompok, kelompok tani Tranggulasi juga bekerjasama dengan pihak pemerintah dan swasta. Kelompok tani juga menyediakan unit produksi yang dapat membantu para anggota seperti gerobak dorong, kultifator, pupuk cair dan sebagainya. Terdapat tiga peran kelompok tani yaitu kelompok tani sebagai forum belajar berusahatani dan berorganisasi, wahana kerjasama dan unit produksi petani. Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi ketiga peran kelompok tani tersebut (Nuryanti dan Swastika 2011).

Berdasarkan Tabel 2. kelas belajar di kelompok tani Tranggulasi tergolong baik dengan persentase 53%. Kelompok tani Tranggulasi mengadakan kelas belajar untuk anggota kelompok namun tidak selalu rutin dilakukan. Kelas belajar diadakan 3 bulan sekali dengan durasi waktu paling lama 3 jam.

Berdasarkan Tabel 2. kelompok tani Tranggulasi sebagai wahana kerjasama tergolong sedang dengan persentase 63%. Hal ini karena kelompok tani Tranggulasi telah melakukan berbagai kerjasama baik dengan pemerintah ataupun swasta. Wahana kerjasama merupakan tingkat peran kelompok untuk mendorong kerjasama antara petani di dalam kelompok maupun di luar kelompok (Mauludin et al. 2012)

Kelompok tani Tranggulasi sebagai unit produksi termasuk dalam kategori baik dengan persentase 69%. Hal ini karena kelompok tani Tranggulasi menyediakan unit produksi seperti 1 gerobak dorong dan 1 kultifator, pupuk cair dan pestisida nabati, wadah penampungan yang terbuat dari bambu sebanyak 30 buah dan dari plastik sebanyak 45 buah sebagai tempat sayuran saat dipanen, dan peralatan pasca panen seperti plastik wrap, stiker untuk tanda pengenalan sayur, timbangan, lakban, kemasan kotak plastik, dan kemasan kotak karton. Unit

produksi merupakan peran yang dilakukan oleh kelompok tani untuk mendorong tercapainya skala usaha yang efisien (Mauludin et al. 2012).

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Kategori Kohesivitas Kelompok Tani

Kategori Kohesifitas	Jumlah ---jiwa---	Persentase ---%---
Kurang	0	0
Sedang	6	19
Baik	26	81

Sumber: Diolah dari data primer, 2019

Berdasarkan data pada Tabel 3, petani yang merasakan kohesivitas kelompok tani dalam kategori baik sebanyak 81%, petani yang menilai kohesivitas kelompok tani dalam kategori sedang sebanyak 19%, dan petani yang merasakan kohesivitas kelompok tani dalam kategori rendah sebanyak 0%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas petani merasakan kohesivitas kelompok tani dalam kategori tinggi, yaitu 81%, artinya petani memiliki kohesivitas kelompok tani yang baik, di mana antar petani memiliki kesadaran untuk saling perata, membantu, dan memberikan dukungan sosial.

Kohesifitas kelompok tani termasuk dalam kategori tinggi karena aktifitas pertanian sayuran organik dikerjakan bersama dan disaksikan oleh kelompok. Setiap kegiatan pertanian selalu ada kegiatan berdiskusi dan pemberian tugas untuk dikerjakan anggota kelompok serta pengerjaan kegiatan secara bersama-sama (Bakti 2015). Kohesivitas yang tinggi dipengaruhi oleh proses pertumbuhan kelompok. Kelompok-kelompok dengan proses pertumbuhan yang partisipatif akan menghasilkan tingkat kohesifitas yang lebih tinggi (Iskandar dan Caesar 2013).

Kelompok berkontribusi dalam peningkatan kualitas lingkungan kerja, di mana kelompok yang kohesif akan memunculkan emosi positif ditempat kerja seperti perasaan senang, bahagia dan damai yang berguna untuk mereduksi emosi negatif seperti perasaan tidak nyaman, bosan maupun marah yang muncul dilingkungan kerja (Steinhardt et al. 2003). Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, petani bekerja dengan senang dan terkadang juga dengan candaan yang diberikan antar petani saat bekerja. Hal tersebut membuat petani bekerja dengan ringan dan menghindarkan dari perasaan jenuh.

Variabel independen yang terdapat pada penelitian ini meliputi kelas belajar, wahana kerjasama, dan unit kerja sedangkan variabel dependennya adalah kohesivitas kelompok sayuran organik. Hasil analisis regresi linear terdapat pada Tabel 4.

Hasil regresi linear berganda antara variabel kelas belajar (X1), wahana kerjasama (X2), dan unit produksi (X3) terhadap kohesivitas kelompok sayuran organik (Y) diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,610 + 0,333 X1 + 1,473 X2 + 1,858 X3 + e$$

Keterangan :

Y = Kohesifitas kelompok sayuran organik

X1 = Kelas belajar

X2 = Wahana kerjasama

X3 = Unit produksi

e = Error

Tabel 4. Hasil Uji Linear Berganda

Nilai Konstanta (2,61)	B	S.E.	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Kelas Belajar	0,333	0,551	0,093	0,605	0,55	0,945	1,058
Wahana Kerjasama	1,473	0,647	0,366	2,275	0,031	0,872	1,146
Unit Produksi	1,858	0,861	0,345	2,158	0,04	0,882	1,134
R Square	0,368						
Adjusted R Square	0,301						

Sumber: Diolah dari data primer, 2019

Pada Tabel 4, nilai R square yang dihasilkan adalah 0,368 (36,8%). Nilai tersebut menggambarkan bahwa unit produksi, wahana kerjasama, dan kelas belajar mampu mempengaruhi kohesivitas kelompok sebesar 36,8% dengan faktor lain mempengaruhi kohesivitas kelompok sebesar 63,2% sisanya.

Konstanta bernilai positif menunjukkan bahwa dengan mengasumsikan ketidakadaan variabel independen, kohesivitas kelompok sayuran organik cenderung mengalami peningkatan. Nilai konstanta bernilai positif yaitu 2,610 menunjukkan bahwa kohesivitas kelompok sayuran organik cenderung mengalami peningkatan. Koefisien regresi bernilai positif menunjukkan bahwa jika hanya ada satu variabel independen yang mengalami peningkatan tanpa adanya variabel independen yang lain, kohesivitas kelompok sayuran organik juga cenderung mengalami peningkatan. Koefisien regresi bernilai positif yaitu 0,333 X1, 1,473 X 2, dan 1,858 X3. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika kelas belajar, wahana kerjasama, atau unit produksi mengalami peningkatan, kohesivitas kelompok sayuran organik juga cenderung mengalami peningkatan.

Hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS Statistics 25 dihasilkan Tabel 5. Tabel ANOVA digunakan untuk uji hipotesis secara simultan dan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,004. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa $\text{sig}_{\text{hit}} \leq 0,05$ ($0,004 \leq 0,05$). Hal tersebut dapat diindikasikan H_0 ditolak dan terima H_a , berarti unit produksi, wahana kerjasama, dan kelas belajar secara serempak menghasilkan pengaruh pada kohesivitas kelompok pada kelompok tani Tranggulasi. Hal tersebut pernah disampaikan oleh Ghozali (2016) yang berpendapat jika nilai signifikansi uji F hasil perhitungan $\leq 0,05$, H_0 tidak diterima dan H_a diterima, menunjukkan bahwa variabel independen secara serempak dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil uji F (Tabel ANOVA)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	533,354	3	177,785	5,454	0,004

<i>Residual</i>	912,646	28	32,595
<i>Total</i>	1446,000	31	

Sumber: Diolah dari data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji t untuk kelas belajar diperoleh 0,550 sebagai nilai signifikansi, nilai tersebut $>0,05$ yang menunjukkan bahwa H_a tidak diterima dan H_0 diterima, sehingga kelas belajar tidak berpengaruh pada kohesivitas pertanian sayuran organik di kelompok tani Tranggulasi. Hal ini karena anggota kelompok tidak selalu mengikuti kelas belajar, karena kelas belajar sangat penting diikuti oleh anggota agar dapat meningkatkan pengetahuan, sikap dan keterampilan petani. Tujuan dari kelas belajar yaitu menambah keterampilan, sikap, dan pengetahuan agar dapat secara mandiri tumbuh dan semakin produktif dengan tujuan tercapainya kesejahteraan (Wastika et al. 2014). Anggota tidak dapat mengikuti pertemuan karena ada hal penting yang harus dilakukan pada hari tersebut.

Berdasarkan hasil uji t untuk wahana kerjasama diperoleh 0,031 sebagai nilai signifikansi, nilai tersebut $<0,05$ dan menunjukkan bahwa H_0 tidak diterima dan H_a diterima, sehingga wahana kerjasama berpengaruh pada kohesivitas kelompok tani sayuran organik di kelompok tani Tranggulasi. Hal ini karena kelompok tani tranggulasi melakukan kerjasama di dalam dan di luar kelompok. Anggota kelompok tani melakukan kerjasama dalam menerapkan pertanian sayuran organik, kerjabakti, membuat pupuk cair organik dan pestisida, serta saling bekerjasama dalam menyelesaikan masalah. Kelompok tani tranggulasi juga bekerjasama dengan pemerintah dan swasta. Pemerintah melalui penyuluh memberikan pengetahuan atau informasi dan memberikan bantuan dana, pihak swasta seperti Superindo yang ada di Jawa Tengah dalam memasarkan produk serta kerjasama dengan Universitas dalam menukar informasi seputar sayuran organik. Kegiatan yang tidak dapat dilakukan secara individu oleh petani atau kegiatan yang memerlukan kerjasama anggota kelompok seperti pengendalian hama dan penyakit, pengairan, dan pemasaran (Hakam 2014).

Berdasarkan hasil uji t untuk unit produksi diperoleh 0,04 sebagai nilai signifikansi, nilai tersebut $<0,05$ yang menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 tidak diterima, sehingga unit produksi berpengaruh pada kohesivitas kelompok tani sayuran organik di kelompok tani Tranggulasi. Hal ini terjadi karena menurut para anggota, sekalipun melalui fasilitas yang diberikan oleh kelompok seperti gerobak dorong, kultifator, pupuk cair, pestisida nabati, wadah penampungan, plastik wrap, stiker, kemasan kotak plastik, dan kemasan kotak karton, tidak terlalu dapat membantu para petani dalam menjalin hubungan saling membutuhkan, saling terikat dan saling menghargai satu dengan yang lain. Bukti bahwa kelompok tani tidak selalu dekat, tetapi tetap saja fasilitas diberikan kepada kelompok tani Tranggulasi. Kelompok tani dapat memberikan fasilitas bagi setiap kegiatan untuk menunjang produksi dari anggota-anggotanya, baik dari pengadaan alat, kegiatan produksi, kegiatan pasca panen, hingga kegiatan pemasaran dari hasil panen tersebut (Hakam 2014).

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Peran kelompok tani berupa unit produksi, wahana kerjasama dan kelas belajar akan mengakibatkan keterlibatan masing-masing anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Hasil dari interaksi tersebut berakibat pada kohesivitas kelompok yang dimasukinya, dalam masing-masing anggota kelompok tersebut yang saling berinteraksi membentuk kesamaan perasaan, yang mengarah pada pembentukan kohesivitas yang tinggi di antara kelompok tani Tranggulasi, terdapat banyak anggota kelompok yang senang ketika mengikuti setiap kegiatan kelas belajar sebagai wadah belajar pertanian sayuran organik. Para petani sayuran organik berpendapat bahwa selalu terdapat diskusi dan pemberian tugas agar anggota kelompok dapat mengerjakan setiap tugas yang diberikan.

Saran

Anggota kelompok tani sebaiknya terus bertahan mengikuti kelas belajar yang diadakan kelompok tani karena dapat meningkatkan pengetahuan, sikap serta keterampilan petani, Ketua kelompok perlu memotivasi anggota untuk lebih berpartisipasi dalam pertemuan atau dengan kegiatan kelompok lainnya. Pupuk cair dan pestisida yang dibuat oleh kelompok tani sebaiknya diajukan untuk mendapatkan sertifikat agar dapat dipasarkan secara luas, sehingga dapat meningkatkan pendapatan kelompok tani. Pemerintah sebaiknya lebih memperhatikan kebutuhan para petani dalam menerapkan pertanian sayuran organik agar para petani dapat memaksimalkan kinerja mereka dalam memproduksi sayuran organik yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakti I. 2015. Peran Jejaring Komunikasi dalam Membangun Kohesivitas Kelompok Tani di Jawa Barat. *J Penelit Komunikasi, Edhu Tech.* 14(3).
- Ghozali I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakam AA. 2014. Peran Kelompok Tani terhadap Usaha Peningkatan Pendapatan Anggota melalui Program Kemitraan (Studi Kasus Kelompok Tani Sri Mulyo Kecamatan Sukun, Kota Malang). *J Ekon dan Bisnis.* 2(2):1-15.
- Husein U. 2008. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Iskandar E, Caesar MR. 2013. Revitalisasi dan Pemberdayaan Kelembagaan Masyarakat Pedesaan dalam Kerangka Pembangunan Desa Partisipatif Berkelanjutan. *J Ilm "Politea" FISIP Univ Al-Ghifari.* 11(5).
- Kuncoro M. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomu. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Mauludin MA, Winaryanto S, Alim S. 2012. Peran Kelompok dalam Mengembangkan Keberdayaan Peternak Sapi Potong (Kasus di Wilayah Selatan Kabupaten Tasikmalaya). *J Ilmu Tenak*. 12(1):1–8.
- Nuryanti S, Swastika DKS. 2011. Peran Kelompok Tani dalam Penerapan Teknologi Pertanian. *J Agro Ekon*. 29(2):115–128.
- Putra BI, Saymanar E, Tety E. 2016. Peran Kelompok Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Swadaya Kelapa Sawit di Desa Bukit Lingkar Kecamatan Batang Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu. *J Jom Kaperta*. 3(2):1–12.
- Steinhardt M, Christyn L, Dolbriel, Gottiseb NH, McCalister KT. 2003. Group Cohesion: Way to Improve Workplace Quality. *Am J Heal Promot*. 17(6):382–389.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Tridiwanti T, Suyadi B, Sukidin. 2015. Peran Kelompok Tani Sampurna dalam Meningkatkan Kemampuan Petani dan Hasil Produksi Padi di Desa Jenggawah, Kecamatan Jenggawah, Kabupaten Jember. *J Agro Ekon*. 1(1):1–6.
- Usman H, Akbar PS. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wastika CY, Hariadi SS, Subejo. 2014. Peran Kelompok Tani dalam Penerapan SRI (System of Rice Intensification) di Kecamatan Kalikajar Kabupaten Wonosobo. *J Agro Ekon*. 24(1):84–93.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

ANALISA KEUNTUNGAN USAHA PETERNAKAN AYAM BROILER POLA MANDIRI DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)

Ariani Trisna Murti¹, Karunia Setyowati Suroto¹, dan Hidayati Karamina²

1. Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tunggaladewi
2. Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tunggaladewi

Email korespondensi: artrimur@gmail.com, niekarunia@gmail.com,

hidayatikaramina@yahoo.com

Telepon/HP: 082143162595, 081334569452, 082245457666

Abstrak

Kata Kunci:
Keuntungan,
Broiler, dan
Usaha Pola
Mandiri

Penelitian dilaksanakan pada beberapa peternak ayam broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Pemilihan lokasi dilakukan atas pertimbangan bahwa berdasarkan data sekunder yang diperoleh dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Provinsi Jawa Timur menyatakan bahwa Kecamatan Karangploso merupakan salah satu kawasan yang memiliki populasi ayam pedaging terbesar di Kabupaten Malang sejumlah 1.044.402 pada tahun 2018 (Dinas Peternakan Kabupaten Malang, 2018). Tujuan dari penelitian yaitu untuk menganalisis rata-rata jumlah pendapatan dan besaran keuntungan yang dihasilkan dari usaha peternakan ayam broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Januari 2019 – Februari 2019 dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria. Sampel yang digunakan yaitu seluruh peternak ayam *broiler* pola mandiri sejumlah 13 responden. Analisa kuantitatif dihitung dari total penerimaan, pendapatan, rasio R/C, BEP, ROI, dan Payback Period (PBP). Hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yaitu usaha ternak ayam pedaging pola mandiri di Kecamatan Karangploso layak untuk dikembangkan. Nilai besaran perhitungan dari R/C rasio, BEP, dan ROI yang meningkat dari tahun ke tahun. Nilai rata-rata R/C ratio > 1 , yaitu sebesar 1,07%. Rataan nilai BEP, ROI, dan PBP meningkat dari tahun 2016 sampai dengan 2018, sehingga usaha ternak ayam broiler pola

mandiri dapat dinyatakan menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

**ANALYSIS OF PROFIT ANALYSIS OF MANDIRI PATTERN BROILER LIVESTOCK
ANIMAL HUSBANDRY IN MALANG DISTRICT
(Case Study in Karangploso District, Malang Regency)**

Keywords:
Profitability,
Broiler,
Independent
Business

Abstrak

The study was conducted on several independent pattern broiler breeders in Karangploso District, Malang Regency, East Java Province. This type of research is quantitative research. The choice of location is based on the consideration that based on secondary data obtained from the Animal Husbandry and Animal Health Office of East Java Province, it is stated that Karangploso Subdistrict is one of the regions with the largest broiler population in Malang, amounting to 1,044,402 in 2018 (Malang Animal Husbandry, 2018). This aim of this research is to analyze the average amount of income and the amount of profit generated from independent pattern broiler chicken farming in Karangploso District, Malang Regency. Data collection was carried out in January 2019 - February 2019 with a purposive sampling method with criteria. The sample used is all independent breeders of broiler chicken with a total of 13 respondents. Quantitative analysis is calculated from total revenue, revenue, R / C ratio, BEP, ROI, and Payback Period (PBP). The results can be concluded that the independent pattern of broiler business in Karangploso District is feasible to be developed. The calculated value of the R / C ratio, BEP, and ROI is increasing from year to year. The average R / C ratio > 1, which is 1.07%. The average value of BEP, ROI, and PBP increased from 2016 to 2018, so that the independent broiler chicken breeding business can be declared profitable and feasible to be developed.

How to Cite (APA 6th Style):

Murti, A. T., Suroto, K. S., & Karamina, H. (2020). Analisa Keuntungan Usaha Peternakan Ayam Broiler Pola Mandiri Di Kabupaten Malang (Studi Kasus Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang). *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 40–54.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p04>

PENDAHULUAN

Meningkatnya pertumbuhan jumlah masyarakat Indonesia dari tahun ke tahun secara otomatis berdampak pada tingginya kesadaran masyarakat akan gizi. Dampak yang ditimbulkan adalah meningkatnya permintaan akan kebutuhan protein, baik protein hewani maupun nabati. Peternakan merupakan subsektor penting sebagai penyedia kebutuhan protein hewani. Salah satu produk peternakan penyumbang terbesar untuk memenuhi kebutuhan adalah daging ayam negeri, atau

biasa disebut dengan daging ayam potong. Peternakan ayam pedaging baik dalam skala kecil, menengah, dan juga besar mempunyai peluang dan prospek usaha yang sangat baik untuk dijalankan. Ayam pedaging merupakan salah satu komoditi ternak unggulan, hal ini terutama disebabkan ayam broiler mempunyai masa panen yang relative singkat yaitu 30-40 hari. Pertumbuhan bobot badan ayam broiler relatif cepat yaitu pada umur lima atau enam minggu dengan rata – rata bobot badan mencapai 1,4 kg – 1,6 kg (Yemima, 2014). Produksi daging ayam ras pedaging masih mengalami angka fluktuatif secara nasional. Produksi ayam pedaging secara berurutan pada tahun 2015 sebesar 1.628.310 ton, tahun 2016 sebesar 1.905.500 ton, pada tahun 2017 sebesar 1.848.060 ton (Badan Pusat Statistik, 2017).

Rana *et al.*, (2012) menyatakan bahwa keuntungan merupakan tujuan terbesar untuk setiap usaha peternakan yang dijalankan bersamaan dengan adanya berbagai tantangan sesuai dengan skala usaha yang dijalankan. Tantangan yang harus dihadapi dalam usaha budidaya ayam broiler diantaranya adalah lemahnya manajemen pemeliharaan. Lemahnya manajemen pemeliharaan disebabkan karena broiler merupakan jenis ternak unggas hasil dari persilangan dan seleksi yang rumit sehingga membutuhkan pemeliharaan yang intensif. Fluktuasi atau perubahan harga kebutuhan pakan, *Day Old Chicken* (DOC), dan obat - obatan yang tidak menentu secara otomatis mempengaruhi keseimbangan harga antara permintaan dan penawaran akan daging broiler. Perbedaan kondisi dimana permintaan lebih rendah daripada penawaran, hal tersebut yang mengakibatkan adanya ketidakpastian peternak untuk menjual daging broiler siap potongnya. Peternak akan menjual hasil produksinya disaat harga dapat meningkat lebih baik daripada mereka menjual murah hasil ternaknya. Keadaan demikian membuat peternak terpaksa harus mengeluarkan biaya tambahan untuk biaya pakan dan budidaya yang memakan waktu lebih lama. Besaran margin keuntungan di setiap siklus produksi usaha budidaya sangat tipis yaitu sebesar 5% sampai dengan angka 10%. Harga kebutuhan untuk budidaya merupakan faktor penghambat yang besar dan berpengaruh terhadap banyaknya total biaya yang harus dikeluarkan oleh peternak. Beberapa contoh kebutuhan adalah produk impor bahan baku pembuatan ransum, *feed supplement*, vaksin, dan obat-obatan. Produksi ayam broiler penting bagi perekonomian selain untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat dan menambah penghasilan, juga bermanfaat untuk meningkatkan lapangan pekerjaan.

Usaha peternakan dapat dikembangkan dengan berbagai pola, yaitu pola mandiri dan pola kemitraan. Kegiatan pemasokan sarana produksi hingga proses kegiatan pemasaran hasil produksi usaha dilakukan sendiri oleh peternak ayam broiler yang berpola mandiri. Peternak sebagai penanggung semua modal yang diperlukan seperti *Day Old Chicken* (DOC), kandang, peralatan tenaga kerja, obat – obatan, tenaga kerja, sapronak, sampai dengan sistem pemasaran. Peternak mempunyai kewajiban untuk memasarkan sendiri produksi usahanya. Prinsip dari usaha peternakan adalah menyediakan seluruh input sampai dengan output produksinya, sehingga resiko dan keuntungan sepenuhnya ditanggung oleh peternak (Supriyatna dkk, 2009).

Kabupaten Malang merupakan daerah penghasil daging ayam potong dikarenakan terdapat beberapa daerah penghasil populasi ayam broiler. Berdasarkan Data Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Malang terdapat tiga daerah dengan populasi ayam broiler, salah satunya adalah Kecamatan

Karangploso. Kecamatan Karangploso menduduki peringkat ketiga terbesar setelah Kecamatan Dampit dan Kecamatan Bululawang. Kecamatan Karangploso mencatat pada triwulan II tahun 2018 menjadi daerah penyuplai populasi ayam broiler sebanyak 1.044.402 di Kabupaten Malang. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa Kecamatan Karangploso mempunyai potensi sebagai salah satu daerah penghasil daging ayam broiler di wilayah Kabupaten Malang. Berdasarkan jenis usaha peternakan yang terdapat di Kecamatan Karangploso yaitu pola mandiri, menyebabkan adanya implikasi terhadap perhitungan total biaya produksi yang dikeluarkan, pendapatan dan keuntungan usaha peternakan ayam broiler yang dijalankan dan dihasilkan. Perlu adanya suatu kajian dan analisa untuk mengetahui tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh peternak, dengan demikian penting adanya penelitian ini dilakukan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis rata-rata pendapatan dan keuntungan usaha peternakan broiler pola mandiri ditinjau dari tingkat efisiensi produksi. Hasil dari penelitian dapat menjadi bahan rujukan bagi peternak untuk mengevaluasi usaha peternakan yang telah dijalankan.

METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka Teoritis

Total biaya produksi yang dikeluarkan dan penerimaan yang diperoleh dari hasil produksi usaha merupakan sebuah tolok ukur penting dari keberhasilan suatu usaha. Margin antara total biaya produksi dan penerimaan suatu usaha merupakan hal penting yang harus diketahui dan dianalisa oleh pemilik usaha agar kegiatan produksi usaha dapat dijalankan secara efisien. Nilai efisiensi usaha dapat dilihat dari selisih dan perbandingan nilai output terhadap input, namun pendapatan yang dinilai besar tidak selalu dapat menggambarkan keuntungan yang juga besar. Penggunaan input tetap lebih dapat dioptimalkan pada produksi usaha skala yang besar daripada usaha skala kecil.

Metode analisa yang digunakan antara lain: 1) Titik Impas (*Break Even Point*) yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pada skala dan nilai penjualan berapa perusahaan tidak memperoleh laba juga tidak menderita kerugian. Analisis titik impas ini akan memudahkan peternak untuk mengetahui pada tingkat penjualan, tingkat skala pemeliharaan, tingkat perolehan laba dalam usaha yang dijalankan ; 2) *Return on investment* merupakan analisa yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dengan dana keseluruhan yang ditanamkan dalam modal yang digunakan untuk operasi perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, 3). *Payback period* (PP) merupakan analisa perhitungan periode jangka waktu untuk dapat mengembalikan biaya investasi suatu usaha ; 4) Rasio R/C (*Revenue Cost Ratio*) merupakan perhitungan dan perbandingan antara total penerimaan dan total biaya produksi, selain itu untuk mengukur seberapa efisien input yang digunakan.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 5 Januari 2019 sampai dengan 6 Februari 2019 di tempat penelitian yaitu Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang Provinsi Jawa Timur. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*). Lokasi

penelitian dipilih atas dasar pertimbangan yang dirujuk dari data Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Malang. Data dari Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kabupaten Malang mencatat bahwa Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang merupakan salah satu wilayah penghasil daging *broiler* terbesar ketiga dengan kepemilikan populasi sebesar 1.044.402 di Tahun 2018.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2013), metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme* dapat disebut dengan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian tersebut digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Tujuan dari metode penelitian kuantitatif adalah untuk menguji kebenaran akan hipotesis yang sebelumnya telah ditentukan dan ditetapkan.

Pengumpulan Sampel Data

Metode pengambilan data dari sampel dilakukan secara sengaja atau biasa disebut *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini merupakan peternak broiler yang menjalankan usaha secara mandiri di Kabupaten Malang. Sugiyono (2016:85) berpendapat bahwa: "*Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu." Alasan menggunakan teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan berbagai pertimbangan. Beberapa sampel yang digunakan dalam penelitian harus memenuhi syarat atau kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan dalam penelitian. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian adalah yang pertama sampel penelitian merupakan peternak usaha ayam broiler pola mandiri yang ada di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang yang mempunyai kepemilikan populasi 8000 – 13000 ekor ayam broiler, usaha sudah dijalankan lebih dari 1 tahun, dan analisa usahanya dihitung selama 3 periode. Sampel penelitian diambil di sejumlah 5 Desa di Kecamatan Karangploso, yakni Desa Bocek, Desa Tawangagro, Desa Ngenap, Desa Ngijo, dan Desa Donowarih. Alasan penentuan sampel pada 5 desa karena kelima desa tersebut merupakan jumlah populasi terbesar yaitu 318.500 ekor ayam pedaging, dengan jumlah peternak 30 peternak ayam pedaging. Jumlah sampel peternak broiler pola mandiri sebanyak 13 orang, dari 13 orang tersebut dapat diambil sampel sebanyak 5 peternak.

Analisa Data

Perhitungan analisa profitabilitas usaha peternakan dapat diketahui dengan menggunakan cara perhitungan biaya dan pendapatan. Tahapan yang dilakukan yaitu yang pertama dengan cara : 1) biaya - biaya produksi dikelompokkan menurut jenisnya, yaitu pengelompokkan biaya tetap dan biaya tidak tetap (variable), 2) melakukan analisa perhitungan pada masing-masing tahapan, 3) menghitung dan menganalisis hasil perhitungan pada beberapa tahapan dan dibandingkan dengan pustaka mengenai syarat dan ketentuan mengenai parameter keberhasilan suatu usaha.

Variabel Penelitian

Pendapatan merupakan variable yang digunakan didalam penelitian ini. Total penerimaan dan total biaya merupakan unsur yang menjadi sub variable. Berikut merupakan dasaran indikator pengukuran:

Tidak tetap (variabel)	Sub tidak tetap (variabel)	Indikator pengukuran
1) R/C RATIO	Total biaya (TC)	Biaya tetap:
2) BEP		a) Penyusutan Kandang
3) ROI		b) Penyusutan peralatan
4) PAYBACK PERIOD		Biaya tidak tetap (variabel):
		a) Biaya bibit
		b) Pakan
		c) Tenaga kerja
		d) Biaya obat dan vaksin
		e) Biaya listrik
	Total penerimaan (TR)	Penjualan ayam pedaging

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Produksi

Biaya yang dikeluarkan untuk semua proses produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dan biaya variabel adalah keseluruhan besaran biaya yang wajib dikeluarkan secara terus menerus dan bersifat fluktuatif untuk menunjang segala kegiatan selama proses produksi berjalan. Tujuan dari usaha dan proses produksi itu sendiri adalah untuk dapat mencapai keuntungan semaksimal mungkin dengan modal dan biaya produksi seminimal mungkin. Taufik, dkk (2013) menjelaskan bahwa biaya produksi merupakan segala pengeluaran yang dibutuhkan dan harus dikeluarkan oleh produsen untuk memperoleh faktor faktor produksi dan bahan penunjang lainnya yang dapat digunakan agar produk tertentu yang telah direncanakan dapat terwujud dengan baik. Biaya produksi digolongkan menjadi biaya tetap dan biaya tidak tetap.

Biaya yang harus dikeluarkan oleh usaha peternakan ayam broiler di Kecamatan Karangploso yaitu terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variable cost*). Biaya tetap yang harus dikeluarkan peternak ayam broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso terdiri dari penyusutan kandang, peralatan, (PBB) pajak bumi dan bangunan, sedangkan biaya yang dikeluarkan untuk sarana produksi ternak seperti bibit *day old chicken* (DOC), biaya pakan, vaksin, obat-obatan, LPG, listrik dan juga listrik dan sekam tergolong biaya variabel. Besarnya biaya produksi usaha peternakan broiler di Kabupaten Malang dijelaskan pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Rataan Biaya Produksi Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kabupaten Karangploso

Peternak	Populasi	2016			2017		
		Biaya Tetap	Biaya tidak tetap (variabel)	Biaya Total	Biaya Tetap	Biaya tidak tetap (variabel)	Biaya total
Pak Suyetno	8.000	7.939.999	235.933.000	243.872.999	7.989.999	245.096.000	253.085.999
Pak Supriadi	9.000	9.233.333	284.800.000	294.033.333	9.233.333	291.060.000	300.293.333
Pak Suyono	10.000	9.782.500	280.743.000	290.525.500	9.812.500	309.172.500	318.985.000
Ibu Ani	12.000	17.003.332	334.507.000	351.510.332	17.033.332	367.145.000	384.178.332
Pak Adi	13.000	11.824.000	378.725.500	390.549.500	11.874.000	390.141.000	402.015.000
Total		55.783.164	1.514.714.500	1.570.761.664	55.943.164	1.602.614.500	1.658.557.664

Tabel 1 Lanjutan. Rataan Biaya Produksi Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kabupaten Karangploso

Peternak	Populasi	2018		
		Biaya Tetap	Biaya tidak tetap (variabel)	Biaya Total
Pak Suyetno	8.000	8.096.666	259.270.000	267.366.666
Pak Supriadi	9.000	9.293.333	310.235.000	319.528.333
Pak Suyono	10.000	9.825.500	321.150.000	330.975.500
Ibu Ani	12.000	17.053.332	381.770.000	398.823.332
Pak Adi	13.000	11.924.000	412.230.000	424.154.000
Total		56.192.831	1.684.655.000	1.740.847.831

Sumber: Data Primer Diolah (2019)

Pengolahan data pada Tabel 1 menggambarkan bahwa total biaya produksi yang dikeluarkan peternak broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso secara berurutan pada tahun 2016 adalah sebesar Rp.1.570.761.664, pada tahun 2017 sebesar Rp.1.658.557.664, dan pada tahun 2018 sebesar Rp.1.740.847.831. Biaya produksi dalam kurun waktu 3 tahun yaitu 2016, 2017, dan 2018 mengalami peningkatan secara terus menerus. Peningkatan biaya produksi setiap tahunnya dapat dilihat dari biaya pembelian DOC, dan pakan. Keduanya mempunyai peningkatan secara signifikan dibandingkan dengan biaya variabel lain. Mufid dan Wawan (2016) menjelaskan bahwa setiap periode masa panen biaya yang dikeluarkan bersifat fluktuatif atau naik turun. Besaran biaya yang paling banyak dikeluarkan adalah pada biaya pakan. Biaya pakan tidak dapat bernilai konstan pada satu harga dan satu jenis pakan disetiap periode produksinya. Beberapa faktor yang menyebabkan peternak memiliki biaya pakan yang lebih besar, di karenakan keseluruhan pakan yang diberikan pada ternak merupakan pakan jadi atau komplit baik untuk fase starter maupun finisher sehingga dalam pemeliharaan ayam pedaging tidak terjadi kekurangan pakan. Harga pakan dihadapkan pada keadaan dimana besaran tingkat harga bahan baku untuk pembuatan pakan, hal tersebut

yang menyebabkan harga pakan itu sendiri cenderung fluktuatif, kapan saja bias naik dan turun (Solihin, 2009).

Penerimaan

Jumlah barang dan jasa yang mampu dibeli oleh konsumen selama jangka waktu tertentu berdasarkan selera dan pendapatan masyarakat dapat disebut dengan penerimaan. Jangka dan kurun waktu tersebut dapat satu jam, satu hari, satu tahun atau periode lainnya. Selera, harga suatu barang, besaran pendapatan konsumen, keyakinan konsumen akan barang tertentu, periklanan, dan sebagainya merupakan keadaan – keadaan yang harus dipertimbangkan (Pappas, 1995). Berikut ini merupakan hasil perhitungan penerimaan usaha peternakan broiler pola mandiri dapat digambarkan pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Penerimaan Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kecamatan Karangploso

Tahun	Peternak	Total Penerimaan
2016	Pak Suyetno	258.790.050
	Pak Supriadi	310.374.666
	Pak Suyono	310.075.200
	Pak Bu Ani	379.080.000
	Pak Adi	421.633.500
Total		1.679.953.416
2017	Pak Suyetno	270.644.800
	Pak Supriadi	319.348.260
	Pak Suyono	342.672.850
	Pak Bu Ani	417.785.760
	Pak Adi	437.848.320
Total		1.788.299.990
2018	Pak Suyetno	288.000.960
	Pak Supriadi	342.405.441
	Pak Suyono	359.371.738
	Pak Bu Ani	435.360.870
	Pak Adi	463.700.248
Total		1.888.839.257

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 2 menjelaskan bahwa rata-rata penerimaan pada tahun 2016 total penerimaan peternak broiler pola mandiri sebesar Rp.1.679.953.416, tahun 2017 sebesar Rp.1.788.299.990, tahun 2018 sebesar Rp.1.888.839.257. Hasil pengolahan data primer pada tabel 2 menunjukkan bahwa jika skala usaha kecil maka hasil produksinya sedikit serta pada tahun 2016 total penerimaan lebih rendah, hal ini dikarenakan tingkat mortalitas rata-rata mencapai 2,5% sehingga penerimaan peternak kecil. Penerimaan usaha ternak merupakan hasil yang diterima dari upaya penjualan pokok usaha ternak yang dijalankan, sedangkan modal yang digunakan untuk usaha tidak termasuk ada di dalamnya. Harga jual yang ditetapkan di pasar dikalikan dengan jumlah produksi usaha merupakan penerimaan kotor yang

diperoleh melalui usaha peternakan. (Siregar, 2009). Siregar (2003) menyatakan bahwa besarnya penjualan ayam akan bergantung pada pertambahan bobot badan dan harga perkilogram ayam. Harga ditentukan berdasarkan bobot hidup ayam. Harga tersebut terus mengalami fluktuasi seiring permintaan dan penawaran pasar. Besarnya penerimaan peternak dapat dianalisa dengan cara harga produk yang telah ditetapkan dikalikan dengan besarnya jumlah produksi usaha, dan peternak mandiri bebas memasarkan produknya.

Pendapatan

Selisih besaran total penerimaan usahatani dan total pengeluaran yang harus dikeluarkan untuk biaya produksi usaha merupakan metode untuk mengetahui besaran total pendapatan usaha. Total usaha tani yang diperoleh merupakan tolok ukur keberhasilan usahatani dengan besaran uang tunai. Terdapat pula kelebihan uang tunai usahatani yang merupakan uang tunai yang dihasilkan untuk keperluan rumahtangga. Pendapatan tunai rumah tangga merupakan kelebihan uang tunai usahatani ditambah dengan penerimaan tunai rumahtangga, dimana digunakan oleh petani untuk pembayaran-pembayaran yang tidak ada kaitannya dengan usahatani. Berikut ini merupakan hasil analisa perhitungan pendapatan usaha peternakan broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso:

Tabel 3. Pendapatan Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kecamatan Karangploso

Peternak	Keterangan	2016	2017	2018
		Rp/tahun	Rp/tahun	Rp/tahun
Pak Suetno	Keuntungan sebelum pajak	14.917.051	17.558.801	20.634.294
	Pajak pendapatan 1 %	149.170	175.588	206.342
	Keuntungan bersih (EAT)	14.767.881	17.383.213	20.427.952
Pak Supriadi	Keuntungan sebelum pajak	16.374.666	19.054.927	22.877.108
	Pajak pendapatan 2%	327.493	381.098	457.542
	Keuntungan bersih (EAT)	16.047.173	18.673.829	22.419.566
Pak Suyono	Keuntungan sebelum pajak	19.550.200	23.678.850	28.396.238
	Pajak pendapatan 2%	391.004	473.577	567.924
	Keuntungan bersih (EAT)	19.159.196	23.205.273	27.828.314
Bu Ani	Keuntungan sebelum pajak	27.569.668	33.607.428	36.537.538
	Pajak pendapatan 1%	275.696	336.074	365.375
	Keuntungan bersih (EAT)	27.293.972	33.271.354	36.172.163
Pak Adi	Keuntungan sebelum pajak	31.084.000	35.833.320	42.498.340
	Pajak pendapatan 1%	310.840	358.333	424.983
	Keuntungan bersih (EAT)	30.773.160	35.474.987	42.073.357
	Total keuntungan kotor	109.468.585	129.733.326	150.943.518
	Total keuntungan bersih	108.041.382	128.008.656	148.921.352

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil perhitungan data primer pada tabel 3 menunjukkan total keuntungan kotor yang diterima peternak mandiri pada tahun 2016 sebesar Rp.109.468.585, tahun 2017 meningkat sebesar Rp.129.733.326 dan pada tahun 2018 meningkat sebesar Rp.150.943.518. Keuntungan bersih (EAT) yang diterima peternak mandiri pada tahun 2016 mencapai Rp.108.041.382, tahun 2017 mencapai Rp.128.008.656 dan pada tahun 2018 sebesar Rp.148.921.352. Selisih antara pendapatan kotor dan total biaya yang harus dikeluarkan dalam proses

usahatani merupakan metode yang digunakan untuk dapat mengetahui pendapatan bersih dan menghitung besaran nilai yang diperoleh keluarga petani sebagai upah tenaga kerjanya sendiri. Faktor yang mempengaruhi besaran nilai yang diperoleh adalah modal, baik modal sendiri atau pinjaman. Selain itu terdapat factor bagaimana cara mengatur penggunaan faktor-faktor produksi usahatani Perbandingan penampilan dari beberapa usahatani yang dijalankan merupakan suatu parameter dimana keuntungan suatu usaha layak untuk dikembangkan (Soekartawi, 2011). Hal ini sesuai dengan pendapat Suryanto (2010) yang menjelaskan hasil dari perkalian bagian-bagian produksi dengan harga bagian-bagian produksi merupakan cara untuk mengetahui nilai besaran dari *Revenue* atau total penerimaan.

Revenue Cost Ratio (R/CRatio)

Besaran manfaat dan tambahan penerimaan yang diperoleh di setiap satu rupiah yang harus dikeluarkan setiap proses produksi berjalan disebut dengan analisa R/C ratio. Apabila nilai ratio >1 maka suatu usaha dikatakan efisien, sehinggal dapat dijelaskan nilai R/C ratio meningkat maka pengembalian yang diterima peternak dalam setiap satu rupiah secara otomatis akan meningkat pula. Jika R/C <1 maka usaha ini tidak efisien artinya petani mengalami kerugian. Hasil penerimaan yang didapatkan oleh peternak akan lebih kecil daripada total biaya yang harus dikeluarkan disetiap periode produksi (Soekartawi, 2006). Tabel 4 di bawah ini menjelaskan mengenai hasil perhitungan nilai RC rasio:

Tabel 4. *Rasio R/C* Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kecamatan Karangploso

Peternak	R/C (%) 2016	R/C(%) 2017	R/C (%) 2018	Rata-rata R/C (%)
Pak suyetno	1,06	1,06	1,07	1,06
Pak supriadi	1,05	1,06	1,07	1,06
Pak suyono	1,06	1,07	1,08	1,07
Bu ani	1,07	1,08	1,09	1,08
Pak adi	1,07	1,08	1,10	1,08
				1,07

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Tabel 4 menunjukkan nilai *R/C Ratio* sebesar 1,07%. Perhitungan tersebut menjelaskan usaha ternak ayam pedaging tersebut layak untuk dikembangkan dan dijalankan karena dinilai menguntungkan. Hasil analisa perhitungan R.C ratio yang semakin besar, semakin besar pula keuntungan yang didapatkan oleh peternak yang menjalankan usahanya. Usaha peternakan broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan, hal ini didukung oleh hasil pengolahan data pada Tabel 4 yang memiliki nilai *R/C Ratio* diatas 1. Alat untuk menganalisa imbalanced antara biaya yang dikeluarkan dengan penerimaan yang didapatkan dapat ditempuh melalui perhitungan R/C rasio. Tujuan perhitungan analisa R/C rasio adalah agar efisiensi input dan output dapat diukur penggunaannya, cara yang dapat ditempuh adalah dengan membandingkan antara total biaya produksi yang dikeluarkan dengan penerimaan yang didapatkan. Cost

dapat dihitung melalui total biaya yang telah dikeluarkan, sedangkan revenue dapat dihitung sebagai penerimaan hasil usaha (Gunus, 2008).

Break Event Point (BEP)

Perusahaan yang dinyatakan dalam kondisi di mana tidak mendapatkan pendapatan dan keuntungan, dan tidak pula menderita kerugian merupakan pengertian dari Break Event Point (BEP). Kondisi yang demikian berarti bahwa jumlah pendapatan yang diterima sama besarnya dengan jumlah total biaya yang harus dikeluarkan. Harga produk dapat ditentukan dengan cara menghitung nilai dari besaran BEP, dengan demikian nilai jual produk yang telah ditentukan tidak sampai membuat kerugian di dalam perusahaan (Kasmir, 2011). Berikut rata-rata nilai *Break Event Point* (BEP) usaha peternakan broiler pola mandiri Kecamatan Karangploso.

Tabel 5. *Break Event Point* (BEP) Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kecamatan Karangploso

Peternak	2016		2017		2018	
	BEP produksi (Kg)	BEP harga (Rp)	BEP produksi (Kg)	BEP Harga (Rp)	BEP produksi (Kg)	BEP harga (Rp)
Pak Suyetno	13.290	17.292	13.462	17.580	13.711	18.102
Pak Supriadi	15.640	17.904	15.599	18.091	16.016	18.617
Pak Suyono	16.601	16.629	16.832	17.640	16.912	18.023
Bu Ani	19.528	16.690	20.114	17.563	19.991	18.875
Pak Adi	21.110	17.135	21.613	17.278	21.695	18.225
Rata rata	86.731	17.130	87.620	17.656	88.328	18.368

Sumber : Data Primer Diolah, 2019

Hasil pengolahan data primer pada Tabel 5 menunjukkan rata-rata *Break Event Point* (BEP) usaha peternakan broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso secara berurutan dimulai pada tahun 2016, 2017, dan 2018. Nilai rata-rata *Break Event Point* (BEP) harga yang didapatkan pada tahun 2016 sebesar Rp.17.130, artinya peternak ini akan mengalami posisi di mana usaha yang berjalan tidak mendapatkan keuntungan dan tidak pula mendapatkan kerugian. Apabila menjual ayam dengan harga, dengan penjualan ayam pedaging sebanyak 86.731 kg, tahun 2017 rata-rata harga yang didapatkan peternak mandiri senilai Rp.17.656, dan hasil penjualan ayam sejumlah 87.620 kg. Rata-rata harga usaha ayam pedaging sistem mandiri pada tahun 2018 sebesar Rp.18.368 penjualan ayam sebanyak 88.328 kg. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu usaha peternakan broiler pola mandiri dinyatakan menguntungkan, hal tersebut dikuatkan dengan adanya hasil pengolahan data yang menjelaskan bahwa nilai BEP berbanding lurus dengan jumlah kilogram ayam broiler yang diproduksi.

ROI (Return on Investmen)

Dana didalam modal yang dimiliki oleh perusahaan yang dipergunakan untuk operasional usaha untuk mendapatkan keuntungan merupakan metode analisa ROI (*Return on Investmen*). Pedoman yang digunakan investor dalam

menyusun suatu keputusan untuk berinvestasi biasanya menggunakan analisis ROI. Kinerja perusahaan yang baik ditunjukkan dengan semakin tingginya nilai ROI yang dihasilkan. Meningkatnya keuntungan yang dihasilkan dapat dipergunakan untuk menutup investasi yang telah dikeluarkan. Berikut hasil analisa perhitungan nilai ROI pada usaha peternakan broiler pola mandiri Kecamatan Karangploso:

Tabel 6. ROI (*Return On Investmen*) Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kecamatan Karangploso

Peternak mandiri	ROI% (2016)	ROI% (2017)	ROI% (2018)	Rata-rata ROI(%)
Pak Suyetno	4,92	5,79	6,80	5,83
Pak Supriadi	4,33	5,04	6,05	5,14
Pak Suyono	5,04	6,10	7,32	6,15
Bu Ani	6,06	7,39	8,03	7,16
Pak Adi	6,15	7,09	8,50	7,24

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Hasil pengolahan data pada Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata ROI yang paling tinggi diperoleh oleh Bapak Adi yakni sebesar 7,24%, hal tersebut menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh peternak adalah tinggi. Rataan ROI terendah diperoleh Bapak Supriadi dengan nilai sebesar 5,14%, besaran tersebut menjelaskan bahwa keuntungan yang diperoleh peternak adalah rendah. Hasil analisa sesuai dengan pernyataan Margaretha (2009) yang menjelaskan bahwa rasio yang dipergunakan sebagai alat untuk mengukur kemampuan modal yang telah diinvestasikan berupa aktiva untuk dapat menghasilkan keuntungan bersih adalah ROI. Semakin tinggi nilai ROI, maka investasi modal yang telah dikeluarkan akan dengan cepat memberikan keuntungan dalam jangka waktu periode yang lebih cepat.

Payback Period (PP)

Analisa yang dipergunakan untuk menghitung jangka waktu pengembalian investasi suatu usaha dinamakan *Payback period* (PP). Periode waktu yang digunakan untuk mengembalikan pengeluaran modal berupa investasi pada suatu perusahaan dengan penggunaan aliran kas. Satuan hasil yang ditentukan dalam waktu tertentu pada rasio *initial cash investment* dengan *cash inflow*-nya merupakan pengertian lain dari *Payback Period* (PP) (Umar, 2009). Berikut hasil pengolahan data primer yang diolah disajikan pada Tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7. *Payback Period* Usaha Peternakan Broiler Pola Mandiri Kecamatan Karangploso

Peternak	PP 2016/tahun	PP 2017/tahun	PP 2018/tahun	Rata-rata PP/Tahun
Pak Suyetno	1,15	1,10	1,04	1,09
Pak Supriadi	1,19	1,15	1,08	1,14
Pak Suyono	1,22	1,10	1,05	1,12
Bu Ani	1,18	1,07	1,03	1,09

Pak Adi	1,18	1,14	1,07	1,13
				1,11

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan hasil pengolahan data yang tersaji dalam Tabel 7 diatas menunjukkan bahwa nilai rata-rata PP paling rendah dimiliki oleh peternak Bapak Suyetno dan Bu Ani sebesar 1,09 tahun, hal tersebut menjelaskan bahwa investasi akan dapat dikembalikan dalam jangka waktu setelah 1 tahun 1 bulan dan 2 hari. Rataan PP paling tinggi diperoleh oleh Bapak Supriyadi dengan rata-rata sebesar 1,14, hal tersebut menjelaskan bahwa investasi akan dapat dikembalikan dalam jangka waktu setelah 1 tahun 2 bulan. Nilai *Payback Period* pada usaha peternakan broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso menunjukkan bahwa usaha tersebut layak untuk di kembangkan karena mampu menghasilkan keuntungan. Sesuai dengan pendapat (Rachadian dkk, 2013) yang menyatakan bahwa kriteria pada pengukuran ini adalah jika umur ekonomis suatu usaha lebih pendek maka usaha dapat dinyatakan layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Sedangkan jika suatu perusahaan mempunyai nilai ekonomis yang panjang dari waktu pengembalian investasi yang maksimum maka perusahaan dikatakan kurang layak untuk dikembangkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan dianalisa pada usaha peternakan ayam broiler berpola mandiri di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang dapat ditarik kesimpulan. Kesimpulan yang dapat diambil yaitu rata-rata usaha peternakan ayam broiler berpola mandiri di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang layak untuk dijalankan, hal tersebut dapat dilihat dari nilai angka BEP, R/C Ratio, dan ROI meningkat dari tahun 2016, 2017, sampai dengan tahun 2018. Nilai *Payback Period* menurun dari tahun 2016, 2017, sampai dengan tahun 2018, sehingga usaha peternakan broiler pola mandiri dapat dinyatakan layak, dapat dikembangkan, dan memperoleh keuntungan.

Saran

Besarnya skala usaha dan manajemen kesehatan merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan suatu usaha peternakan ayam broiler pola mandiri di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang, karena berkaitan dengan angka mortalitas atau tingkat kematian yang secara langsung mempengaruhi tingkat keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Peternakan Provinsi Jawa Timur, 2018. *Jumlah Produksi dan Populasi Ayam Pedaging*. BPS Provinsi Jawa Timur. Surabaya.
- Gumus, G. 2008. *Economic analysis of oriental tobacco in Turkey. Bulgarian journal of agricultural science*, 14 (No 5)2008, 470-475 agricultural academy.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali. Jakarta.

- Kasmir, 2011, "Analisis Laporan Keuangan", Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Margaretha, F. 2009. *Manajemen Keuangan Bagi Industri dan Jasa*. Grasindo ; Jakarta.
- Mufid Dahlan dan Wawan Indra Setyawan. 2016. Analisa Usaha Peternakan Ayam Broiler pola kemitraan di kecamatan sumberejo kabupaten bojonegoro. Fakultas Peternakan Universitas Islam Lamongan. Lamongan.
- Munawir. 2009. *Analisa Laporan Keuangan* . Yogyakarta: Liberti.
- Pappas James L. 1995. *Ekonomi Manajerial*. Binarupa Aksara. Jakarta
- Rachadian, F, R., Agassi, E, A., Wahyudi, S. 2013. *Analisis Kelayakan Investasi Penambahan Mesin Frais Baru Pada Cv. Xyz. Journal J@TIUndip, Vol. VIII, No. 1.Sanusi, B. 2000. Pengantar Evaluasi Proyek*. FEUI. Jakarta.
- Rana, K., Rahman, M., & Sattar, M. 2012. Profitability of Small Scale Broiler Production in Some Selected Areas of Mymensingh. *Progressive Agriculture*, 23(1-2), 101-109. <https://doi.org/10.3329/pa.v23i1-2.16568>
- Siregar. 2009. *Analisa Pendapatan Peternak Sapi Potong di Kecamatan Srabat, Kabupaten Langkat. Skripsi*. Sumatera Utara: Depertemen Peternakan. Fakultas Pertanian.
- Soekartawi. 2006. *Analisis Usahatani*. Jakarta. UI Press
- Soekartawi et all. 2011. *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. Jakarta. UI Press
- Solihin, M. 2009. *Risiko Produksi dan Harga serta Pengaruhnya terhadap Pendapatan Peternakan Ayam Ayam Pedaging di CV AB Farm Kecamatan Bojonggenteng- Sukabumi*. Skripsi : Institut Pertanian Bogor.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatna, S., Wahyuni, S., Rusastra. I.W.R. (2009). *Analisis Kelembagaan Kemitraan Usaha Ternak Ayam Ras Pedaging. Studi Kasus di Propinsi Bali. Seminar Nasional Teknologi dan Peternakan*. hal:830-840.
- Suryanto, Fajar. 2009. *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Membayar Pajak. Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Yogyakarta*.
- Taufik, D. I. 2013. *Analisis Pengaruh Sikap Peternak Terhadap Pendapatan Pada Usaha Peternak Itik di Kelurahan Pesungar Lor Kota Tegal*. . Tegal: JITP 2 (3) 201-208.
- Umar Husein. 2009. *Study Kelayakan Bisnis, Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Yemima, 2014. *Analisis Usaha Peternakan Ayam Broiler Pada Peternakan Rakyat Di Desa Karya Bakti, Kecamatan Rungan, Kabupaten Gunung Mas, Provinsi Kalimantan Tengah*. Jurnal Ilmu Hewani Tropika 3 (1) : 27-32.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

FAKTOR- FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI BANARAN 9 JAMBU GEMAWANG

Ida Riana Wati Bayu Nuswantara dan Hendrik Johanes Nandapdap
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana,
Salatiga, Jawa Tengah

E-mail korespondensi: Idameroyaw@gmail.com , bnuswan@gmail.com dan
hendrik.nadapdap@uksw.edu

HP: 081347576963

Kata Kunci:
Kopi,
keputusan
pembelian,
konsumen

Abstrak

Disisi lain dengan kepedulian dari penelitian ini dapat mendorong pemilik usaha kopi sendiri untuk memproduksi kopi bubuk lebih baik dan berkualitas agar meningkatnya konsumen untuk membeli produk kopi bubuk Banaran tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis hubungan antara faktor marketing mix seperti harga, produk, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Kopi Bubuk Banaran di *cafee resto* Banaran Gemawang. Penelitian dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2018. Lokasi yang terletak di Areal Perkebunan Kopi jalan. Raya Semarang Yogyakarta Gemawang, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang. Jenis pada penelitian ini dengan menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Responden yang diteliti sebanyak 50 responden pengunjung yang berkunjung dan membeli kopi bubuk Banaran. Pengumpulan data diperoleh dengan cara wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil menunjukkan bahwa faktor harga (X_1) mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y), dan tingkat hubungan yang kuat. Faktor produk (X_2) mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y), serta tingkat hubungan kuat. Faktor lokasi (X_4) mempunyai hubungan yang positif dan signifikan dengan keputusan pembelian (Y), serta tingkat hubungan kuat. Faktor promosi (X_3) tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan keputusan pembelian (Y).

THE FACTORS THAT RELATED TO THE DECISION OF PURCHASING COFFEE IN BANARAN 9 JAMBU GEMAWANG

Abstrak

Keywords:

Coffee, buying decision, consumer

On the other hand, with concern from this research, it can encourage coffee business owners themselves to produce better and quality ground coffee to increase consumers to buy the Banaran coffee powder products. This study aims to analyze the relationship between marketing mix factors such as price, product, promotion, and location to the decision to purchase Kopi Bubuk Banaran in cafe restaurant Banaran Gemawang. This research was carried out in July-August 2018. The location located in the area of the Coffee Plantation road. Raya Semarang Yogyakarta Gemawang, Jambu District, Semarang Regency. The type of research conducted is descriptive quantitative research. The sampling technique uses accidental sampling. Respondents in this study were 50 respondents who visited and bought Banaran powder coffee. Data collection is obtained by means of interviews, questionnaires, documentation and literature. The results show that the price factor (X1) has a positive and significant relationship with the purchasing decision (Y), and a strong level of relationship. Product factor (X2) has a positive and significant relationship with purchasing decisions (Y), as well as a strong level of relationship. Location factor (X4) has a positive and significant relationship with purchasing decisions (Y), as well as a strong relationship level. Promotion factor (X3) does not have a significant relationship with purchasing decisions (Y).

How to Cite (APA 6th Style):

Wati, I. R., Nuswantara, B., & Nandapdap, H. J. (2020). Faktor- Faktor Yang Berhubungan Dengan Keputusan Pembelian Kopi Di Banaran 9 Jambu Gemawang. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 55–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p05>

PENDAHULUAN

Adapun fenomena yang terjadi sekarang yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu, banyak orang yang membutuhkan kopi, dan peningkatan tren permintaan kopi sehingga berdampak besar bagi pengusaha untuk meningkatkan usaha dibidang ini, di sisi lain kopi juga ada manfaatnya lain seperti pembuatan masker. Selain itu juga bahan baku yang akan diproduksi dekat dengan pabrik pengolahan kopi tersebut. Adapun produk Kopi selain produk utama yaitu produk Kopi Bubuk terdapat juga produk lain seperti kopi instan dan jenis minuman pendukung lainnya. peningkatan taraf hidup serta pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia mendorong terjadinya pergeseran pola hidup masyarakat dalam mengkonsumsi kopi khususnya pada kaum muda. Pada generasi muda umumnya lebih dominan menyukai minum kopi instant, kopi *three in one*

maupun minuman berbasis *espresso* yang disajikan di *cafe*. Sedangkan kopi pada kopi bubu masih merupakan konsumsi utama masyarakat di pedesaan dan golongan tua. (Kurniawan, 2017).

Kopi merupakan jenis minuman yang banyak diketahui dari sejak dahulu. Kopi merupakan salah satu minuman pokok bagi para orang tua kita, kopi juga kini menjadi salah satu minuman favorit kaum anak muda sekarang. Terlihat trennya kopi pada zaman sekarang juga semakin meningkat di Indonesia. Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar ke-empat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia. Beberapa kopi yang dikenal diantaranya yaitu kopi Mandailing, kopi Lampung, kopi Kintamani dan kopi Jawa.

Berdasarkan hasil proyeksi konsumsi kopi yang dilakukan oleh Kementerian Pertanian, diperkirakan kisaran perkembangan konsumsi kopi *domestic* pada tahun 2015-2019 akan terus mengalami peningkatan seiring dengan terus bertambahnya jumlah penduduk yang terdapat di Indonesia setiap tahunnya hingga, pada tahun 2019 diperkirakan permintaan kopi mencapai 434.922 (Kementerian Pertanian, 2015). Banaran IX Jambu Gemawang khususnya di brand merupakan produk kopi yang keluran oleh PT. Perkebunan Nusantara IX, produk yang keluaran PT. Perkebunan Nusantara IX yang begitu belum terlalu dikenal oleh masyarakat secara menyeluruh, produk ini sementara hanya terdapat di dua tempat yaitu Kampoeng kopi Banaran terletak di lokasi Jalan Raya Semarang Solo Km 35 Bawen, dan Banaran Jambu 9 Gemawang yang terletak di jalan lintas Jogja Semarang Km 49 Desa Bedono Kecamatan Jambu. Produk kopi yang dihasilkan dari PT. Perkebunan 2 Nusantara IX ini memang belum begitu dikenal oleh masyarakat secara luas. Perkebunan Nusantara IX. Produk Banaran kopi memiliki aroma yang harum serta kekentalan kopinya khas membuat setiap penikmat kopi akan tertarik untuk mencobanya, produk banaran kopi memiliki kualitas yang berbeda dari kopi-kopi lokal lainnya. Produk Banaran kopi dapat menyegarkan badan setiap orang yang meminumnya setelah merasa kecapean dalam menempuh perjalanan dengan menggunakan kendaraan.

Keputusan pembelian ialah merupakan suatu keputusan sebagai suatu pilihan atau tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif (Sumarwan, 2011). Pengambilan keputusan pembelian, terlihat banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian, contohnya adalah produk, harga, promosi, lokasi, kualitas layanan, merek, distribusi, citra rasa dll.

Harga merupakan salah satu bentuk barang untuk sekedar mendapatkan tujuan oleh pihak yaitu penjual dan pembeli. Penjual beranggapan bahwa barang sebagai nilai keuntungan yang bermanfaat di atas sebarang biaya produksi dan lainnya contohnya seperti pendapatan yang meningkat. (Peter & Jerry, 2010) mengatakan harga merupakan suatu yang sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk kebutuhan dalam menggunakan suatu produk tersebut.

Untuk faktor produk adalah persepsi oleh pembeli yang menilai terhadap suatu kualitas produk, yang bisa dianggap terpengaruh oleh suatu bentuk harga produk. Terdapat beberapa pembeli yang berpendapat, seperti jika tingginya suatu harga produk maka tinggi juga kualitas produk tersebut. (Kotler & Armstrong, 2001)

Kemudian untuk faktor promosi yang menentukan suatu variabel yang rumit dalam suatu pembentukan pemasaran. Contohnya adalah dalam praktek dilapangan tentu kita harus mencari tau kombinasi yang terbaik dalam menggunakan variable tersebut. Dapat dilihat dari berbagai macam factor-faktor yang dapat mempengaruhi yang menentukan kombinasi yang terbaik suatu promosi. (Lupiyoadi, 2013). Tujuan utama dari kegiatan pengenalan produk (promosi) ialah merupakan untuk menunjukkan informasi, yang harus menarik seperti memberi pertunjukan yang dapat mempengaruhi penjualan meningkat (Lupiyoadi & Hamdani, 2006).

Dan untuk terakhir yaitu faktor lokasi merupakan suatu kunci utama kesuksesan dalam mencapai lokasi, yaitu dapat melihat tempat peluang pasar serta sekumpulan. Pontensi keputusan sangat bergantung pada pertumbuhan ekonomi, persaingan, politik, dan sebagainya.(Kotler, 2008)

Banaran *Caffee* merupakan salah satu produk kopi yang dikeluran oleh PTPN IX, dari produk kopi keluran PTPN IX secara luas belum begitu dikenal oleh masyarakat, dan untuk sementara produk kopi Banaran hanya terdapat di Kampoeng kopi Banaran dan Di Banaran IX Jambu.

Kopi bubuk Banaran merupakan produk yang diproduksi oleh UPH (Unit Produk Hilir). Penelitian mengenai kopi bubuk Banaran pada penelitian ini sebelumnya belum pernah dilakukan oleh peneliti lainya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan factor X_1 Harga, X_2 Produk, X_3 Promosi, X_4 lokasi keputusan pembelian terhadap kopi bubuk Banaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan dari bulan Juli s/d Agustus 2018 di *caffee* Banaran yang terletak di Areal Perkebunan Kopi jalan. Raya Semarang Yogyakarta Gemawang, Kec. Jambu, Kab. Semarang. Tempat ini dipilh secara *purposive* (sengaja), karena tempat ini merupakan pusat pembuatan kopi bubuk Banaran (pabrik) dan pusat penjualan kopi bubuk Banaran.

Metode dalam penelitian ini yang dilakukan untuk pengambilan sampel adalah yaitu dengan menggunakan metode Accidental Sampling yang merupakan salah satu cara teknik pengambilan sampel dimana pengambilan sampel yaitu berdasarkan secara kebetulan bertemu langsung, yang mana secara sengaja siapa saja yang bertemu dapat digunakan sebagai sampel peneliti, (Sugiyono, 2001). Teknik untuk pengambilan sampel yang dilakukan tidak langsung ditentukan terlebih dahulu, responden yang akan diteliti seperti peranian untuk diwawancarai.(Margono,2004) Peneliti langsung yang dimaksud adalah dengan data yang dikumpulkan dari sampling yang ditemui.(Sugiyono, 2012) Adapun responden dalam penelitian ini adalah dari secara sengaja pengunjung yang berkunjung di Banaran IX Kabupaten Semarang sebanyak 50 orang yang kebetulan bertemu dan melakukan pembelian kopi bubuk Banaran di pabrik dan *caffee* Banaran yang terletak di Areal Perkebunan Kopi jalan. Raya Semarang Yogyakarta Gemawang, Kec. Jambu, Kab. Semarang.

Untuk penelitian ini adapun jenis data yang digunakan ialah data sekunder dan data primer dimana data primer yang meliputi dilakukan dengan menggunakan secara wawancara , pemberian kuesioner dan dokumentasi atau pertanyaan kepada

responden sedangkan data sekunder instansi yang diperoleh dalam lembaga yang berkaitan dengan penelitian, literatur, pada buku atau internet.

Gambaran pelaksanaan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif Kuantitatif. Faktor-faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran dianalisis dengan Korelasi *Rank spearman* menggunakan spss 16. Korelasi merupakan teknik statistik merupakan salah satu yang dipergunakan peneliti dalam melakukan hubungan dalam pencarian dua variabel yang bersifat metode deskriptif kuantitatif dan metode deskriptif kualitatif (Anitawidanti, 2010).

Uji t (Uji parsial)

Menurut (Ghozali, 2001) pada Uji T terdapat intinya dapat ditunjukkan berapa jauhnya suatu variable Independen berpengaruh secara individual yang terlihat variasi variable independen. Adapun model hiotesis penelitian sebagai berikut:

Ho = dari masing-masing variabel dependen (X_1, X_2, X_3, X_4) tidak terdapat hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

H₁= Di terima dengan arti variabel independen (Harga, Produk, Promosi, Lokasi) terdapat hubungan terhadap keputusan pembelian (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini mengenai harga, Produk, promosi dan Lokasi terhadap keputusan pembelian kopi Banaran. adapun tujuan dari penelitian ialah menganalisis hubungan variabel seperti harga, produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian Kopi Banaran Banaran 9 Jambu Gemawang.

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel *Accidental sampling* sebanyak 50 responden meliputi pengunjung yang berkunjung dan melakukan pembelian kopi bubuk Banaran di pabrik dan *caffee* Banaran yang terletak di Areal Perkebunan Kopi jalan. Raya Semarang Yogyakarta Gemawang, Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang.

Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini adapun responden yang diteliti yaitu adalah pengunjung berkisaran berusia paling rendah beusia 15 tahun dan yang tinggi berusia 58 tahun yang mana pengunjung yang mengkonsumsi/membeli kopi bubuk Banaran. Adapun karakteristik sampel yaitu: umur, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan.

Tabel 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.

No	Jenis kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Perempuan	13	26
2	Laki-Laki	37	74
	Total	50	100

Sumber: Data Primer, 2018.

Pada table 2 diatas terdapat jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 responden dengan presentase sebesar 74%. Adapun pengambilan sampel dalam penelitian ini

tidak ditentukan jumlah laki-laki harus unggul dari perempuan melainkan bahwa jika dilihat dari jumlah diatas terdapat responden laki-laki yang banyak berdasarkan hasil penelitian yang terdapat dilapangan terbukti pengunjung laki-laki lebih sering berkunjung di Banaran IX khususnya di *Caffe* Banaran.

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	15-20	2	4
2	21-26	5	10
3	27-33	14	28
4	34-39	20	40
5	50-55	6	12
6	65-63	3	6
Total		50	100

Sumber Data Primer, 2018

Pada tabel 3 diatas batas umur yang ditetapkan yang diambil menjadi sampel yaitu responden yang berusia mulai dari 15 tahun merupakan responden yang berkunjung di Banaran IX *caffe* Banaran yang melakukan pembelian kopi bubuk Banaran. Dapat dilihat pada tabel diatas umur yang paling banyak melakukan pembelian kopi bubuk Banaran ialah responden pada umur 34-39 tahun dengan presentase 40%.

Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	SMP	3	6
2	SLTA	19	38
3	D3	4	8
4	S1	20	40
5	S2	4	8
Total		50	100

Sumber: Data Primer, 2018.

Pada tabel 4 diatas dapat dilihat paling banyak responden yang membeli kopi bubuk Banaran adalah responden yang mengambil sarjana (S1) dengan presentase 40%.

Hasil Analisis Hubungan Harga (X_1) Produk (X_2), Promosi (X_3) dan Lokasi (X_4) Dengan Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Banaran (Y).

Hubungan factor Harga, Produk, promosi dan Lokasi terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran di Banaran IX Gemawang, PTPN IX Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang dapat diketahui melalui uji Korelasi *Rank Spearman*. Hasil analisis Korelasi *Rank Spearman* terhadap masing-masing variabel Harga (X_1), Produk (X_2), Promosi (X_3) dan Lokasi (X_4) dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran (Y) disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hubungan Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Banaran

No	Variabel	r_s Korelasi	α Signifikan	t hitung	t tabel	Keterangan	Tingkatan Hubungan
1	Harga (X_1)	0,620**	0,000	5,47	2,69	Signifikan	kuat
2	Produk (X_2)	0,623**	0,000	5,51	2,69	Signifikan	kuat
3	Promosi (X_3)	0,166	0,204	1,16	2,69	Tidak Signifikan	Sangat rendah
4	Lokasi (X_4)	0,609**	0,000	5,31	2,69	Signifikan	kuat

Sumber Analisis Data Primer, 2018

Keterangan: r_s : Koefisien Korelasi α : Probabilitas

** : Signifikan pada taraf Kepercayaan 99%

Jika dilihat pada tabel diatas hasil dari analisis Korelasi *Rank Spearman* menunjukkan pada hubungan faktor harga, (X_1), produk (X_2), Lokasi (X_4) yang masing-masing variabel memiliki hubungan signifikan dengan nilai dibawah 0,005 sedangkan variabel Promosi (X_3) yang menunjukan nilai signifikan 0, 204 yang arti lebih dari 0,005 tidak berhubungan signifikan.

Hubungan Faktor Harga (X_1) Dengan Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Banaran (Y)

Dari tabel 5, diatas berdasarkan hasil analisis diketahui pada variabel harga (X_1), menunjukkan bahwa faktor harga memiliki hubungan yang positif serta tingkat hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, dengan tingkat kepercayaan 99%. Variabel harga (X_1) memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,005. Dimana nilai dari koefisien korelasinya dari antara variabel harga (X_1) dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran yang bernilai sebesar 0,620 dengan tanda positif dan nilai signifikansinya 0,000. Pada hal itu juga dapat dilihat dari uji t yang mana pada hasil uji t tersebut yaitu $t_{hitung} 5,47 > 2,69$ yang menunjukkan bahwa dalam variable faktor harga berkorelasi signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, artinya walaupun harga kopi di *caffè* Banaran mahal ataupun tidak mahal terdapat hubungannya dengan keputusan konsumen terhadap pembelian kopi bubuk Banaran karena, jika dilihat dari hasil di lapangan konsumen juga mempertimbangkan soal harga kopi yang ditentukan oleh pihak perusahaan khususnya di *caffè* Banaran semakin rendah harga jual, maka tinggi juga keputusan konsumen dalam membeli, dan sebaliknya jika harga jual tinggi konsumen merasa tidak mampu membeli sehingga peluang keputusan konsumen untuk membeli rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (H Ursula,2013), yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan harga terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Kota Pontianak.

Dapat dikatakan bahwa fakfor harga merupakan penentu konsumen untuk mengambil keputusan dalam kopi bubuk Banaran tersebut. Hal tersebut sesuai

dengan pernyataan (Fandy, 2008), Bagi konsumen harga merupakan yang memainkan peranan yang penting bahwa konsumen mayoritas agak sensitive terhadap harga, factor lain selain itu juga terhadap harga. Persepsi terhadap kualitas produk sering dipengaruhi oleh factor harga. Dari khusus yang ada mahalnya harga mencerminkan yang dianggap kualitas tinggi.

Hubungan Faktor Produk (X_2) Dengan Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Banaran (Y)

Dari hasil analisis pada tabel 5, dapat diketahui bahwa variabel produk (X_2), menunjukkan bahwa faktor produk memiliki hubungan yang positif serta tingkat hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, dengan tingkat kepercayaan 99%. Variabel produk (X_2) memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,005. Dimana nilai dari koefisien Korelasinya dari antara variabel Produk (X_2) dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran yang bernilai angka sebesar 0,623 dengan tanda positif dan signifikannya 0,000. Hal itu juga dapat dilihat dari uji t yang mana pada hasil uji t tersebut yaitu $t_{hitung} 5,51 > 2,69$ menunjukkan variabel X_2 (produk) berkorelasi signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, artinya semakin banyak produk ditingkatkan maka semakin besar pula keputusan pembelian dan sebaliknya terhadap produk kopi Banaran. Jika dilihat dari konsumen serta pengunjung di *caffè* Banaran terdapat banyak produk olahan kopi bubuk Banaran dengan berbagai variasi merek dan rasa merupakan factor yang salah satu yang kuat bagi pembeli untuk melakukan pembelian kopi bubuk Banaran tersebut. Dipertimbangkan oleh banyaknya varian produk merek kopi serta cita rasa khas kopi yang tersedia serta yang dijual di *Caffè* maupun pabrik olahan langsung. Adapun produk yang sering dibeli konsumen yaitu dengan merek Kopi Banaran Premium, salah satu faktor pendorong konsumen untuk membeli produk kopi Banaran tersebut dinilai dari produk yang merupakan cukup dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat kabupaten Semarang serta pengunjung yang berpergian jauh sekedar singah untuk menghilangkan penat serta beristirahat yang telah menempuh perjalanan jauh, sekedar singah untuk miinum kopi yang sebelumnya belum pernah mengkosumsi produk kopi Banaran setelah minum pengunjung membeli banyak produk kopi bubuk untuk dibawa pulang yang mana pengunjung yang jauh dari luar kota. Dari penelitian diatas penelitian sama dengan penelitian yang (Astuti, 2015) bahwa menyatakan ada hubungan yang positif dan signifikan produk terhadap keputusan pembelian Pembelian.(Assauri, 2012), yang mengemukakan bawa pada hakikatnya seorang pembeli tidak hanya ingin membeli suatu produk yang pembeli inginkan tetapi pembeli hanya sekedar ingin mendapatkan suatu prodak tersebut. Terdapat juga kemungkinan konsumen yang melaukuan pembelian baran dan jasa jika terlihat dari suatu barang dan jasa tersebut dapatlah dipergunakan suatu alat yang memuaskan untuk kebutuhan yang mereka inginkan.

Hubungan Faktor Promosi (X_3) Dengan Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Banaran (Y)

Berdasarkan dari tabel 5, diatas terlihat nilai koefisien Korelasi variabel (X_3) Produk, dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran sebesar 0,166 dengan tanda positif tetapi tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 99%. Hal tersebut

menunjukkan bahwa faktor promosi memiliki hubungan positif serta tingkat hubungan sangat rendah dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, dimana koefisien variabel promosi berada pada interval 0,00- 0,19 sesuai dengan interpretasi kuatnya hubungan korelasi menurut (Sugiyono, 2014). Hal itu juga dapat dilihat pada hasil uji t yaitu nilai $t_{hitung} 1,16 < 2,69 t_{tabel}$ yang menunjukkan bahwa variabel Promosi berkorelasi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya faktor atau variabel promosi yang dilakukan perusahaan salah satu cara dalam berkomunikasi terhadap konsumen. Jadi pengusaha tersebut dalam hal ini perlu diketahui bagaimana cara untuk memahami melakukan untuk menarik konsumen untuk membeli kopi bubuk Banaran dengan cara memperhatikan dan melakukan kegiatan promosi dengan baik. Dilihat dari cara promosi oleh pihak perusahaan melakukan promosi yaitu hanya melalui web serta pengisian kuesioner terhadap setiap pengunjung yang datang berkunjung, sehingga konsumen diluar yang tidak mengetahui lokasi serta produk yang dipasarkan oleh pihak perusahaan tanpa adanya promosi yang luas tidak akan melakukan pembelian serta berkunjung. Karena dari pihak promosi oleh perusahaan tidak melakukan kegiatan promosi yang rutin serta panjang dikarenakan oleh pihak perusahaan konsumen melakukan pembelian oleh konsumen kebanyakan oleh konsumen yang sekedar singgah istirahat setelah perjalanan panjang dari luar kota. Dari penelitian diatas penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan (Syahrial & Yusroni, 2015), yang hasilnya bahwa variabel X_3 (produk) tidak memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan konsumen untuk pembelian, yang artinya semakin rendah nilai yang berpersepsi konsumen terhadap suatu kegiatan promosi, maka semakin lemah dorongan konsumen untuk melakukan keputusan untuk melakukan barang dan jasa.

Penelitian diatas juga sama dengan pendapat (Fandy, 2008) yang terdapat hasil bahwa betapapun berkualitas tinggipun produk tersebut maka jika konsumen tidak mengetahui dan meyakini suatu produk tersebut bagi mereka akan berguna meskipun mereka tidak melakukan pembelian dalam mengambil keputusan.

Hubungan Faktor Lokasi (X_4) Dengan Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Banaran (Y)

Dari hasil analisis pada tabel 5, diketahui hasil variabel (X_4), menunjukkan bahwa faktor lokasi memiliki hubungan yang positif serta tingkat hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, dengan tingkat kepercayaan 99%. Variabel lokasi (X_4) memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0,005. Koefisien variabel lokasi berada pada interval 0,60-0,79 sesuai dengan interpretasi kuatnya hubungan korelasi menurut Sugiyono (2014). Dimana nilai Koefisien Korelasinya dari antara variabel Lokasi (X_4), dengan keputusan pembelian kopi bubuk Banaran bernilai angka sebesar 0,609 dengan tanda positif dan nilai signifikannya 0,000. Perihal ini juga dapat dilihat dari uji t yang mana pada hasil uji t tersebut yaitu $t_{hitung} 3,71 > 2,69$ menyatakan pada variabel X_4 (lokasi) berkorelasi signifikan terhadap keputusan suatu memilih pembelian terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran, artinya semakin terjangkau lokasi maka semakin besar pula keputusan pembelian kopi bubuk dan sebaliknya. Pada penelitian yang sesuai yang dilakukan (Astuti, 2015). Yang memiliki hasil bahwa variabel X_4 (Lokasi) yang mempunyai hubungan positif dengan keputusan

pembelian. Penelitian tersebut juga sama yang terdapat oleh swasta dan (Swastha & Hani, 2000) yang mana hasil dari penelitian yang dilakukan bahwa factor X_4 (Lokasi) yang startegis dan baik juga menjamin kesediaan akses dengan cepat, dan konsumen sebagian besar cukup kuat untuk merubah pola dan berbelanja mereka dan pengambilan keputusan untuk membeli.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Harga X_1 memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran (Y), serta mempunyai keeratan hubungan yang kuat dan nilai Korelasi sebesar 0,620.
2. Produk (X_2) mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran (Y), serta mempunyai keeratan hubungan yang kuat dan nilai Korelasi sebesar 0,623.
3. Promosi (X_3) tidak mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran (Y), tetapi masih mempunyai keeratan hubungan yang sangat rendah dan nilai Korelasi 0,166.
4. Lokasi (X_4) mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi bubuk Banaran (Y), serta mempunyai keeratan hubungan yang kuat dan nilai Korelasi sebesar 0,609.

Saran

Dari hasil peneltiian, analisis dan kesimpulan, berikut beberapa saran yang bisa disampaikan kepada perusahaan PTPN BANARAN IX yaitu

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui harga, produk, dan lokasi mempunyai hubungan yang kuat dalam mengambil keputusan untuk membeli, untuk promosi yang kuat terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi mempunyai hubungan yang sangat rendah. Pada penjualan produk kopi bubuk Banaran dalam strategi pemasaran seperti promosi perusahaan harus meningkatkan promosi yang lebih rutin kepada konsumen dengan lakukan promosi yang lebih menarik hingga ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
2. Untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya disarankan juga mengembangkan penelitian yang sama tetapi disarankan dapat lebih menggunakan variabel-variabel serta factor lainnya yang dapat mendukung penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anitawidanti, H. (2010). *Analisis Hubungan Antara Stres Kerja Dengan Kepuasan Kerja Karyawan Berdasarkan Gender*. Semarang.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.

- Astuti, Y. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Produk Teh Walini. In *Hubungan Komunikasi Pemasaran Dengan Keputusan Pembelian Produk Teh Walini*. Bogor: 2015.
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang.
- H Ursula. (n.d.). . *Analisis pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Teh Botol Sosro Di Kota Pontianak*.
- kementrian pertanian. (2015). *statistik perkebunan indonesia*.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta.
- Kurniawan, A. (2017). *Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi*.
- Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. Jakarta.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta.
- Peter, P. J., & Jerry, O. C. (2010). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. 2012.
- Sugiyono. (2001). *Perilaku Pembelian Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung.
- Sumarwan, U. (2011). *Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*.
- Swastha, D. B., & Hani, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Syahrial, & Yusroni, A. (2015). *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap UD*. Surakarta.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

ANALISIS PERMINTAAN CABAI RAWIT MERAH (*Capsicum frutescens*) DI KABUPATEN SEMARANG

Lea Miftahuddin, Titik Ekowati dan Bambang Mulyatno Setiawan

Program Studi S1 Agribisnis, Departemen Pertanian,

Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro

Email : leamiftahuddin@gmail.com

HP : 085851873698

Kata Kunci:
cabai rawit merah,
elastisitas permintaan,
faktor permintaan

Abstrak

Cabai rawit merah merupakan bahan masakan yang mempunyai permintaan yang tinggi di tingkat konsumen rumah tangga. Permintaan cabai rawit merah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor – faktor permintaan cabai rawit merah antara lain harga cabai rawit merah, harga cabai merah keriting, pendapatan konsumen rumah tangga, jumlah anggota keluarga konsumen dan selera konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah dan untuk menganalisis elastisitas permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Metode yang digunakan adalah metode survei dan pemilihan sampel ditentukan dengan metode *quota sampling* dengan memilih sebanyak 90 responden dari 3 kecamatan di Kabupaten Semarang dengan produksi cabai rawit paling tinggi, sedang dan paling rendah. Pengambilan responden menggunakan metode *snowball*. Data dianalisis dengan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel – variabel bebas secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Secara parsial pendapatan konsumen, jumlah anggota keluarga dan selera konsumen berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Sedangkan harga cabai rawit merah dan harga cabai merah keriting tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Elastisitas harga cabai rawit merah bersifat inelastis 0,135 sehingga termasuk kategori barang normal. Elastisitas pendapatan sebesar 0,317. Cabai merah keriting merupakan barang pengganti cabai rawit merah dengan elastisitas 0,122.

DEMAND ANALISYS FOR RED CAYENNE PEPPER IN SEMARANG REGENCY**Abstrak**

Keywords: red cayenne pepper, elasticity of demand, demand factors

Red cayenne papper is a food ingredient that has a high demand at the level of household consumers. Demand for red cayenne is influenced by several factors. Factors demand for red cayenne papper were red cayenne papper prices, curly red chili prices, household consumer income, number of family members and consumer tastes. The research aimed to analyze the determinant factors of red cayenne papper demand and to analyze elasticity of demand of red cayenne pepper in Semarang Regency. The research location determined by purposive. Survey method was used with Quota sampling to select 90 respondents from 3 District in Semarang Regency with the criteria of highest, medium and low red cayenne pepper production. Respondents taken by snowball method. Data were analyzed using multiple linear regression. Regression analyzed showed that independent variabels simultaneously significant on dependent variabel. Partially the income of consumers, the number of family members and consumer tastes significantly influence the demand for red cayenne pepper. While the price of red cayenne pepper and curly red chili did not significantly affect the demand for red cayenne pepper. Red cayenne pepper elasticity was elastic 0.135 and categorized as normal goods. The income elasticity was 0.317. Curly red chili was substitutes red cayenne pepper with elasticity 0.122.

How to Cite (APA 6th Style):

Miftahuddin, L., Ekowati, T., & Setiawan, B. M. (2020). Analisis Permintaan Cabai Rawit Merah (*Capsicum Frutescens*) di Kabupaten Semarang. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 66–75.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p06>

PENDAHULUAN

Cabai termasuk jenis tanaman hortikultura yang banyak dibudidayakan di Indonesia dengan tingkat permintaan tinggi. Harga jual cabai relatif tinggi dan mempunyai manfaat yang banyak. Cabai mengandung *capcaicin* dan *lasparaginase* yang dapat mencegah penyakit kanker. Cabai juga mengandung vitamin A, vitamin C dan kalsium (Prajnata, 2001). Cabai dimanfaatkan untuk bumbu masakan, industri makanan dan peternakan (Setiadi, 2008). Cabai merupakan kebutuhan masyarakat sehari-hari, sehingga volume ketersediaan cabai dipasaran sangat banyak.

Kota atau kabupaten dengan penduduk satu juta jiwa atau lebih mempunyai kebutuhan cabai sekitar 800.000 ton/tahun atau 66.000 ton/bulan. Musim hajian dan hari besar biasanya kebutuhan cabai meningkat 10 - 20% dari. Bertambahnya luas panen mengakibatkan produksi cabai rawit cenderung mengalami peningkatan sejak tahun 1998-2017, akan tetapi persediaan cabai rawit cenderung fluktuatif

karena waktu puncak panen yang tidak teratur setiap tahunnya (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2018). Fluktuasi produksi cabai disebabkan oleh musim tanam dan faktor lingkungan. Fluktuasi ini yang menyebabkan harga jual cabai dipasaran tidak stabil dan menjadikan cabai sebagai tiga besar komoditas yang menyebabkan terjadinya inflasi di Indonesia.

Produksi cabai rawit merah di Kabupaten Semarang sebanyak 95,23 ton. Kabupaten Semarang berada di nomor 5 sebagai kabupaten dengan produksi cabai rawit di Provinsi Jawa Tengah setelah Kabupaten Banjarnegara, Kabupaten Boyolali, Kabupaten Brebes dan Kabupaten Rembang. Kebutuhan konsumsi cabai rawit di Kabupaten Semarang pada tahun 2017 sebesar 1,59 kg/kap/th (Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang, 2018)

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh Astami (2018) diperoleh hasil bahwa harga cabai rawit merah, harga bawang putih, pendapatan rumah tangga dan jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah di Kota Surakarta sedangkan harga bawang merah dan harga cabai keriting tidak berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Elastisitas harga adalah sebesar -0,150 atau < 1 bersifat inelastis, elastisitas silang bawang putih adalah sebesar -0,050 bersifat komplementer dan elastisitas pendapatan bernilai -0,139 berarti cabai rawit merah termasuk barang inferior.

Penelitian oleh Yanti (2019) menunjukkan hasil bahwa variabel jumlah anggota keluarga mempengaruhi permintaan cabai rawit di Kota Denpasar Provinsi Bali sedangkan variabel harga barang itu sendiri, harga barang lain dan pendapatan rumah tangga konsumen tidak berpengaruh. Elastisitas harga bernilai 0 berarti inelastis sempurna. Elastisitas silang bernilai 0 dan elastisitas pendapatan bernilai 0 berarti cabai rawit bersifat inelastis terhadap pendapatan.

Penelitian Palar (2016) diperoleh hasil bahwa variabel harga cabai rawit, harga barang lain dan selera masyarakat berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit di Kota Manado. Nilai elastisitas harga cabai rawit di Kota Manado sebesar 0,032 atau < 1 yang berarti inelastis.

Produksi cabai rawit di Kabupaten Semarang yang menjadi produk tanaman pangan yang banyak digunakan sebagai bahan utama masakan. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang. Penelitian ini dibutuhkan untuk memprediksi kebutuhan konsumsi cabai rawit oleh para pengambil kebijakan dan dampak terhadap perubahan harga, harga barang lain, jumlah anggota keluarga serta pendapatan keluarga konsumen terhadap permintaan cabai rawit merah.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor harga cabai rawit merah, harga cabai merah keriting, pendapatan keluarga konsumen, jumlah anggota keluarga konsumen serta selera konsumen terhadap permintaan cabai rawit merah dan menganalisis elastisitas permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian telah dilakukan pada bulan Agustus sampai Oktober 2019 di Kabupaten Semarang. Metode penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive atau sengaja. Metode penelitian yang dipakai yaitu metode survei atau mengambil beberapa sampel dari suatu populasi. Metode pengambilan sampel ditentukan dengan metode *quota sampling* yaitu memilih sebanyak 90 responden

dari 3 kecamatan di Kabupaten Semarang dengan produksi cabai rawit paling banyak, produksi sedang dan produksi paling sedikit. Metode *snowball* digunakan untuk mengambil responden.

Data penelitian yang telah dilakukan adalah data primer dan data sekunder. Hasil wawancara dan pengamatan secara langsung terhadap responden merupakan data primer. Data sekunder diperoleh Badan Pusat Statistika dan berbagai literatur yang relevan terhadap penelitian ini seperti jurnal dan buku. Analisis regresi digunakan untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan. Persamaan regresi digambarkan yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5D + e$$

Keterangan :

- Y = Jumlah permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang (Kg/bulan)
 a = Konstanta
 b = Koefisien regresi
 X1 = Variabel harga cabai rawit merah (Rp/kg)
 X2 = Variabel harga cabai merah keriting (Rp/kg)
 X3 = Variabel pendapatan (Rp/bln)
 X4 = Variabel jumlah anggota keluarga (jiwa)
 D = *Dummy* atau selera (Suka = 1 atau kurang suka = 0)
 e = error

Uji Anova atau uji F bertujuan menganalisis variabel independen secara bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu permintaan cabai rawit (Santoso, 2009). Diajukan hipotesis yaitu :

- a. $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$, variabel independen secara serempak bukan sebagai penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_n \neq 0$, variabel independen secara serempak sebagai penjelas dari variabel dependen.

Pengambilan keputusan didasarkan jika :

- a. Nilai Sig. $\leq 0,05$, H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti variabel bebas secara serempak merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.
- b. Nilai Sig. $> 0,05$, H_0 diterima dan H_1 ditolak, variabel independen secara bersama sama bukan sebagai penjelas dari variabel dependen.

Uji t dilakukan uji kebenaran atau kepalsuan variabel independen secara individu dari variabel terikat (Ghozali, 2011). Diajukan hipotesis yaitu :

- a. $H_0 : b_1 = 0, b_2 = 0, \dots, b_n = 0$, variabel independen tidak memiliki pengaruh relevan dengan variabel dependen.
- b. $H_1 : b_1 \neq 0, b_2 \neq 0, \dots, b_n \neq 0$, variabel independen berpengaruh relevan dengan variabel dependen.

Pengambilan keputusan didasarkan jika :

- Nilai Sig. $\leq 0,05$, H_0 ditolak dan H_1 diterima berarti setiap variabel independen memiliki pengaruh parsial dengan variabel dependen.
- Nilai Sig. $> 0,05$, H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya setiap variabel independen tidak memiliki pengaruh parsial dengan variabel dependen.

Uji koefisien determinasi untuk menjelaskan variasi variabel independen terhadap variabel dependen untuk menilai skala ragam variabel dependen yang digambarkan dari variabel independen. Nilai koefisien determinasi bisa dinilai dari nilai R-Square atau Adjusted R-Square. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol sampai satu (Sinambela, *et al.*, 2014). Variabel independen menjelaskan hampir seluruh keterangan yang dipakai memprediksi variabel dependen apabila nilai R^2 mendekati 1 (Cahmayati dan Hadi, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden adalah ibu rumah tangga dan dibatasi hanya pada orang dewasa yang sudah mempunyai pendapatan atau mengetahui pendapatan keluarga. Berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa sebesar 33,33% responden berusia 51-60 tahun. Pendidikan terakhir responden sebanyak 44,44% adalah SMA. Sebanyak 60% responden bekerja sebagai ibu rumah tangga. Responden memilih membeli cabai rawit merah 1 – 10 kali sebanyak 43,33% dan sebesar 54,44% memilih membeli di sayur keliling dengan rata-rata permintaan sebanyak 0,81 kg/bulan. hal ini dikarenakan pertimbangan jarak dari rumah dan tidak semua responden pergi ke pasar tradisional. Diketahui bahwa sebanyak 55,56% responden berpendapatan $> \text{Rp } 2.000.000 - \text{Rp } 3.000.000$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis dengan persamaan yang sudah dimodelkan sehingga persamaan yang diperoleh :

$$Y = -3,163 + 1,387E-6X_1 + 1,396E-6X_2 + 9,566E-8X_3 + 0,167X_4 + 0,889X_5$$

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil nilai sig. F sebesar 0,00. Nilai sig. F lebih kecil dari derajat signifikansi yaitu 5% atau 0,05, kemudian bisa ditarik kesimpulan H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat diartikan adanya dampak relevan antara X_1, X_2, X_3, X_4 dan X_5 terhadap permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang. Hal ini sesuai dengan pendapat Zaenuddin (2015) uji F dilakukan guna mengetahui seluruh variabel independen apakah memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Sesuai pendapat Kuncoro (2009) bahwa jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel, variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien	T hitung	Sig.
1	Konstanta	-3,163	-3,327	,001
2	Harga Cabai Rawit Merah	1,387E-6	1,148	,254
3	Harga Cabai Merah Keriting	1,396E-6	,135	,893

4	Pendapatan Konsumen	9,566E-8	2,910	,005
5	Jumlah Anggota Keluarga	,167	5,504	,000
6	Selera Konsumen	,889	9,617	,000
F hitung = 46,332				
Sig. = 0,000				
Adjusted R Square = 0,718				

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2019.

Uji t menunjukkan variabel harga cabai rawit merah (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi 1,387E-6 bernilai positif. Setiap kenaikan 1 satuan harga maka dapat meningkatkan permintaan cabai rawit merah sebesar 1,387E-6. Harga cabai rawit merah menunjukkan tidak berpengaruh dengan permintaan cabai rawit merah karena kenaikan harga cabai rawit merah tidak mengurangi permintaan konsumen terhadap cabai rawit merah. Menurut Astami (2018) bahwa cabai rawit merah sudah menjadi kebutuhan konsumsi sebagai bahan masakan bagi konsumen yang menyukai masakan dengan cita rasa pedas sehingga harga tidak mempengaruhi permintaan konsumen terhadap cabai rawit merah.

Variabel harga cabai merah keriting (X2) tidak memiliki pengaruh dengan permintaan cabi rawit merah dan mempunyai koefisien regresi sebesar 1,396E-6 bernilai positif. Setiap kenaikan 1 satuan harga cabai merah keriting maka akan menurunkan permintaan terhadap cabai rawit merah sebesar 1,396E-6. Harga cabai merah keriting tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah karena konsumen membeli cabai merah keriting dalam jumlah yang sedikit dan terdapat konsumen yang tidak membeli cabai merah keriting sehingga harga cabai merah keriting tidak mempengaruhi permintaan cabai rawit merah. Konsumen membeli dalam jumlah sedikit dan ada yang tidak membeli cabai merah keriting karena rasanya kurang pedas. Menurut Astami (2018) bahwa alasan konsumen tidak membeli cabai merah keriting dikarenakan cabai merah keriting memiliki rasa yang kurang pedas.

Variabel pendapatan konsumen (X3) memiliki pengaruh akan permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi sebesar 9,566E-8 bernilai positif. Hal ini mempunyai arti bahwa setiap kenaikan 1 satuan pendapatan konsumen maka akan meningkatkan permintaan cabai rawit merah sebesar 9,566E-8. Pendapatan konsumen berpengaruh terhadap permintaan karena semakin tinggi pendapatan maka kuantitas permintaan cabai rawit akan meningkat. Menurut Rosalina *et al.* (2017) menyatakan bahwa pendapatan tinggi dapat meningkatkan pembelian cabai rawit merah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga.

Variabel jumlah anggota keluarga (X4) memiliki pengaruh akan permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi sebesar .167. Nilai koefisien regresi adalah positif yang artinya setiap kenaikan 1 satuan jumlah anggota keluarga konsumen dapat meningkatkan permintaan cabai rawit merah sebesar .167. Jumlah anggota keluarga konsumen berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah karena semakin banyak jumlah anggota keluarga maka semakin banyak jumlah permintaancabai rawit merah oleh konsumen. hal ini dikarenakan permintaan cabai rawit merah oleh konsumen bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dari anggota keluarga konsumen. Menurut Astami (2018)

menyatakan bahwa anggota keluarga konsumen yang banyak dapat meningkatkan permintaan cabai rawit merah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga.

Variabel selera konsumen (X5) memiliki pengaruh atas permintaan cabai rawit merah dan memiliki koefisien regresi sebesar .889. koefisien regresi bernilai positif, artinya setiap kenaikan 1 satuan selera konsumen maka akan meningkatkan permintaan konsumen terhadap cabai rawit merah sebesar .889. Setiap konsumen memiliki selera masing – masing dalam hal makanan sehingga selera konsumen berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Menurut (Boediono, 2000) jika terjadi perubahan selera konsumen terhadap barang maka dapat mengakibatkan perubahan permintaan akan barang tersebut walaupun harga barang tersebut tidak mengalami perubahan. Diperkuat pendapat Rahardja dan Manurung (2008) bahwa selera dapat berubah dari waktu ke waktu akan tetapi perubahan tersebut relatif stabil dalam jangka waktu pendek.

Uji koefisien determinansi R^2 mengungkap hasil nilai Adjusted R Square adalah 0,718 yang artinya 71,8% ragam atau perubahan permintaan cabai rawit merah dapat digambarkan dari semua variabel independen yang ditaksir memiliki pengaruh. Sebesar 28,2% sisanya, variabel dependen diterangkan dari variabel selain variabel yang telah ditentukan dan diteliti. Menurut Cahmayati dan Hadi (2009) bahwa variabel independen memberi hampir semua keterangan guna memperkirakan variabel dependen jika nilai Adjusted R Square yang mendekati satu

Tabel 2. Elastisitas Permintaan

No	Variabel	Nilai Elastisitas
1	Harga cabai rawit merah (X_1)	1,354
2	Harga cabai merah keriting (X_2)	0,122
3	Pendapatan Konsumen (X_3)	0,317

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2019

Nilai elastisitas menggambarkan besar perubahan jumlah komoditas yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga. Perhitungan elastisitas permintaan disajikan dalam Tabel 2.

Besarnya nilai elastisitas harga cabai rawit merah adalah 0,135. Nilai bertanda positif menerangkan variabel harga cabai rawit merah berpengaruh searah dengan permintaan cabai rawit merah. Apabila harga cabai rawit merah naik 1%, permintaan cabai rawit merah juga meningkat sebesar 0,135%. Permintaan cabai rawit merah bersifat inelastis karena bernilai 0,135. Menurut (Sukirno, 2008) bahwa permintaan dikatakan elastis jika nilai elastis > 1 , inelastis jika nilai elastis < 1 , unitary elastis jika nilai elastis = 1, inelastis sempurna $e = 0$ dan elastis sempurna $e = \infty$. Menurut Rosalina *et al.* (2017) bahwa elastisitas harga cabai rawit adalah kurang dari 1 maka bersifat inelastis. Diperkuat oleh Dewi (2009) elastisitas harga mempunyai sifat inelastis dikarenakan nilai elastisitasnya kurang dari 1 yang berarti persentase perubahan jumlah yang diminta lebih kecil dari perubahan harga. Menurut Shofiatun (2017) bahwa jika barang bersifat inelastis maka persentase perubahan jumlah barang yang diminta lebih kecil daripada perubahan harga.

Besarnya elastisitas silang harga cabai merah keriting adalah 0,122; artinya apabila harga cabai merah keriting naik 1% maka permintaan cabai rawit merah naik sebesar 0,122%. Elastisitas silang mempunyai sifat inelastis dan nilai positif

menerangkan cabai merah keriting adalah bahan pengganti dari cabai rawit merah. Sesuai pendapat Salvatore (2011) bahwa apabila nilai elastisitas silang bernilai positif maka barang X dan Y merupakan barang substitusi sedangkan apabila nilai elastisitas silang bernilai negatif maka barang X dan Y adalah barang komplementer. Sesuai pendapat Rosalina *et al.* (2017) bahwa jika elastisitas silang bernilai negatif maka barang tersebut bersifat komplementer. Menurut Dewi (2009) menyatakan bahwa tanda positif nilai elastisitas menunjukkan hubungan barang substitusi sedangkan tanda negatif nilai elastisitas menunjukkan hubungan barang komplementer.

Besarnya nilai elastisitas pendapatan adalah 0,317; artinya apabila pendapatan naik sebesar 1% maka permintaan cabai rawit merah akan bertambah sebanyak 0,317%. Elastisitas pendapatan bersifat inelastis ($E_i < 1$) dan nilainya positif yang menerangkan bahwa cabai rawit merah merupakan barang normal. Menurut Firdaus (2009) bahwa apabila nilai elastisitas pendapatan kurang dari 0 maka termasuk barang inferior, elastisitas pendapatan bernilai lebih dari satu termasuk barang mewah dan jika elastisitas pendapatan bernilai lebih dari 0 kurang dari 1 maka termasuk barang normal. Menurut Dewi (2009) bahwa barang tersebut termasuk barang normal atau inelastis jika angka elastisitas pendapatan yang lebih kecil dari satu dan bertanda positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan:

1. Harga cabai rawit merah, harga cabai merah keriting, pendapatan keluarga rumah tangga, jumlah anggota konsumen dan selera konsumen secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang. Secara parsial, pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga konsumen dan selera konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan cabai rawit merah, sedangkan harga cabai rawit merah dan harga cabai merah keriting tidak berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan cabai rawit merah.
2. Elastisitas harga cabai rawit merah bersifat inelastis dengan nilai kurang dari satu. Elastisitas silang harga cabai merah keriting bersifat inelastis dan bernilai positif yang menunjukkan cabai rawit merah termasuk barang normal dan menunjukkan bahwa cabai merah keriting merupakan barang substitusi dari cabai rawit merah. Sedangkan elastisitas pendapatan bersifat inelastis yang menunjukkan bahwa cabai rawit merah termasuk barang normal.

Saran

Setelah melaksanakan penelitian ini, maka saran yang dapat saya sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai faktor – faktor yang berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Diperlukannya analisis prediksi kebutuhan dan ketersediaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang supaya harga cabai rawit merah tidak melambung tinggi pada hari – hari besar.

2. Bagi peneliti selanjutnya dengan kajian yang sama diharapkan supaya menambah variabel – variabel yang diduga berpengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah.

DAFTAR PUSTAKA

- Astami, M. T. 2018. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Merah Oleh Konsumen Rumah Tangga Di Kota Surakarta. 6, 51–61.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Semarang. 2018. Kabupaten Semarang dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistika, Semarang.
- Boediono. 2000. Ekonomi Mikro. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Cahmayati, D. dan T. Hadi. 2009. Efektivitas Metode Regresi Robust Penduga Welsch dalam Mengatasi Pencilan pada Pemodelan Regresi Linier Berganda. Universitas Sriwijaya.
- Dewi, R. T. 2009. Analisis Permintaan Cabai Merah di Kota Surakarta. Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Firdaus, A. 2009. Akuntansi Biaya, Edisi 2. Salemba 4, Jakarta.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kuncoro, M. 2009. Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Erlangga, Jakarta.
- Palar, N. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di Kota Manado. J. Agri-Sosioekonomi, 12, 105–120.
- Prajnata, F. 2001. Agribisnis Cabai Hibrida. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2018. Outlook Cabai. Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian, Jakarta
- Rahardja, P. dan M. Manurung. 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) Edisi Ketiga. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Rosalina, O. H., A. Q. Pudjiastuti dan F. Mutiara. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit di Desa Girimoyo Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. Skripsi Universitas Tribhuwana Tunggaladewi.
- Salvatore, D. 2011. Teori Ekonomi Mikro. Erlangga, Jakarta.
- Santoso, S. 2009. Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Setiadi. 2008. Bertanam Cabai. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Shofiatun. 2017. Analisis Permintaan Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum*) di Kota Semarang. J. Mediagro. 13 : 79-91.

- Sinambela, S. D., S. Ariswoyo. dan H. R. Sitepu. 2014. Menentukan Koefisien Determinasi Antara Estimasi M dengan Tipe Welsch Dengan Least Trimmed Square dalam Data yang Mempunyai Pencicilan. *J. Saintia Matematika*, 2, 225–235.
- Sukirno, S. 2008. *Makro Ekonomi, Teori Pengantar*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Yanti, N. M. S. M. 2019. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen terhadap Cabai Rawit di Kota Denpasar Provinsi Bali. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 8, 165–174.
- Zaenuddin. 2015. *Isu, Problematika, Dinamika Perekonomian dan Kebijakan Publik*. Deepublish, Jakarta.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

IDENTIFIKASI KARAKTER PERMUKIMAN DI TIGA WILAYAH PEMBANGUNAN KABUPATEN BADUNG

Anak Agung Keswari Krisnandika, Lury Sevita Yusiana, I Made Agus Dharmadiatmika dan
Mar'ie Abda U'Zal

Prodi Arsitektur Pertamanan, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Denpasar, Bali

Email korespondensi: agung_keswari@unud.ac.id

Telepon/HP: 085741319750

Kata Kunci:
perkembangan
kawasan, sosial
ekonomi, *land
cover*

Abstrak

Kabupaten Badung merupakan salah satu daerah di Provinsi Bali yang sedang berkembang dengan pesat disebabkan oleh aktivitas manusia. Perkembangan ini dapat terlihat dari karakter permukiman di daerah tersebut. Kabupaten Badung terbagi menjadi 3 wilayah pengembangan yaitu Badung Utara (Kecamatan Petang dan Abiansemal), Badung Tengah (Kecamatan Mengwi) dan Badung Selatan (Kecamatan Kuta Selatan, Kuta dan Kuta Utara). Hasil survei pada faktor biofisik seperti vegetasi, penggunaan lahan, bentuk lahan dan faktor sosial ekonomi menunjukkan bahwa ada beberapa karakteristik unik yang berbeda antara ketiga wilayah pembangunan di Kabupaten Badung ini. Secara umum, permukiman di Badung Utara terdiri dari perumahan yang tersusun linear di sepanjang jalan utama tetapi antar rumah cenderung dipisahkan oleh area perkebunan. Permukiman di Badung Tengah juga tersusun linier sepanjang jalan namun dengan akses kecil ke bagian belakang rumah (sawah) sementara, permukiman di sepanjang jalan utama di Badung Selatan adalah ruko diselingi oleh gang-gang kecil yang merupakan rumah-rumah penduduk.

IDENTIFICATION OF SETTLEMENT CHARACTERISTICS IN THE THREE DEVELOPMENT AREAS OF BADUNG REGENCY

Keywords:
region
development,

Abstrak

Badung Regency is a rapidly development area in Bali Province that caused by highly human activities. This development can be seen from the character of settlements

socio economic,
land cover

in the are. Badung regency is divided into 3 development areas namely North Badung (sub-District Petang and Abiansemal), Middle Badung (sub-District Mengwi) and South Badung (sub-District Kuta Selatan, Kuta and Kuta Utara). The survey results on biophysical factors such as vegetation, land use, landforms and human factors i.e. land boundaries, patterns, infrastructure, and regional policy show that there are some different unique characteristics between these 3 development areas in Badung Regency. In general, landscapes of settlement in the North Badung are composed of linear housing along the main road but between houses tend to be separated by plantation area. Landscapes of settlement in the Middle Badung, consist of clustered housing along the road, with small access to the back of the house (rice fields) while, houses along the main road in the South Badung are shophouses and the residents' houses are clustered linear along small alley.

How to Cite (APA 6th Style):

Krisnandika, A. A. K., Yusiana, L. S., Dharmadiatmika, I. M. A., & U'Zal, M. A. (2020). Identifikasi Karakter Permukiman di Tiga Wilayah Pembangunan Kabupaten Badung. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 76–87.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p07>

PENDAHULUAN

Karakter suatu kawasan (lanskap) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti perkembangan sosial ekonomi, budaya, populasi, kebijakan dan biofisik (Black, Morgan, dan Hessburg 2003; Antrop 2004; Xie et al. 2006; Du et al. 2014). Faktor biofisik yang dimaksud dapat berupa geologi dan tanah, *landform*, hidrologi, pemanfaatan dan tutupan lahan serta elemen *softscape* nya (vegetasi dan satwa) sementara manusia mempengaruhi karakter lanskap dari bangunan dan permukiman yang tercipta, fitur bersejarah, *boundaries* dan pola lahan, infrastruktur, area rekreasi serta visual yang tercipta sebagai hasil interaksi manusia dan alamnya (CLCA 2003).

Manusia menjadi faktor utama yang dapat dengan cepat menyebabkan perubahan karakter lanskap. Peningkatan jumlah manusia pada suatu lanskap sejalan dengan peningkatan/perubahan pemanfaatan lanskap dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia tersebut. Kebutuhan manusia akan tempat tinggal menyebabkan konversi lahan menjadi permukiman menempati proporsi tertinggi di pusat kota Chitagong (Sarwar, Billa, dan Paul 2016). Tingginya kebutuhan lahan permukiman disertai perkembangan teknologi dan ekonomi menyebabkan manusia mampu memodifikasi kawasan-kawasan yang semula dianggap kurang sesuai untuk permukiman. Elmhagen et al. (2015) menjelaskan bahwa perubahan penggunaan lahan menyebabkan perubahan karakteristik pada vegetasi, tanah dan proses yang terkait, yang mempengaruhi keanekaragaman hayati dan dapat meningkatkan potensi resiko. Wu, Jenerette, dan David (2003) menemukan bahwa urbanisasi telah membuat lanskap wilayah metropolitan Phoenix secara struktural lebih terfragmentasi dan kompleks. Aspek biofisik lanskap

seperti kemiringan lereng merupakan salah satu faktor yang dijadikan kriteria dalam pembangunan kawasan permukiman. Pembangunan permukiman diharapkan tidak dilakukan pada daerah dengan kemiringan lebih dari 25% karena rawan terjadi bencana dan dapat menurunkan kualitas lingkungan.

Kabupaten Badung merupakan daerah yang memiliki kepadatan penduduk terbesar kedua di Bali dan diproyeksikan akan terus meningkat hingga mencapai 683.2 ribu jiwa pada 2020 (BPS 2018). Pariwisata menyebabkan perkembangan ekonomi yang pesat diiringi dengan urbanisasi yang tinggi terjadi di kabupaten ini. Wilayah Kabupaten Badung yang tersebar pada berbagai tingkat kemiringan lereng (0 - >40%) menyebabkan besarnya kemungkinan terjadi konversi lahan untuk permukiman pada lahan yang memiliki kemiringan lebih dari 25%. Untuk mendapatkan peta pola perkembangan kawasan permukiman pada lahan di berbagai tingkat kemiringan lereng, pada penelitian ini digunakan data penginderaan jauh yang kemudian diolah menggunakan sistem informasi geografis (SIG). Selain alih fungsi lahan, faktor sosial ekonomi dan geografis (kemiringan lereng, morfologi tanah dan lainnya) juga dilaporkan dapat menyebabkan adanya perbedaan karakter pada lanskap permukiman (Odeh et al. 2017; Peng dan Hsieh 2015; Putri 2013; Hudayya 2010; Marwasta dan Priyono 2007). Berdasarkan wilayah pembangunannya, Kabupaten Badung terbagi menjadi 3 yaitu Utara (Kecamatan Petang dan Abiansemal), Tengah (Kecamatan Mengwi) dan Selatan (Kecamatan Kuta Selatan, Kuta dan Kuta Utara) dengan sektor unggulan yang berbeda-beda (Pemkab Badung 2018). Perbedaan kondisi geografis serta sosial ekonomi di masing-masing wilayah mungkin akan berdampak pada perubahan karakter permukiman di Kabupaten Badung. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan peta pola sebaran permukiman di Kabupaten Badung berdasarkan lima kelas kemiringan lereng, serta menganalisis karakter lanskap permukiman sesuai kategori kemiringan lereng.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2018 di Kabupaten Badung. Metode analisis spasial secara penginderaan jauh dan pengolahan data SIG digunakan dalam penelitian ini. Analisis ini akan digunakan untuk mengintegrasikan data peta citra dengan data sekunder. Hasil analisis spasial kemudian diuji melalui metode survei ke lokasi yang ditentukan untuk mengambil data-data berikut (Tabel 1.)

Tabel 1. Data survei

No.	Jenis Data	Parameter	Bentuk	Sumber
1.	Tapak	Topografi, <i>landmark</i> , <i>boundaries</i> dan pola lahan, area rekreasi serta visual.	data primer	Survei dan dokumentasi
2.	Elemen buatan	Bangunan, perkerasan, fitur bersejarah, infrastruktur.	data primer	Survei dan dokumentasi

3.	Tata Lahan	guna lahan, tutupan lahan	Fungsi lahan, pola lahan, tutupan lahan	data primer	Survei dan dokumentasi
4.	Sosial Ekonomi	pekerjaan, pendidikan, budaya masyarakat	Jumlah penduduk, umur, gaya hidup,	data sekunder	literatur

Metode deskriptif lalu digunakan untuk menggabungkan seluruh data hasil penelitian yang diperoleh untuk mendapatkan karakter lanskap permukiman di kabupaten Badung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Kabupaten Badung terbagi atas 6 kecamatan yaitu Kuta Selatan, Kuta, Kuta Utara, Mengwi, Abiansemal dan Petang (Gambar 1.) dengan total luas wilayah 418.52 km² dan kepadatan penduduk 1,5/km² (BPS, 2017). Kecamatan Kuta merupakan daerah dengan kepadatan penduduk per km² tertinggi yaitu 5,87 sementara Petang memiliki kepadatan penduduk terendah yaitu 0,23/km². Objek wisata alam terutama pantai mendominasi di Kecamatan Kuta Selatan diikuti oleh Kuta dan Kuta Utara, sementara Kecamatan Abiansemal, Mengwi dan Petang masih didominasi oleh lahan pertanian (Tabel 2.).

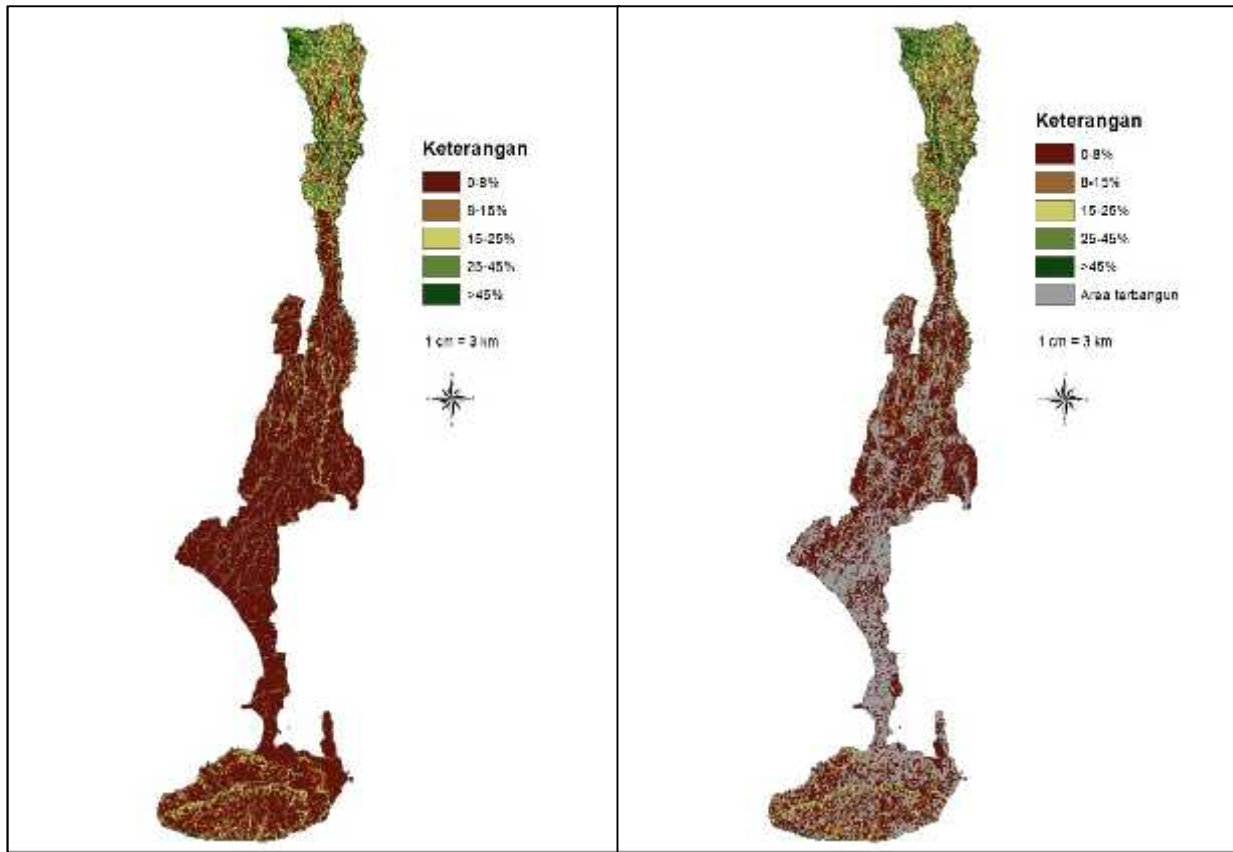
Tabel 2. Pemanfaatan lahan pada masing-masing kecamatan di Kabupaten Badung

Kecamatan	Kepadatan per km ²	Lahan bukan pertanian (%)	Obyek wisata
Kuta Selatan	1,51	65	15
Kuta	5,87	89	5
Kuta Utara	3,76	54	3
Mengwi	1,59	18	5
Abiansemal	1,32	14	3
Petang	0,23	12	5

Sumber: BPS, 2017

Analisis spasial

Peta kontur Kabupaten Badung didapatkan dengan memanfaatkan peta *Shuttle Radar Topography Mission* (SRTM). Selanjutnya dilakukan ekstraksi *masking area* dan penyesuaian koordinat Peta SRTM agar sesuai dengan keadaan wilayah yang sebenarnya. Ekstraksi *slope* dilakukan kemudian untuk menghasilkan peta kemiringan lereng. Peta kemiringan lereng tersebut diklasifikasikan berdasarkan lima kelas kemiringan lereng yaitu datar (0-8%), landai (8-15%), agak curam (15-25%), curam (25-45%), dan sangat curam ($\geq 45\%$). Peta kemiringan lereng (Gambar 2a.) kemudian ditumpangtindihkan dengan peta sebaran wilayah terbangun di Kabupaten Badung didapatkan melalui pengklasifikasian lahan dengan metode *supervised classification* pada Citra Landsat Kabupaten Badung, sehingga dihasilkan sebaran wilayah terbangun di berbagai tingkat kemiringan (Gambar 2b.).

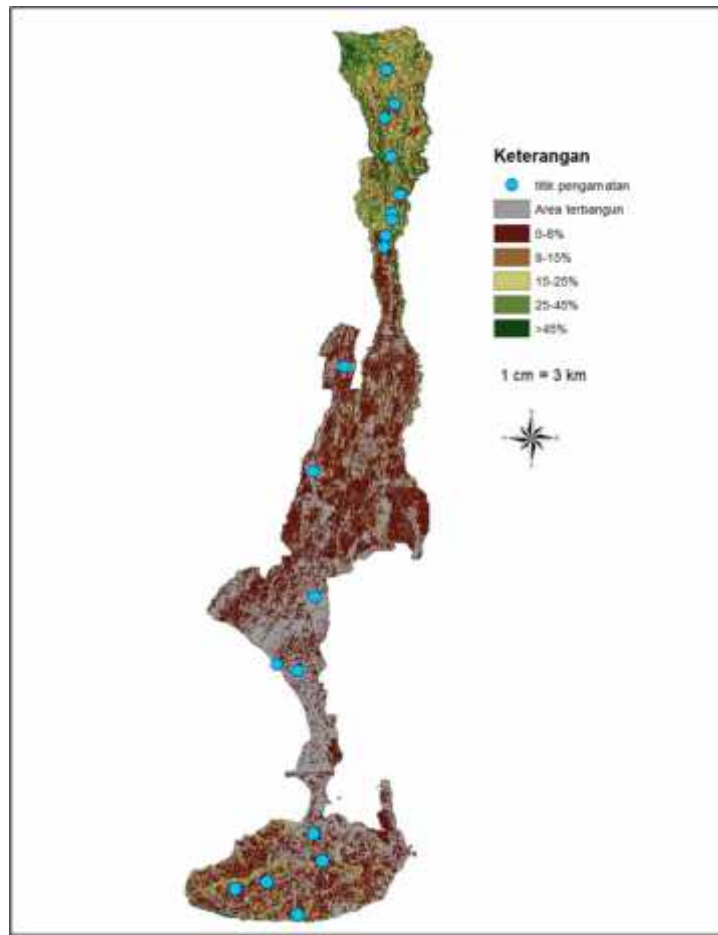


Gambar 1. Kabupaten Badung; a. sebaran kemiringan lereng; b. area terbangun di berbagai tingkat kemiringan.

Kecamatan Petang yang berada di wilayah paling utara dari kabupaten Badung memiliki wilayah dengan kemiringan di atas 45% (sangat curam) terbanyak di kabupaten Badung. Kecamatan lainnya di Kabupaten ini cenderung didominasi oleh kawasan landai (kemiringan 0-8%). Hasil ini juga menunjukkan hampir seluruh wilayah landai sudah didominasi oleh area terbangun terutama Kecamatan Kuta. Hal ini sesuai dengan data dari BPS (2017) yang menyatakan Kecamatan Kuta merupakan kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk tertinggi di Kabupaten Badung.

Survei

Suvei yang dilakukan pada 19 titik di Kabupaten Badung (Gambar 2) menunjukkan secara umum terdapat tiga karakter wilayah di Kabupaten Badung berdasarkan topografinya yaitu daerah dataran (Badung Tengah), pegunungan (Badung Utara) dan perbukitan (Badung Selatan).



Gambar 2. Lokasi survei

Adapun karakter permukiman dari masing-masing wilayah tersebut, sebagai berikut:

Kemiringan 1 (0-8%)

Permukiman di daerah Badung Utara memiliki kepadatan yang rendah, umumnya hanya terdiri atas satu baris perumahan yang linier mengikuti jalan utama (Gambar 3a.). Model bangunannya masih tradisional dan cenderung homogen, pekarangan sudah mulai ditata walaupun sederhana. Ladang sebagai sumber penghasilan warga berada di samping rumah (3d.). Permukiman masih dilatarbelakangi oleh pepohonan hijau, bangunan belum tinggi serta karakter pegunungan masih terasa. Permukiman di daerah Badung Tengah memiliki kepadatan yang cukup tinggi, tersusun linier mengikuti jalan disertai akses-akses jalan masuk untuk memfasilitasi permukiman pada baris-baris di dalamnya (Gambar 3b.). Model bangunannya sudah campuran antara tradisional dan semi modern, pekarangan sudah mulai ditata dengan memperhatikan fungsi estetik (Gambar 3e), bangunan belum tinggi, suasana perkotaan mulai terasa. Permukiman di daerah Badung Selatan memiliki kepadatan yang tinggi, tersusun linier mengikuti jalan disertai akses-akses jalan masuk yang sangat kecil untuk memfasilitasi permukiman pada baris-baris di dalamnya (Gambar 3c.). Terdiri atas ruko di sepanjang jalan, perumahan warga di barisan belakang dari ruko serta vila-vila

kecil. Model bangunannya sudah modern, perkarangan yang luas dan hijau di sepanjang ruas jalan sedikit ditemukan (Gambar 3f).



Gambar 3. Permukiman dan hijauan di sepanjang jalan Badung Utara (a,d); Tengah (b,e); Selatan (c,f).

Kemiringan 2 (8-15%)

Kepadatan permukiman masih rendah, permukiman dibangun mengikuti kontur, umumnya hanya terdiri atas satu baris perumahan yang linier mengikuti jalan (Gambar 4a.). Model bangunannya masih tradisional dan cenderung homogen. Pekarangan sudah mulai ditata walaupun sederhana. Ladang sebagai sumber penghasilan warga berada di belakang rumah (Gambar 4e.), sudah ada ruko walaupun masih sangat jarang. Permukiman masih dilatarbelakangi oleh pepohonan hijau. Bangunan belum tinggi, karakter pegunungan terasa. Badung tengah dan Selatan pada kemiringan ini memiliki permukiman yang dibangun secara terencana, pekarangan sudah tertata rapi, model bangunannya modern (Gambar 4b, 4c, 4d, 4f). Rumah tersusun secara berkelompok. Mata pencaharian penduduk sudah bervariasi. Social ekonomi menentukan bentuk rumah dan luasnya. Akses jalan sudah direncanakan.



Gambar 4. Permukiman dan hijauan di sepanjang jalan Badung Utara (a,d);
Tengah (b,e); Selatan (c,f).

Kemiringan 3 (15-25%)

Kepadatan permukiman cukup rendah, permukiman dibangun mengikuti kontur, daerah-daerah yang miring ditanami tanaman sela seperti kopi, umumnya hanya terdiri atas 1 baris perumahan yang linier mengikuti jalan (Gambar 5 a,d). Model bangunannya masih tradisional dan cenderung homogen. Pekarangan sudah mulai ditata walaupun sederhana. Ladang sebagai sumber penghasilan warga berada di samping rumah, sudah ada ruko walaupun masih sangat jarang. Permukiman masih dilatarbelakangi oleh pepohonan hijau. Bangunan belum tinggi, karakter pegunungan terasa. Ada akses masuk yang miring untuk manusia, maupun kendaraan bermotor di depan rumah. Permukiman di Badung Tengah tergolong padat, dengan rumah tipe minimalis, pekarangan hampir tidak ada, sehingga tanaman ditanam di telajakan rumah (Gambar 5b,e). Permukiman di Badung Selatan (Gambar 5c,f) pada kemiringan ini cukup sedikit, permukiman dibangun mengikuti kontur, daerah-daerah yang cukup curam dibiarkan berupa semak-semak liar. Model bangunannya semi modern hingga modern. Pekarangan sudah tertata. Permukiman masih dilatarbelakangi oleh semak sehingga karakter perbukitan kuat terasa. Akses masuk dapat privat maupun umum.



Gambar 5. Permukiman dan hijauan di sepanjang jalan Badung Utara (a,d); Tengah (b,e); Selatan (c,f).

Kemiringan 4 (25-45%)

Kepadatan permukiman di Badung Utara tergolong rendah, permukiman dibangun mengikuti kontur, daerah-daerah yang miring ditanami tanaman sela seperti kopi, umumnya hanya terdiri atas 1 baris perumahan yang linier mengikuti jalan (Gambar 6a.). Model bangunannya masih tradisional dan cenderung homogen. Pekarangan sudah mulai ditata walaupun sederhana. Ladang sebagai sumber penghasilan warga berada di samping rumah. Permukiman masih dilatarbelakangi oleh pepohonan hijau. Bangunan belum tinggi, suasana pegunungan terasa. Badung tengah belum terdapat permukiman di kemiringan ini. Sementara Badung Selatan, permukiman terdiri atas rumah, hotel maupun vila yang terpisah cukup jauh antar bangunan satu dengan yang lainnya. Permukiman dibangun mengikuti kontur, daerah-daerah yang cukup curam dibiarkan berupa semak-semak liar (Gambar 6b.). Model bangunannya cenderung modern. Pekarangan sudah tertata. Permukiman masih dilatarbelakangi oleh semak sehingga suasana perbukitan kuat terasa. Akses masuk dapat privat maupun umum.



Gambar 6. Permukiman dan hijauan di sepanjang jalan Badung Utara (a); dan Selatan (b).

Kemiringan 5 (>45%)

Pada penelitian ini, belum ditemukan permukiman pada kemiringan 5 di Badung Utara maupun tengah, area terbangun pada Badung Utara berupa Pura maupun area terbangun yang tidak memiliki akses umum untuk dilalui kendaraan (Gambar 7a.). Area terbangun berada di tengah hijauan dan cukup sulit dijangkau. Permukiman di kemiringan sangat curam pada Badung Selatan didominasi oleh hotel maupun villa eksklusif (Gambar 7b.). Bangunan dan penataan sudah sangat terencana. Akses mudah namun tertuju khusus untuk ke bangunan tersebut.



Gambar 7. Permukiman di sepanjang jalan Badung Utara (a); dan Selatan (b).

KESIMPULAN

Kecamatan yang didominasi oleh lereng 1 dan 2 seperti Kuta Utara dan Kuta telah mengembangkan area sekitar 98%. Kuta Selatan memiliki area permukiman hingga lereng 4 dan area lainnya yang dikembangkan seperti hotel dan villa hingga lereng 5. Petang, didominasi oleh daerah dengan lereng 3-5 memiliki area yang dikembangkan sekitar 20% di mana area permukiman berada di lereng 1-4. Perbedaan karakter permukiman antar wilayah pembangunan terutama disebabkan oleh perbedaan sosial ekonomi masyarakatnya.

SARAN

Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai peran dan motivasi penduduk dalam membangun rumah, serta menata permukimannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada LPPM Unud yang telah membiayai sepenuhnya penelitian ini melalui DIPA PNBP Universitas Udayana TA-2018 Sesuai dengan Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Penelitian Nomor: 985/UN14.2.6.II/LT/2018. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

[BPS] Badan Pusat Statistik. 2017. Kabupaten Badung dalam Angka 2017. BPS Kabupaten Badung, Bali. ISSN:0215-5257.

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. Proyeksi Penduduk Provinsi Bali Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota, 2011-2020 (ribu jiwa). Tersedia pada: <https://bali.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/115>. (diakses 31 Januari 2018).
- [Pemkab Badung] Pemerintah Kabupaten Badung. 2018. Sektor Unggulan. <https://badungkab.go.id/page/read/30>. (diakses 31 Januari 2018).
- Antrop M. 2004. Landscape change and the urbanization process in Europe. *Landscape and Urban Planning* 67:9–26. doi:10.1016/S0169-2046(03)00026-4.
- Black AE, Morgan P, Hessburg PF. 2003. Social and biophysical correlates of change in forest landscapes of the interior Columbia Basin, USA. *Ecological Applications* 13(1):51–67.
- [CLCA] Current Landscape Character Assessment. 2003. Northamptonshire Current Landscape Character Assessment. <http://www.rnrpenvironmentalcharacter.org.uk/data/4.1%20CLCA.pdf>. (diakses 31 Januari 2018)
- Du X, Jin X, Yang X, Yang X, Zhou Y. 2014. Spatial pattern of land use change and its driving force in jiangsu province. *Int. J. Environ. Res. Public Health* (11):3215-3232. doi:10.3390/ijerph110303215.
- Elmhagen B, Kindberg J, Hellstrom P, Angerbjorn A. 2015. A boreal invasion in response to climate change? Range shifts and community effects in the borderland between forest and tundra. *AMBIO* 44(1):39–50. doi:10.1007/s13280-014-0606-8.
- Hudayya, R. 2010. Aplikasi Sistem Informasi Geografis untuk Analisis Pola Sebaran dan Perkembangan Permukiman (Studi Kasus Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *Skripsi*. Program Studi Manajemen Sumberdaya Lahan Departemen Ilmu Tanah dan Sumberdaya Lahan, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Marwasta D, Priyono KD. 2007. Analisis Karakteristik Permukiman Desa-Desa Pesisir di Kabupaten Kulonprogo. *Forum Geografi* 21(1):57-68.
- Odeh T, Boulad N, Abed O, Yahya AA, Khries N, Jaber N. 2017. The Influence of Geology on Landscape Typology in Jordan: Theoretical Understanding and Planning Implications. *Land* 6(51).
- Peng LP, Hsieh YS. 2015. Settlement Typology and Community Participation in Participatory Landscape Ecology of Residents. *Landscape Research*. <http://dx.doi.org/10.1080/01426397.2014.967190>.
- Putri YY. 2013. Kajian Lanskap Permukiman Tradisional Masyarakat Lampung Saibatin di Pekon Kenali, Lampung Barat. *Tesis*. Sekolah Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Sarwar MI, Billa M, Paul A. 2016. Urban land use change analysis using RS and GIS in Sulakbahar ward in Chittagong city, Bangladesh. *International Journal of Geomatics and Geosciences* 7(1):1-10.

Wu J, Jenerette GD, David JL. 2003. Linking Land-Use Change with Ecosystem Processes: A Hierarchical Patch Dynamic Model. In Guhathakurta S (ed). *Integrated Land Use and Environmental Models*. Springer, Berlin:99-119.

Xie Y, Yu M, Bai Y, Xing X. 2006. Ecological analysis of an emerging urban landscape pattern—desakota: a case study in Suzhou, China. *Landscape Ecol* 21:1297–1309. doi: 10.1007/s10980-006-0024-9.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

ANALISIS KEBERLANJUTAN PROGRAM PENGENTASAN KEMISKINAN BERBASIS BANTUAN KOMODITAS AYAM DI NTB

*I Putu Cakra Putra Adnyana, Tanda Panjaitan, Luh Gde Sri Astiti dan Awaludin Hipi
Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Nusa Tenggara Barat*

Email: Putucakra@yahoo.co.id , tanda_panjaitan@yahoo.com , luhde_astiti@yahoo.com .
awl_h@yahoo.co.id

Hp: 081915881663, 087821016711, 085239834020, 081337751378

Abstrak

Kata Kunci:
Kebijakan,
kemiskinan,
bantuan, Ayam,
NTB

Program jangka menengah dalam pengentasan kemiskinan berbasis pertanian di Provinsi NTB memberikan 50 ekor ayam per rumah tangga miskin (RTM). RTM yang ikut program BEKERJA sebanyak 12.163 RTM berada di Kecamatan Praya Barat dan Timur. Tujuan pengkajian adalah opsi rekomendasi mendukung keberlanjutan pengentasan rumah tangga miskin berbasis bantuan komoditas ayam di NTB pasca program BEKERJA. Kegiatan tahun 2019 pada 6 desa di Kecamatan Praya Barat dan Timur Kabupaten Lombok Tengah Provinsi NTB. Data dikumpulkan melalui deskstudy, survey, FGD, ditabulasi kemudian dianalisis deskriptif, analisis stakeholder. Umumnya Program BEKERJA meningkatkan Kapasitas RTM dalam budidaya ayam KUB, meningkatkan gizi RTM melalui konsumsi telur dan daging ayam, terdapat peluang usaha ayam KUB.

SUSTAINABILITY ANALYSIS OF POVERTY ALLEVIATION PROGRAM BASED ON CHICKEN COMMODITIES IN NTB

Abstrak

Keywords:
Policy, poverty,
assistance,
Chicken, NTB

The medium-term program in agriculture-based poverty alleviation in NTB Province provides 50 chickens per poor household (RTM). There were 12,163 RTM participating in the BEKERJA program in the West and East Praya Districts. The purpose of the assessment is the recommendation option to support the alleviation of poor households based on chicken commodity assistance in NTB

after the BEKERJA program. Activities in 2019 in 6 villages in West and East Praya Districts, Central Lombok District, NTB Province. Data collected through study, survey, FGD, tabulated then analyzed descriptively, stakeholder analysis. Generally the BEKERJA program increases RTM capacity in KUB chicken farming, improves RTM nutrition through the consumption of eggs and chicken meat, there are business opportunities for KUB chickens.

How to Cite (APA 6th Style):

Adnyana, I. P. C. P., Panjaitan, T., Astiti, L. G. S., & Hipi, A. (2020). Analisis Keberlanjutan Program Pengentasan Kemiskinan Berbasis Bantuan Komoditas Ayam di NTB. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 88–100.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p08>

PENDAHULUAN

Karakter suatu kawasan (lanskap) dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti perkembangan sosial ekonomi, budaya, populasi, kebijakan dan biofisik (Black, Morgan, dan Hessburg 2003; Antrop 2004; Xie et al. 2006; Du et al. 2014). Faktor biofisik yang dimaksud dapat berupa geologi dan tanah, *landform*, hidrologi, pemanfaatan dan tutupan lahan serta elemen *softscape* nya (vegetasi dan satwa) sementara manusia mempengaruhi karakter lanskap dari bangunan dan permukiman yang tercipta, fitur bersejarah, *boundaries* dan pola lahan, infrastruktur, area rekreasi serta visual yang tercipta sebagai hasil interaksi manusia dan alamnya (CLCA 2003).

Manusia menjadi faktor utama yang dapat dengan cepat menyebabkan perubahan karakter lanskap. Peningkatan jumlah manusia pada suatu lanskap sejalan dengan peningkatan/perubahan pemanfaatan lanskap dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia tersebut. Kebutuhan manusia akan tempat tinggal menyebabkan konversi lahan menjadi permukiman menempati proporsi tertinggi di pusat kota Chitaggong (Sarwar, Billa, dan Paul 2016). Tingginya kebutuhan lahan permukiman disertai perkembangan teknologi dan ekonomi menyebabkan manusia mampu memodifikasi kawasan-kawasan yang semula dianggap kurang sesuai untuk permukiman. Elmhagen et al. (2015) menjelaskan bahwa perubahan penggunaan lahan menyebabkan perubahan karakteristik pada vegetasi, tanah dan proses yang terkait, yang mempengaruhi keanekaragaman hayati dan dapat meningkatkan potensi resiko. Wu, Jenerette, dan David (2003) menemukan bahwa urbanisasi telah membuat lanskap wilayah metropolitan Phoenix secara struktural lebih terfragmentasi dan kompleks. Aspek biofisik lanskap seperti kemiringan lereng merupakan salah satu faktor yang dijadikan kriteria dalam pembangunan kawasan permukiman. Pembangunan permukiman diharapkan tidak dilakukan pada daerah dengan kemiringan lebih dari 25% karena rawan terjadi bencana dan dapat menurunkan kualitas lingkungan.

Kabupaten Badung merupakan daerah yang memiliki kepadatan penduduk terbesar kedua di Bali dan diproyeksikan akan terus meningkat hingga mencapai 683.2 ribu jiwa pada 2020 (BPS 2018). Pariwisata menyebabkan perkembangan

ekonomi yang pesat diiringi dengan urbanisasi yang tinggi terjadi di kabupaten ini. Wilayah Kabupaten Badung yang tersebar pada berbagai tingkat kemiringan lereng (0 - >40%) menyebabkan besarnya kemungkinan terjadi konversi lahan untuk permukiman pada lahan yang memiliki kemiringan lebih dari 25%. Untuk mendapatkan peta pola perkembangan kawasan permukiman pada lahan di berbagai tingkat kemiringan lereng, pada penelitian ini digunakan data penginderaan jauh yang kemudian diolah menggunakan sistem informasi geografis (SIG). Selain alih fungsi lahan, faktor sosial ekonomi dan geografis (kemiringan lereng, morfologi tanah dan lainnya) juga dilaporkan dapat menyebabkan adanya perbedaan karakter pada lanskap permukiman (Odeh et al. 2017; Peng dan Hsieh 2015; Putri 2013; Hudayya 2010; Marwasta dan Priyono 2007). Berdasarkan wilayah pembangunannya, Kabupaten Badung terbagi menjadi 3 yaitu Utara (Kecamatan Petang dan Abiansemal), Tengah (Kecamatan Mengwi) dan Selatan (Kecamatan Kuta Selatan, Kuta dan Kuta Utara) dengan sektor unggulan yang berbeda-beda (Pemkab Badung 2018). Perbedaan kondisi geografis serta sosial ekonomi di masing-masing wilayah mungkin akan berdampak pada perubahan karakter permukiman di Kabupaten Badung. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan peta pola sebaran permukiman di Kabupaten Badung berdasarkan lima kelas kemiringan lereng, serta menganalisis karakter lanskap permukiman sesuai kategori kemiringan lereng.

METODE PENELITIAN

Ruang lingkup kegiatan ada di 12.163 rumah tangga miskin (RTM) yang berada di 20 desa di kecamatan praya barat dan praya timur. Kegiatan ini menggunakan pendekatan kebijakan keberlanjutan pasca program BEKERJA. Metode kegiatan dengan melakukan observasi, survey, deskstudy. Metode penentuan lokasi dilakukan secara random sampling dimana ditetapkan 30% dari 20 desa sehingga didapatkan sebanyak 6 desa, kemudian dari 6 desa ditetapkan lagi 30% dari dusun yang ada di desa tersebut sehingga diperoleh 24 dusun, selanjutnya ditetapkan quota masing-masing dusun 4-5 RTM sehingga diperoleh 118 RTM. Data ditabulasi dan dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif serta analisis SWOT (Nasir, 1988).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kecamatan Praya Timur dan Praya Barat

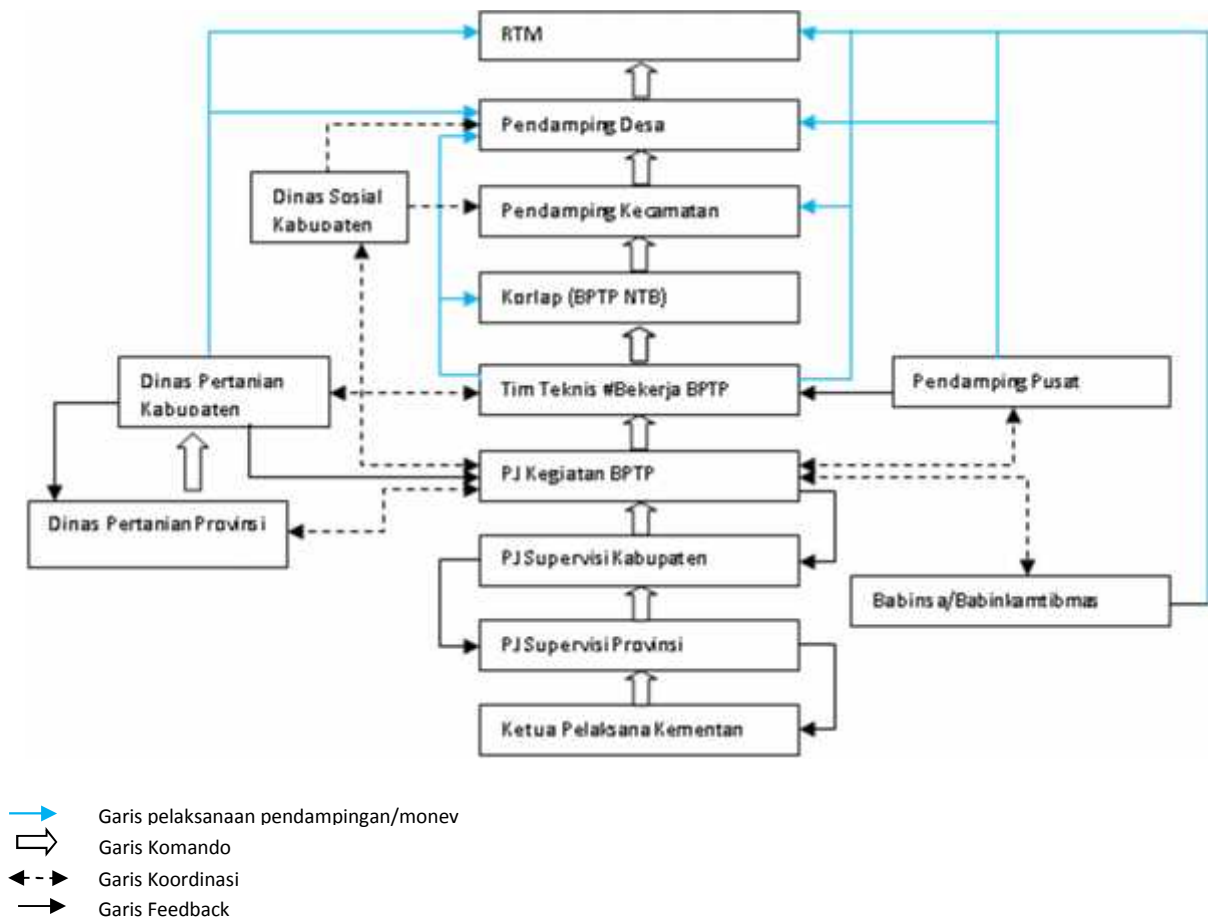
Kecamatan Praya Timur dan Praya barat merupakan bagian dari dua belas kecamatan di Kabupaten Lombok Tengah. Adapun salah satu usaha ternak yang dikelola masyarakat adalah berasal dari peternakan unggas yaitu ayam, dimana tahun 2017 jumlah ayam kampung yang ada di praya timur sebanyak 108,112 ekor sedangkan ayam ras sebanyak 52,950 ekor, sedangkan Praya Barat sebanyak 328,223 ekor sedangkan ayam ras sebanyak 55,500 ekor (BPS Praya Barat, 2018); (BPS Praya Timur, 2018). Kabupaten Lombok Tengah penduduk miskin menurun dari 147,940 orang pada tahun 2015 menjadi 130,000 orang pada tahun 2018 (BPS Indonesia, 2019).

Realisasi Program Bekerja

Jumlah RTM penerima bantuan 12.163, Jumlah ayam terdistribusi 608,150 ekor (BAST). Kinerja Program Bekerja: 1). Populasi ayam per bulan Mei 2019 374,275 ekor (62.12 %), 2). Jumlah pakan terdistribusi 2018 sebesar 3,333,802 kg tahun 2019 sebesar 804, 600 kg. Total sebesar 4,138,402 kg, 3). Jumlah obat-obatan terdistribusi dengan nilai Rp 537,749,110, 4). Jumlah vaksin yang terdistribusi dengan nilai Rp. 810.817.524, 4). Jumlah ayam yang mati 178,412 ekor (29.34%), 5). Jumlah ayam dijual 35,925 ekor (5.91%) dan dikonsumsi 19,538 ekor (3.21%)

Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan Bekerja

Pemangku kepentingan adalah perorangan dan kelompok yang secara aktif terlibat dalam kegiatan, atau yang terkena dampak, baik positif maupun negatif, dari hasil pelaksanaan kegiatan. Secara garis besar, pemangku kepentingan dapat dibedakan atas tiga kelompok (Crosby 1992; Gonsalves *et al.* 2005), yaitu:1) Pemangku kepentingan utama, yakni yang menerima dampak positif atau negatif (diluar kerelaan) dari suatu kegiatan. 2) Pemangku kepentingan penunjang, adalah yang menjadi perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. 3) Pemangku kepentingan kunci, yakni yang berpengaruh kuat terkait dengan masalah, kebutuhan, dan perhatian terhadap kelancaran kegiatan.



Gambar1. Mekanisme Pelaksanaan Kegiatan Bekerja
 Sumber: data primer (diolah), 2019

Berdasarkan mekanisme pelaksanaan Kegiatan BEKERJA, dapat dilihat banyaknya stakeholder yang terlibat untuk mendukung kegiatan BEKERJA mulai dari instansi pusat sampai instransi daerah. Semua stakeholder mempunyai fungsi dan tanggung jawab masing-masing untuk menjalankan Kegiatan BEKERJA. Jika ada salah satu stakeholder kurang aktif tentu akan mengganggu kegiatan tersebut, sehingga perlu sinergitas antar instansi/lembaga.

Ketersediaan sarana dan prasana pendukung program bekerja

Analisis tingkat pelaksanaan kawasan program BEKERJA berdasarkan kondisi sarana dan prasarana penunjang. Analisis ini digunakan untuk menjelaskan ketersediaan sarana dan prasarana pada kawasan program BEKERJA di Kabupaten Lombok Tengah. Mosher dalam Wahyu Widodo, (2010) berpendapat ada lima syarat yang harus dipenuhi agar pembangunan pertanian dapat tumbuh-berkembang secara progresif, yaitu: (1) adanya pasar bagi produk-produk agribisnis, (2) teknologi yang senantiasa berubah, (3) tersedianya sarana dan peralatan produksi secara lokal, (4) adanya perangsang produksi bagi produsen, (5) adanya fasilitas transportasi. Dari hasil analisis tingkat ketersediaan sarana dan prasarana penunjang berdasarkan tabel 1. hasil rekapitulasi maka tingkat ketersediaan untuk sarana penunjang di kategorikan sedang dengan nilai 55.65% dan sedangkan untuk tingkat ketersediaan prasarana dikategorikan tinggi dengan hasil rekapitulasi nilai 82.60%.

Tabel 1. Sarana dan prasarana mendukung program BEKERJA Tahun 2019

No.	Sarana & prasarana mendukung program BEKERJA	Jml RTM Tahu (%)	Nilai (%)
1.	Sarana program BEKERJA		
	a) Lembaga penyuluhan/UPTD	7.63	60.00
	b) Lembaga riset/pengkajian/penelitian	3.39	54.17
	c) Bumdes	17.80	63.54
	d) Bank /bank pasar/koperasi	39.83	55.21
	e) Distributor/pedagang DOC	22.03	35.46
	f) Toko pakan, obat-obatan	67.80	65.42
	g) Pedagang ayam	66.95	58.54
	h) Restoran/Warung makan	59.32	50.00
	i) Toko peralatan utk ayam	56.78	60.42
	j) Pasar tradisional, Rumah potong ayam	71.19	53.75
	Rata-rata	41.27	55.65
2.	Prasarana program BEKERJA		
	a) Jaringan Listrik	92.37	85.63
	b) Jaringan jalan	91.53	80.21
	c) Jaringan Air bersih	91.53	80.00
	d) Jaringan komunikasi	83.90	84.58
	Rata-rata	89.83	82.60

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

Keterangan:

- Kategori tinggi, (Sudah Terencana dan Sudah Terealisasi) diberi nilai 5 (jika 80 %-100 % tingkat ketersediaan sarana dan prasarana)
- Kategori sedang (Sudah Terencana Tapi Belum Terealisasi) diberi nilai 3 (jika 50 %-79 % tingkat ketersediaan sarana dan prasarana)

- c. Kategori rendah diberi nilai 1 (Belum Terencana dan Belum Terealisasi) jika (jika <50 % tingkat ketersediaan sarana dan prasarana)

Berdasarkan tabel 1 didapatkan data bahwa RTM sebagian besar tidak mengetahui dimana bisa mendapatkan DOC ayam KUB, disamping itu juga beberapa RTM tidak mengetahui dimana bisa membeli input usaha ternak ayam KUB seperti pakan, obat-obatan dan peralatan lainnya. RTM juga tidak tahu dimana lembaga penyuluhan dan lembaga riset sehingga mempengaruhi kemudahan dalam mengakses informasi teknologi usaha ternak ayam KUB. Sehingga hal ini dapat berpengaruh negative terhadap keberlanjutan dari program BEKERJA.

Pelaksanaan Program Bekerja

Secara tipologi, Pretty (1995) mengklasifikasikan partisipasi atas tujuh karakteristik yaitu; Pasif, informasi, konsultasi, insentif material, fungsional, interaktif, mobilisasi swadaya. Dari ketujuh karakteristik tersebut, partisipasi interaktif merupakan jenis partisipasi pemangku kepentingan yang dianggap paling sesuai dengan implementasi program pembangunan pertanian. Berdasarkan tingkat kedalaman, Hussein (2000) membedakan partisipasi menjadi partisipasi bersifat dangkal dan partisipasi mendalam. Perbedaan antara keduanya antara lain terletak pada esensi, kegiatan, dan tujuannya.

Proses pembelajaran dan keterlibatan pemangku kepentingan dalam implementasi program pembangunan pertanian meliputi: 1) persiapan (identifikasi dan pemaduan pemangku kepentingan, identifikasi kerangka kerja dalam hal pengembangan informasi, pemahaman terhadap pengelolaan pengguna sumber daya, dan pemilihan opsi kegiatan), 2) implementasi (andil, penggunaan, dan stimulasi pengetahuan), dan 3) evaluasi terhadap proses dan perolehan hasil pelaksanaan program pembangunan pertanian (Arthur dan Garaway 2005).

Penyuluhan ayam KUB berperan menghubungkan lembaga ilmiah sebagai sumber hal baru dengan Rumah Tangga Miskin (RTM) sebagai yang membutuhkan. Hubungan ini harus dilanjutkan dengan bimbingan teknis (BIMTEK) untuk menumbuhkan keyakinan dan keinginan mencobanya sendiri. Kegiatan menyampaikan sesuatu yang baru yang lebih baik, menguntungkan kepada RTM, dengan tujuan meningkatkan kemauan dan kemampuan RTM dalam berusaha ayam KUB.

Pada umumnya responden paham terhadap materi pelatihan/BIMTEK, namun ada reponden yang tidak paham hal ini salah satunya disebabkan adanya kendala bahasa lokal dalam BIMTEK sehingga informasi tidak diterima utuh. Beberapa RTM tidak mengetahui secara pasti sumber informasi berasal dari instansi mana sehingga kesulitan untuk mengakses informasi secara langsung dan cepat bilamana kegiatan BEKERJA sudah tidak berlanjut. Selama program BEKERJA Pendamping desa sering melakukan kunjungan ke RTM untuk melakukan penyuluhan terkait ayam KUB, serta menghubungkan dengan sumber informasi seperti peneliti BPTP NTB dengan RTM sebagai pengguna informasi.

Berdasarkan tabel 2. persepsi responden pada Teknologi Introduksi Usaha Ternak Ayam KUB didapatkan hasil bahwa responden /RTM masuk kategori sedang, artinya memiliki potensi untuk diadopsi oleh RTM tapi masih ragu-ragu. Namun untuk komponen teknologi kandang penghangat DOC dan kesehatan ayam KUB dengan menjaga kebersihan pada lingkungan kandang RTM mempunyai persepsi yang baik sehingga 2 teknologi tersebut bisa diadopsi secara berkelanjutan

Tabel 2. Persepsi RESPONDEN Pada Teknologi Introduksi Tahun 2019

Teknologi Introduksi	Tingkat Pengetahuan	Kemampuan untuk dicoba	Tingkat Kesulitan	Kesesuaian dengan kebiasaan RTM	Keunggulan relatif	Rata-rata
Kandang						
1. Kandang penghangat DOC	3	3	3	2	3	3
2. Kandang pembesaran Kapasitas kandang umur 45-60 hari = 20-22 ekor/m ²	2	2	2	2	2	2
Pemeliharaan ayam KUB						
1. Mengatasi kanibalisme pada ayam KUB	2	2	2	1	2	2
2. Pemberian pakan & minum untuk DOC	3	3	3	2	2	2
3. Kebutuhan pakan komersial ayam KUB dewasa	2	2	1	1	2	2
Kesehatan ayam KUB						
1. Vaksinasi ayam KUB	2	1	1	1	1	1
2. Tindakan menjaga kebersihan pada lingkungan kandang	3	3	3	2	3	3
Penyakit Ayam						
1. Penanganan ayam sakit	2	2	2	1	2	2
Rata-rata	2	2	2	2	2	2

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

Keterangan:

*) Isikan tanda (√) pada kolom yang sesuai:

1) tingkat pengetahuan: 1= tidak tahu; 2= ragu-ragu; 3= tahu

2) Kemampuan untuk dicoba: 1 kurang mampu; 2= ragu-ragu; 3= mampu

3) Tingkat kesulitan: 1=sulit; 2= ragu-ragu; 3= mudah

4) Kesesuaian dengan kebiasaan RTM: 1= kurang sesuai; 2= ragu-ragu; 3= sesuai

5) Keunggulan relatif (keuntungan/manfaat): 1= Kurang untung; 2= ragu-ragu; 3= untung

Usaha ayam KUB memiliki potensi sebagai sumber penghasilan baru, walau hasilnya (daging dan telur) masih untuk memenuhi kebutuhan dasar konsumsi RTM sendiri. RTM menggunakan hasil penjualan untuk kebutuhan dasar RTM seperti sandang, pangan dan kesehatan.

Usaha ayam KUB dilakukan di lingkungan padat penduduk, namun sebagian besar masyarakat sekitar tidak terganggu dengan bau kotoran yang dikeluarkan dari ayam KUB, karena kandang selalu dibersihkan. Pengendalian kotoran ayam KUB masih belum dimanfaatkan secara optimal, karena belum digunakan sebagai pupuk kandang.

Aksesibilitas Responden Setelah Pasca Program BEKERJA

Manfaat program bekerja dapat dilihat dari munculnya usaha baru seperti usaha pembibitan ayam yang muncul akibat dari program BEKERJA, walau

jumlahnya terbatas. RTM belum mengakses sumber permodalan untuk mengembangkan usaha ayam KUB, hal ini disebabkan oleh kemampuan pengelolaan ayam KUB yang dilakukan RTM masih skala rumah tangga, dan terbatasnya lahan untuk usaha budidaya ayam KUB.

Tabel 3. Aksesibilitas RESPONDEN terhadap Input Usaha Ternak Ayam Pasca Program BEKERJA Tahun 2019

Uraian	Jenis input			
	DOC	Pakan ayam	Peralatan peternakan	Obat-obatan
Jumlah pedagang input yang biasa bapak hubungi (orang)	0	2	0	2
Jarak terdekat ke pedagang tersebut (km)	0	3	0	3
Biaya transportasi ke tempat pedagang (Rp/trip)	0	5,637	0	5,637
Ketersediaan jenis input yang dibutuhkan RTM 1)	0	1	0	1
Ketersediaan kualitas input yang dibutuhkan RTM 1)	0	1	0	1
Ketersediaan kuantitas input yang dibutuhkan RTM 1)	0	1	0	1
Kemampuan RTM membeli input sesuai jumlah yang dibutuhkan 2)	0	1	0	1
Kemampuan RTM membeli input sesuai dengan kualitas yang dibutuhkan 2)	0	2	0	2
Kemampuan RTM membeli input secara tepat waktu 2)	0	2	0	2
Ikatan bisnis (kemitraan/pinjam uang/pinjam input) antara RESPONDEN dan pedagang input 3)	0	2	0	2
Cara pembayaran input yang dibeli 4)	0	1	0	1

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

Keterangan

- 1) Isikan 1= selalu tersedia; 2= kadang-kadang tidak tersedia; 3=sering tidak tersedia
- 2) Isikan 1= selalu mampu; 2= kadang-kadang tidak mampu; 3=sering tidak mampu
- 3) Isikan 1= ya; 2=tidak
- 4) Isikan 1= tunai; 2= dibayar setelah panen

Berdasarkan tabel 3. Diperoleh data responden yang mampu mengakses input usaha ternak ayam sebanyak 38,98% setelah program BEKERJA selesai. Sedangkan untuk input DOC dan peralatan ternyata RTM tidak memiliki akses informasinya.

Tabel 4. Aksesibilitas RESPONDEN terhadap pemasaran hasil ayam KUB Tahun 2019

Uraian	Telur	Ayam KUB
Tujuan pemasaran hasil panen 1)	1 dan 4	1 dan 4
Jumlah lembaga pemasaran hasil yang biasa dihubungi RTM (orang)	2	2
Kemudahan memasarkan hasil panen 2)	1	1
Ikatan bisnis (kemitraan/ pinjam uang/ pinjam input) antara RTM dengan lembaga tersebut 2)	2	2
Cara penjualan hasil 3)	3	3
Cara pembayarannya 4)	1	1

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

Keterangan:

- 1) Isikan: 1=konsumen desa; 2=konsumen kecamatan/kabupaten; 3=supermarket; 4=pedagang pengumpul desa; 5=pedagang kecamatan; 6=industri pengolahan; 7=mitra usaha
- 2) Isikan: 1=ya; 2=tidak
- 3) Isikan: 1=ijon (dijual borongan sebelum umur panen); 2=tebasan (dijual borongan setelah umur panen); 3=per unit hasil (kg, kwt, butir, dst)
- 4) Isikan: 1=tunai; 2=bayar dimuka; 3=bayar kemudian setelah terjual

Berdasarkan tabel 4. aksesibilitas responden terhadap pemasaran hasil ayam KUB didapatkan hasil bahwa pada umumnya pemasaran telur dan ayam KUB ditujukan ke konsumen desa dan pedagang pengumpul desa, dimana hanya 15,25% responden yang menjual telurnya sedangkan 51,69% reponden yang menjual ayam KUB. Sisanya dikonsumsi sendiri atau tidak mati.

Respon RTM setelah menerima informasi teknologi ayam KUB

Berdasarkan tabel 5. Respon RTM setelah menerima informasi teknologi ayam KUB didapatkan hasil bahwa respon RTM berbeda-beda namun sebagian besar RTM mendiskusikan dengan keluarga dan dan masyarakat lainnya, dan hanya 50% yang menerapkan sesuai anjuran, yang menarik hanya 27,97% yang beroreantasi pasar.

Tabel 5. Respon RTM setelah menerima informasi teknologi ayam KUB Tahun 2019

Tindakan yang dilakukan	RTM	
	Jml	%
Mengkaji kinerja teknologi (kritis)	27	22.88
Mencari informasi lebih banyak	49	41.53
Menerapkan teknologi dengan mendiskusikan dengan keluarga	68	57.63
Menerapkan teknologi dengan mendiskusikan dengan masyarakat lainnya	51	43.22
Menerapkan sesuai anjuran sumber informasi	59	50.00
Berani mengambil resiko kegagalan	42	35.59
Menyebarkan kepada masyarakat lainnya	37	31.36
Menerapkan teknologi dengan tidak dipengaruhi oleh pendapat dan kegiatan masyarakat sekitar.	49	41.53

Menerapkan teknologi berdasarkan orientasi pasar	33	27.97
--	----	-------

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan sebagai alat formulasi strategi yaitu dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemerintah dalam menjaga keberlanjutan suatu program. (Rangkuti, 2011). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan internal kegiatan program BEKERJA.

Tabel 6. Analisis SWOT Kegiatan BEKERJA Tahun 2019

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL	1. Keterlibatan stakeholder/instansi terkait 2. Kemampuan pengelolaan usaha Ayam KUB oleh RTM sebagai sumber penghasilan baru 3. Aksesibilitas RESPONDEN terhadap pemasaran hasil ayam KUB	1. Pendidikan RTM rendah 2. Pendidikan Pendamping Desa tidak semua berlatar belakang peternakan 3. Pengetahuan RTM tentang ketersediaan Sarana dan Prasana Pendukung program bekerja rendah 4. Persepsi RTM Pada Teknologi Introduksi 5. Peran bahasa lokal dalam penyebaran teknologi Ayam KUB 6. Kapasitas RTM dalam mengelola limbah dari kotoran ayam 7. Kemampuan RTM untuk mengakses sumber permodalan untuk mengembangkan usaha Ayam KUB 8. Aksesibilitas RESPONDEN terhadap input usaha ternak ayam setelah program BEKERJA selesai
	PELUANG (O)	Strategi WO
1. Tingkat ketersediaan sarana pendukung Kegiatan Bekerja	1. Perlu dukungan kelembagaan keuangan lainnya seperti BUMDES, Bank, Koperasi	1. Peningkatan pengetahuan RTM terhadap informasi dan aksesibilitas ketersediaan sarana

(lembaga penyuluhan, keuangan, BUMDES, riset, pasar, distributor)	dalam mengembangkan usaha ternak ayam KUB.	prasarana melalui pertemuan kelompok, workshop, atau melalui media dan metode diseminasi lainnya
2. Tingkat ketersediaan Prasarana pendukung kegiatan Bekerja (listrik, jalan, air komunikasi)	2. Peningkatan informasi dan aksesibilitas RTM terhadap pemasaran melalui dukungan dan peran aktif stakeholder/instansi terkait	2. Memanfaatkan ketersediaan sarana dan prasarana pendukung untuk mendukung program Bekerja
ANCAMAN (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Tingginya tingkat kematian ayam KUB akibat penyakit dan manajemen pemeliharaan ayam KUB	1. Pengembangan kelembagaan pembibitan ayam KUB pola kemitraan inti-plasma sudah dirintis tahun 2019	1. Dukungan pemerintah yang terintegrasi untuk peningkatan kapasitas peternak dalam pemeliharaan ayam kampung
2. Dukungan keamanan Lingkungan terhadap program Bekerja	2. Membangun ketahanan sistem sosial untuk mengurangi gangguan keamanan	2. Peningkatan kapasitas pendamping melalui bimbingan teknis
3. Persaingan produsen DOC dari luar NTB, tingkat efisiensi pembibitan skala kecil rendah sehingga tidak mampu bersaing	3. Manajemen pemeliharaan ayam KUB sesuai SOP	3. Diperlukan suatu program pendampingan teknologi pemeliharaan ayam KUB secara berkelanjutan

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

Dari hasil analisis SWOT dengan rumusan tersebut diperoleh berbagai strategi yang dapat dilakukan untuk keberlanjutan usaha ayam KUB di Lombok Tengah. Strategi tersebut dapat dibagi menjadi dua strategi besar yaitu strategi yang berhubungan dengan kegiatan teknis dan strategi yang berhubungan dengan kegiatan sosial-kelembagaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan program BEKERJA secara keseluruhan bermanfaat meningkatkan Kapasitas RTM meningkat untuk budidaya ayam KUB, Peningkatan gizi RTM melalui konsumsi telur dan daging ayam, serta terdapat peluang usaha ternak ayam KUB.

Saran

1. Rekomendasi teknis
 - a. Peningkatan pengetahuan peternak terhadap informasi ketersediaan sarana prasarana melalui pertemuan kelompok, workshop, atau melalui media dan metode diseminasi lainnya
 - b. Dukungan pemerintah secara terintegrasi untuk peningkatan kapasitas peternak dalam pemeliharaan ayam kampung
 - c. Peningkatan kapasitas pendamping melalui bimbingan teknis
 - d. Diperlukan suatu program pendampingan teknologi pemeliharaan ayam KUB secara berkelanjutan
2. Rekomendasi Sosial Kelembagaan
 - a. Perlu dukungan kelembagaan keuangan lainnya seperti BUMDES, Bank, Koperasi dalam mengembangkan usaha ternak ayam KUB.
 - b. Peningkatan informasi dan aksesibilitas RTM terhadap pemasaran melalui dukungan dan peran aktif stakeholder/instansi terkait
 - c. Memanfaatkan ketersediaan sarana dan prasarana pendukung untuk mendukung program Bekerja
 - d. Pengembangan kelembagaan pembibitan ayam KUB pola kemitraan inti-plasma sudah dirintis tahun 2019
 - e. Membangun ketahanan sistem sosial untuk mengurangi gangguan keamanan

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, R.I. and C.J. Garaway. 2005. Learning in action: A case from small waterbody fisheries in Lao PDR. *In* J. Gonsalves, T. Becker, A. Braun, D. Campilon, H. de Chaves, E. Fajber, M. Capiriri, J.R. Caminade, and R. Vernooy (Eds.) *Participatory Research and Development for Sustainable Agricultural and Natural Resource Management: A Resource Book*. International Potato Center-Users Perspective with Agricultural Research and Development, Philippines.
- BPS Indonesia 2019. <https://www.bps.go.id/dynamic/table/2017/08/03/1260/jumlah-penduduk-miskin-menurut-kabupaten-kota-2015---2018.html>
- BPS, Praya barat 2018. Kecamatan Dalam angka. Lombok Tengah
- BPS, Praya Timur 2018. Kecamatan Dalam angka. Lombok tengah
- Crosby, B.L. 1992. Stakeholder Analysis: A vital tool for strategic managers. Technical Notes, No. 2. Agency for International Development, Washington DC.
- Gonsalves, J., T. Becker, A. Braun, D. Campilon, H. de Chaves, E. Fajber, M. Capiriri, J.R. Caminade, and R. Vernooy. 2005. *Participatory Research and Development for Sustainable Agricultural and Natural Resource Management: A resource book (glossary)*. International Potato Center-Users Perspective with Agricultural Research and Development, Philippines.
- Hussein, K. 2000. *Monitoring and Evaluating Impact on Livelihoods: Lessons from experience*. Department for International Development, United Kingdom.

Nazir. 1988. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia Jakarta.

Pretty, J. 1995. *Regenerating Agriculture: Policies and practice for sustainability and selfreliance*. Earthscan Publications, London.

Rangkuti, Freddy, 2011. *SWOT Balanced Scorecard. Teknik Menyusun strategi Korporat yang efektif plus cara mengelola kinerja resiko*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA HUTAN MANGROVE MUNJANG DI DESA KURAU BARAT KABUPATEN BANGKA TENGAH

Soleha, Yudi Sapta Pranoto dan Evahelda

Universitas Bangka Belitung, Kota Pangkalpinang, Provinsi Kep. Bangka Belitung

Email Korespondensi: solehabakri@gmail.com, udhei_sapta@yahoo.co.id

evaheldaubb@gmail.com,

Telepon/Hp: 082176869992, 085267143455, 081367707791

Abstrak

Kata Kunci:
Valuasi,
Mangrove,
Biaya
Perjalanan

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung nilai ekonomi berdasarkan biaya perjalanan (*travel cost*) dan jasa lingkungan objek wisata Hutan Mangrove Munjang. Penelitian ini dilakukan di kawasan Hutan Mangrove Munjang di Desa Kurau Barat Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah dimulai bulan November 2018 sampai Juni 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode penarikan contoh menggunakan teknik *accidental sampling* untuk penentuan responden pengunjung tempat wisata yaitu sebanyak 100 responden yang diperoleh menggunakan rumus Rao Purba, serta metode analisis biaya perjalanan menggunakan analisis Korelasi Person. Hasil penelitian menunjukkan secara keseluruhan nilai ekonomi Hutan Mangrove Munjang adalah sebesar Rp28.292.560.968 per tahun yaitu nilai flora Rp15.037.827.000, nilai fauna Rp7.286.730.000, nilai serapan karbondioksida Rp4.261.243.068 dan nilai biaya perjalanan sebesar Rp1.706.760.900. Hasil korelasi antara biaya perjalanan dengan jumlah kunjungan menunjukkan hubungan yang kuat yaitu $-0,540$ dengan arah hubungan negatif yaitu semakin tinggi biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung maka semakin rendah keinginan pengunjung untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata begitu pula sebaliknya.

EKONOMIC VALUATION OF TOURISM OBJECTS OF MANGROVE MUNJANG FOREST IN THE VILLAGE OF KURAU BARAT CENTRAL BANGKA REGENCY

Abstrak

Keywords:

Valuasi,
Mangrove,
Biaya
Perjalanan

This study aims to calculate economic value based on travel costs and environmental services of Mangrove Munjang Forest attractions. This research was conducted in the supporting Mangrove Munjang Forest in Kurau Barat Village, Koba Subdistrict, Central Bangka Regency starting in November 2018 until June 2019. The research method used was the survey method. The sampling method using simple accidental sampling for the determination of 100 respondents obtained using the Rao Purba formula, and the method of analysing travel costs using Pearson Correlation analysis. The results of the study showed that the overall economic value of Mangrove Munjang Forests was Rp28.292.560.968 per year that is the flora value of Rp15.037.827.000, fauna value Rp7.286.730.000, carbon dioxide absorption value is Rp4.261.243.068 and the value of travel cost is Rp1.706.760.900. The correlation between the cost of travel and the number of visits showed a strong relationship namely $-0,540$ with the direction of a negative relationship namely the higher the cost of travel incurred by visitors, the lower the visitor's desire to travel o tourist attractions and vice versa.

How to Cite (APA 6th Style):

Soleha, Pranoto, Y. S., & Evahelda. (2020). Valuasi Ekonomi Objek Wisata Hutan Mangrove Munjang Di Desa Kurau Barat Kabupaten Bangka Tengah. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 101–113.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p09>

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu ekosistem pesisir, hutan mangrove merupakan ekosistem yang unik. Ekosistem ini mempunyai fungsi ekologis dan ekonomis. Fungsi ekologis hutan mangrove antara lain mencegah abrasi, habitat dan tempat pembesaran serta tempat pemijahan bagi aneka biota perairan. Sedangkan fungsi ekonominya antara lain sebagai penghasil keperluan rumah tangga, keperluan industry serta sebagai tempat wisata (Aco, 2015).

Mangrove merupakan salah satu ekosistem langka, karena luasnya pada Tahun 2015 hanya 16.530.000 hektar. Berdasarkan data yang dikemukakan oleh Direktur Bina Pengelolaan Kawasan Ekosistem Esensial pada siaran Pers di Gedung Manggala Wanabakti Jakarta Tahun 2017, bahwa Indonesia memiliki kawasan ekosistem mangrove terluas yaitu 23 persen dari luas mangrove di Dunia atau seluas 3.489.140,68 hektar. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki potensi hutan mangrove seluas 273.692,81 hektar. Salah satu daerah yang memiliki potensi alam hutan mangrove yaitu Desa Kurau Barat yang berada di Kecamatan Koba, Kabupaten Bangka Tengah yang memiliki luas lahan 6,52 km² (BPS, 2017).

Hutan mangrove di Desa Kurau Barat merupakan hutan lindung yang telah memiliki status sebagai Hutan Kemasyarakatan (HKm) pada tahun 2015 oleh kementerian lingkungan hidup dan kehutanan (KLHK). Keberadaan hutan mangrove sangat penting guna menghindari pengikisan yang terjadi akibat air laut, menahan ombak yang tinggi serta menghalangi tiupan angin yang kencang dari laut menuju ke darat. Hutan mangrove di Desa Kurau Barat memiliki luas 213 hektar yang dikelola oleh suatu organisasi yaitu Generasi Muda Pencinta Alam 01 (GEMPA 01).

Pada tanggal 27 Juni 2017 hutan mangrove telah diresmikan sebagai Ekowisata Mangrove Munjang oleh Gubernur Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Ekowisata mangrove merupakan objek wisata yang berwawasan lingkungan dimana wisata tersebut mengutamakan aspek keindahan yang alami dari hutan mangrove serta fauna yang hidup disekitarnya tanpa harus merusak ekosistem tersebut untuk membuatnya lebih menarik wisatawan, hal ini disebabkan karena hutan mangrove memiliki banyak flora dan fauna yang hidup di dalamnya. Pemanfaatan ekosistem mangrove sebagai ekowisata harus direncanakan dengan baik seperti upaya dalam mempertahankan keaslian komponen biologi dan fisik yang menjadi daya tarik utama kegiatan ekowisata mangrove. Nilai estetika, keunikan, pendidikan, serta potensi keanekaragaman hayati menjadi alasan utama layaknya hutan mangrove dijadikan sebagai tempat ekowisata.

Menurut Ghuffran dan Kordi (2012), keberadaan kawasan vegetasi mangrove di daerah pasang surut yang lingkungannya mendukung kegiatan perikanan menyebabkan kawasan ini banyak dimanfaatkan untuk usaha pertambakan dan perluasan lahan permukiman dengan mengorbankan vegetasi mangrove yang menyebabkan degradasi hutan mangrove menjadi sangat tinggi mengingat mangrove memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi fisik yang meliputi pencegah abrasi, perlindungan terhadap angin dan ombak, serta penyerapan karbon. Fungsi biologis yang meliputi tempat bertelur dan asuhan biota, tempat bersarang burung, maupun habitat biota laut lainnya, serta fungsi ekonomi (Prasetyo, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk Menghitung nilai ekonomi objek wisata Hutan Mangrove Munjang di Desa Kurau Barat Kabupaten Bangka Tengah dilihat dari biaya perjalanan (travel cost) dan jasa lingkungannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Kurau Barat, Kecamatan Koba, Kabupaten Bangka Tengah mulai bulan November 2018 sampai bulan Juni 2019. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu lokasi pariwisata yang telah diresmikan menjadi ekowisata hutan mangrove oleh Gubernur Bangka Belitung pada Tahun 2017.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Umar (2011), metode survei merupakan suatu kegiatan pengambilan data secara langsung ke lapangan dengan cara mengambil contoh untuk mengetahui hubungan antara variabel yang ditentukan dalam penelitian. Metode penarikan contoh menggunakan teknik *accidental sampling* atau pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan yang bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). Untuk penentuan responden pengunjung tempat wisata yaitu sebanyak 100 responden menggunakan rumus Rao Purba dalam Setiawan (2017) berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4(M)^2}$$

Keterangan:

N : Jumlah sampel

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5% = 1,96

Moe : *Margin of error* atau kesalahan maksimal yang bisa dikolerasi, di sini ditetapkan 10 persen atau 0,10.

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar.

$$N = \frac{1,9^2}{4(0,1)^2} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 96 \text{ responden}$$

Berdasarkan penghitungan di atas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden, tetapi untuk lebih memudahkan dalam penarikan kesimpulan peneliti akan mengambil sampel sebanyak 100 responden untuk mewakili angka 100 persen.

Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuisisioner, studi pustaka dan dokumentasi. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan metode biaya perjalanan, jasa lingkungan dan nilai ekonomi total (NET) dengan penjelasan sebagai berikut:

Metode Pengolahan Data Nilai Ekonomi Berdasarkan Biaya Perjalanan (*Travel Cost*)

Untuk menghitung nilai ekonomi objek wisata Hutan Mangrove Munjang yaitu dengan menghitung biaya perjalanan rata-rata dari masing-masing zona dengan cara menjumlahkan biaya transportasi, konsumsi yaitu biaya makan dan minum, parkir, serta biaya masuk yang dikeluarkan selama melakukan kegiatan wisata. Selanjutnya dibagi dengan total responden yang berada dalam kelompok zona tersebut. Rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$B = \frac{B + B + \dots + B}{n}$$

Keterangan:

BP = Biaya perjalanan rata-rata masing-masing zona

Bpi = (BT + BK + BP + BSP)

Bpin = Biaya perjalanan individu ke-n masing-masing zona

BT = Biaya Transportasi

BK = Biaya Konsumsi

BP = Biaya Parkir

BSP = Biaya Sewa Perahu

Mendapatkan jumlah kunjungan (Y) tiap 1.000 per tahun dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Mencari data jumlah kunjungan per tahun
2. Mengelompokkan pengguna wisata Hutan Mangrove Munjang sesuai dengan alamat

3. Menentukan jumlah kunjungan tiap 1.000 penduduk per tahun dengan rumus umum:

$$\text{Kunjungan}/1.000/\text{tahun} = \frac{\sum_{i=1}^n v_i N_i}{p}$$

Keterangan:

- v_i = Jumlah kunjungan dari zona i
 n = Jumlah sampel
 N = Jumlah pengunjung per tahun
 p_i = Jumlah penduduk total di zona i

Metode Regresi Nilai Ekonomi Objek Wisata Hutan Mangrove Munjang

Menurut Supranto 2001 dalam Suhandar (2016), regresi sederhana adalah memperkirakan hubungan dua variabel tanpa membuat asumsi terlebih dahulu mengenai bentuk hubungan yang dinyatakan dalam fungsi tertentu. Dalam penelitian kali ini tahap-tahap melakukan regresi sederhana dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Melakukan regresi sederhana variabel independen dan biaya perjalanan sebagai variabel dependen. Rumus umum regresi sederhana yaitu:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Keterangan:

- Y = Jumlah kunjungan per tahun
 X = Biaya perjalanan

- 2) Menginvestasikan persamaan fungsi asal X menjadi variabel tak bebas Y sebagai variabel bebasnya dengan rumus:

$$X = \frac{\alpha - Y}{\beta}$$

- 3) Memperkirakan kesediaan membayar rata-rata tiap 1.000 penduduk per tahun dengan menggunakan persamaan matematika sebagai berikut:

$$U = \int_b^a f(Y) \tilde{y}$$

Keterangan:

- U = Utiliti (kesediaan membayar)
 $\int_b^a f$ = fungsi integral
 a = rata-rata penduduk dalam zona (\tilde{y})
 b = $X(0)$

- 4) Memperkirakan biaya perjalanan rata-rata X tiap 1.000 penduduk per tahun dilakukan dengan mengalikan hasil langkah dua dengan \tilde{y} (rerata jumlah kunjungan tiap 1.000 penduduk per tahun).
 5) Memperkirakan jumlah rata-rata yang dibayar tiap 1.000 penduduk per tahun dari zona yang dilakukan dengan mengalikan hasil langkah empat dengan \tilde{y} .
 6) Memperkirakan surplus konsumen dengan cara mengurangi hasil langkah tiga dengan hasil langkah lima.

- 7) Memperkirakan Total Nilai Ekonomi (TNE) dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\frac{N \quad R \quad - r \quad x \quad J u \quad h \quad P}{1.000}$$

Keterangan:

Nilai rata-rata = Ketersediaan membayar (KM), nilai yang dibayar (NA), dan surplus konsumen (SK)

Jumlah Penduduk = Dihitung berdasarkan zona i

Setelah melakukan perhitungan regresi sederhana maka untuk menghitung nilai korelasi dijelaskan sebagai berikut:

-) Jika nilai koefisien korelasi mendekati 1 atau -1 maka hubungan antara variabel X (independen) dengan variabel Y (dependen) erat atau kuat, sedangkan jika koefisien semakin mendekati 0 maka hubungan antara variabel X dengan variabel Y lemah.
-) Sedangkan untuk menyatakan arah hubungan antara variabel X dengan variabel Y maka dilihat dari nilai koefisien korelasi dimana jika nilai koefisien korelasi (T) > 0 maka terdapat hubungan positif antara variabel X dengan variabel Y, artinya semakin besar nilai variabel X maka semakin besar pula nilai variabel Y dan sebaliknya semakin kecil nilai variabel X maka semakin kecil pula nilai variabel Y. sedangkan jika nilai koefisien korelasi (T) < 0 maka terdapat hubungan negatif antara variabel X dengan variabel Y, artinya semakin kecil nilai variabel X maka semakin besar nilai variabel Y dan sebaliknya semakin besar nilai variabel X maka semakin kecil nilai variabel Y.

Metode Pengolahan Data Nilai Ekonomi Berdasarkan Jasa Lingkungan

Pengolahan data hasil penelitian untuk perhitungan nilai ekonomi flora, fauna, dan nilai ekonomi serapan karbon berdasarkan panduan valuasi ekonomi ekosistem hutan peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2012.

1) Nilai Ekonomi Flora dan Fauna

Dalam penelitian ini, untuk menghitung nilai ekonomi flora dan fauna yaitu data jumlah flora dan fauna diambil berdasarkan hasil pengamatan dan data dari pengurus hutan mangrove di Desa Kurau Barat dengan harga yang ditetapkan berdasarkan asumsi harga pasar. Adapun harga perhitungan nilai ekonomi flora dan fauna yaitu:

Nilai Ekonomi Flora:

$$\text{Nilai Ekonomi Flora} = \text{Jumlah Flora} \times \text{Harga Flora}$$

Nilai Ekonomi Fauna:

$$\text{Nilai Ekonomi Fauna} = \text{Jumlah Fauna} \times \text{Harga Fauna}$$

2) Metode Perhitungan Nilai Penyerapan Karbon

Menghitung nilai ekonomi penyerapan karbon di objek wisata hutan mangrove berdasarkan perhitungan nilai penyerapan karbon dengan menentukan harga jual karbon di pasar internasional serta kandungan karbon setiap jenis hutan. Menurut data dari *World Bank* (2004) dalam Karmila (2015), harga karbon yaitu sebesar 10\$ USD. Sedangkan harga dollar sekarang 1\$ diasumsikan Rp14.138,40.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Valuasi Ekonomi Objek Wisata Hutan Mangrove Munjang Berdasarkan Biaya Perjalanan (*Travel Cost*)

Menurut Noya (2012), valuasi ekonomi merupakan salah satu cara yang dilakukan untuk memberikan nilai kuantitatif terhadap barang dan jasa yang dihasilkan sumberdaya alam dan lingkungan, baik dari nilai pasar (*market value*) atau non pasar (*non market value*). Metode biaya perjalanan (*travel cost*) berguna untuk menemukan nilai wisata alam yang menyediakan berbagai kesenangan untuk rekreasi, serta daerah-daerah yang sering kali dikunjungi oleh orang-orang untuk kegiatan seperti darmawisata. Nilai ekonomi rekreasi dengan menggunakan metode biaya perjalanan meliputi biaya transportasi pulang pergi dari tempat tinggalnya ke objek wisata dan pengeluaran lain selama di perjalanan dan di dalam objek wisata mencakup konsumsi, parkir, dan biaya lain (Susilowati, 2009).

Perhitungan untuk nilai ekonomi wisata dilakukan dengan perhitungan biaya perjalanan dengan melihat jumlah responden (JR), jumlah pengunjung (JP), jumlah pengunjung tempat wisata tahun (JPTWT) 2018, biaya perjalanan rata-rata (BPR), dan jumlah kunjungan per 1.000 penduduk (JKP1.000P) yang disajikan pada Tabel 1.

Table 1. Jumlah Kunjungan Per 1.000 Penduduk Per Tahun 2019

Zona	JR	JP (orang)	JPTWT 2018	BPR (orang)	JKP 1.000P (orang)
Bangka Tengah	23	192.429	12.000	53.870	14,343
Bangka Selatan	25	205.901	12.000	73.400	14,570
Pangkalpinang	28	208.520	12.000	71.964	16,113
Bangka Induk	20	330.793	12.000	92.450	7,255
Bangka Barat	4	209.011	12.000	119.500	2,296
Jumlah	100	1.146.654	60.000	411.184	54,577
Rata-rata	20	229.330,8	12.000	82.236,8	10,915

Sumber: Olahan Data Primer 2019

Untuk menghitung nilai ekonomi objek wisata Hutan Mangrove Munjang maka dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan regresi sederhana yang perhitungan untuk nilai persamaan $Y = \alpha + \beta X$ dimana Y merupakan jumlah kunjungan per 1.000 penduduk, dan X merupakan biaya perjalanan rata-rata.

Dari hasil perhitungan pertama sampai terakhir didapatkanlah hasil untuk menghitung nilai ekonomi objek wisata Hutan Mangrove Munjang, yang dihitung

berdasarkan surplus konsumennya yang dimana rumus perhitungannya sebagai berikut:

$$TNE = \frac{N \cdot R - r \cdot X / I \cdot H P \cdot Z}{1.0}$$

$$= \frac{1.4 \cdot 4 \cdot 6 \cdot 1.1 \cdot 6}{1.0}$$

$$= 1.706.760.900$$

Jadi, total ekonomi objek wisata Hutan Mangrove Munjang yang dihitung dengan menggunakan metode biaya perjalanan diperkirakan sebesar Rp1.706.760.900 per tahunnya.

Analisis Korelasi Antara Biaya Perjalanan Dengan Jumlah Kunjungan

Hubungan antara biaya perjalanan (X) dengan jumlah pengunjung (Y) di tempat wisata Hutan Mangrove Munjang yaitu dengan menggunakan korelasi person disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Korelasi antara Biaya Perjalanan dan Jumlah Kunjungan Tahun 2019

		Biaya Perjalanan	Jumlah Kunjungan
Biaya Perjalanan	Pearson Correlation	1	-,540**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Jumlah Kunjungan	Pearson Correlation	-,540**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2019

Hasil analisis korelasi berdasarkan nilai signifikansi, dari output diatas diketahui antara biaya perjalanan (X) dengan jumlah kunjungan (Y) nilai signifikansi yaitu 0,000 dengan taraf kepercayaan 0,01 yang berarti variabel Y dan variabel X memiliki tingkat kepercayaan sebesar 99 persen. Koefisien korelasi person antara variabel X dan variabel Y menunjukkan nilai -0.540. Berkenaan nilai koefisien mendekati 1 atau -1 maka hubungan antara variabel Y dan X erat atau kuat, jadi taraf toleransi 0,01 menunjukkan toleransi yang kuat. Sejalan dengan penelitian Sarwono (2012), yang mengatakan jika arah hubungan variabel X dan variabel Y mendekati -1, artinya semakin tinggi biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung maka semakin rendah keinginan pengunjung untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata begitu pula sebaliknya, semakin rendah biaya perjalanan yang dikeluarkan pengunjung maka semakin tinggi keinginan pengunjung untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata.

Valuasi Ekonomi Objek Wisata Hutan Mangrove Munjang Berdasarkan Jasa Lingkungan

Menurut Karmila (2015), jasa lingkungan merupakan fungsi ekosistem, baik yang masih bersifat alami maupun buatan yang memberi manfaat langsung atau tidak langsung dalam peningkatan kualitas lingkungan untuk kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Suhandar (2016) yang menyebutkan bahwa jasa lingkungan hutan mangrove merupakan produk alami dari keseluruhan kawasan hutan berupa keindahan panorama alam, udara bersih dan segar, serta keindahan biota yang terdapat di dalamnya.

a. Nilai Ekonomi Flora

Adapun nilai ekonomi flora yang ada di Hutan Mangrove Munjang Desa Kurau Barat disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Ekonomi Flora Hutan Mangrove Munjang di Desa Kurau Barat Tahun 2019

Jenis Flora	Luas Kawasan (Ha)	Nilai Ekonomi Flora (Rp)
Mangrove	213	15.037.827.000

Sumber: Olahan Data Primer dan Sekunder 2019

Jenis flora yang ada di Hutan Mangrove Munjang Desa Kurau Barat berdasarkan tabel diatas yaitu Perepat, Bogem, Perepat Lanang, Api-Api, Nyirih, Bakau Minyak, Lolero, Bakau Merah, Biduri, Nipah, Waru Laut, Kelapa, Tanjung Merah, Tanjung Putih, Jeruju Hitam, Paku Laut, Api-Api Putih, Mengkudu, Pandan Tikar, dan Akasia. Nilai flora yang diperoleh yaitu sekitar Rp15.037.827.000, jenis flora yang memiliki potensi terbesar yaitu Bakau Merah sebesar Rp3.727.500.000, sedangkan jenis flora yang memiliki potensi paling sedikit yaitu Jeruju Hitam sebesar Rp26.652.000. sebenarnya nilai ekonomi flora yang ada di kawasan Hutan Mangrove Munjang lebih tinggi dari nilai ekonomi flora tersebut, karena hanya 20 spesies mangrove yang terdeteksi jenis dan jumlahnya. Hal ini dikarena keterbatasan informasi sehingga yang dihitung hanya flora yang terdeteksi jenis dan jumlahnya saja.

b. Nilai Ekonomi Fauna

Metode yang digunakan untuk mengidentifikasi fauna berupa metode jalur (*strip transect*) serta pengamatan tidak langsung diterapkan untuk jenis-jenis satwa yang sulit dijumpai secara langsung seperti jejak kaki, bulu, feses (kotoran), sarang dan jejak-jejak lainnya yang dapat dijadikan dalam pengumpulan data dan jumlah individu satwa. Panjang jalur yang digunakan yaitu 1 sampai dengan 2 km. Data dikumpulkan berdasarkan pada perjumpaan langsung dengan satwa yang berada pada jalur pengamatan (Suhandar, 2016).

Berdasarkan hasil inventarisasi yang ditemukan maka dapat dihitung nilai ekonomi fauna hutan mangrove yang dimana harga setiap fauna menggunakan harga pasar umum yang berlaku. Nilai ekonomi fauna Hutan Mangrove Munjang Desa Kurau Barat secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai Ekonomi Fauna Tahun 2019

Jenis Fauna	Luas Kawasan (Ha)	Nilai Ekonomi Fauna (Rp)
Reptil	213	886.080.000
Aves	213	3.525.150.000
Mamalia	213	2.875.500.000
Jumlah		7.286.730.000

Sumber: Olahan Data Primer dan Sekunder 2019

Berdasarkan Tabel 4 di atas, jenis fauna yang ada di Hutan Mangrove Munjang terdiri dari tiga kelas antara lain reptile (Ular Sanca Batik, Ular Cincin Emas, Kadal, Bengkarung, dan Biawak), mamalia (Lutung Kelabu, Bajing Kelapa, Monyet Ekor Panjang, Bajing Kerdil, dan Beruk), serta aves (Paok Bakau, Pekaka Emas, Sikatan Bakau, Caladi Tilik, Trinil Pantai, Cekakak Merah, Madu Bakau, Gajahan Penggala, Kancilan Bakau, Udang Punggung Merah, Elang Hitam, dan Ayam Hutan Merah) dengan nilai ekonomi sebesar Rp7.286.730.000.

c. Nilai Ekonomi Penyerapan Karbon

Objek wisata Hutan Mangrove Munjang yang terletak di Desa Kurau Barat, Kecamatan Koba, Kabupaten Bangka Tengah memiliki luas 213 hektar. Kawasan hutan mangrove dapat dikatakan merupakan wilayah berupa hutan primer yaitu hutan alam yang masih utuh yang belum mengalami gangguan alam maupun manusia. Nilai ekonomi penyerapan karbon hutan mangrove dengan penentuan nilai karbon yang digunakan pendekatan harga pasar karbon internasional dengan asumsi:

-) 1 ha hutan primer menyimpan 283 ton karbon (Brown dan Peaece, 1994) dalam (Karmila, 2015)
-) Nilai karbon adalah US\$ 5 per ton (asumsi US\$ 1= Rp 10.000, perubahan akan harga dollar di rupiahkan, maka dollar dihitung dengan harga Rp14.138,40 pada 10 Juli 2019).

Tabel 5. Perhitungan nilai karbon Tahun 2019

Luas (Ha)	Kemampuan Serapan (ton/ha)	Harga Karbon/ha US\$ 5 x Rp14.138,40	Nilai Penyerapan Karbon (Rp)
213	283	Rp70.692,00	4.261.243.068

Sumber: Olahan Data Primer dan Sekunder 2019

Berdasarkan Tabel 5, nilai penyerapan karbon yang diberikan objek wisata Hutan Mangrove Munjang Desa Kurau Barat yaitu sebesar Rp4.261.243.068. Perdagangan karbon ini membuat peluang menjual hutan tanpa menebang pohon, sehingga pembangunan yang berkelanjutan dapat terwujud. Dengan nilai serapan karbon tersebut, maka nilai serapan karbon di kawasan Hutan Mangrove Munjang masih bisa ditingkatkan dengan cara menjaga kelestarian hutan supaya tidak rusak.

1. Nilai Ekonomi Total Hutan Mangrove Munjang

Nilai ekonomi total Hutan Mangrove Munjang tiap tahun adalah penjumlahan dari beberapa nilai ekonomi baik nilai manfaat langsung maupun manfaat yang tidak langsung. Perincian total nilai ekonomi Hutan Mangrove Munjang dapat dijelaskan pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Total Nilai Ekonomi Hutan Mangrove Munjang Tahun 2019

No	Nilai Ekonomi	Total Nilai Ekonomi (Rp)
1	Flora	15.037.827.000
2	Fauna	7.286.730.000
3	Serapan Karbon	4.261.243.068
4	Biaya Perjalanan	1.706.760.900
Total		28.292.560.968

Sumber: Olahan Data Primer dan Sekunder 2019

Nilai ekonomi total Hutan Mangrove Munjang yang luasnya sekitar 213 Ha adalah sebesar Rp28.292.560.968 per tahunnya. Nilai ekonomi total ini diperoleh dari hasil penjumlahan dari nilai keanekaragaman hayati berupa nilai flora sebesar Rp15.037.827.000, nilai fauna sebesar Rp7.286.730.000, nilai serapan karbon sebesar Rp4.261.243.068, serta nilai biaya perjalanannya yaitu sebesar Rp1.706.760.900.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hutan Mangrove Munjang memberi manfaat yang relatif tinggi bagi masyarakat baik ditingkat lokal, regional, nasional maupun global. Dari seluruh nilai ekonomi yaitu nilai flora, fauna, serapan karbon, serta biaya perjalanan, penyumbang terbesar terhadap nilai ekonomi Hutan Mangrove Munjang adalah nilai ekonomi flora dan faunanya. Sehingga dapat disimpulkan keberadaan Hutan Mangrove Munjang itu sangat penting karena adanya hutan tersebut maka keberadaan flora dan faunanya dapat terjaga dengan baik dan juga keberadaan Hutan Mangrove Munjang dapat membantu mengurangi emisi karbondioksida yang ada. Hal ini sejalan dengan penelitian Deshita (2015), hasil penelitian valuasi ekonomi menunjukkan bahwa kawasan hutan mangrove Desa Tiwoho mempunyai nilai manfaat yang cukup besar yang dapat menunjang perekonomian masyarakat yaitu Rp2.316.961.823 per tahun. Dengan demikian masyarakat bersama pemerintah diharapkan agar dapat bahu membahu untuk tetap menjaga dan melestarikan keberadaan hutan mangrove dengan menerapkan pengelolaan pemanfaatan yang lestari dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Secara keseluruhan nilai ekonomi total objek wisata Hutan Mangrove Munjang yang luasnya 213 hektar adalah sebesar Rp28.292.560.968 per tahunnya. Nilai ekonomi total ini diperoleh dari hasil penjumlahan dari nilai keanekaragaman hayati berupa nilai flora sebesar Rp15.037.827.000, nilai fauna sebesar Rp7.286.730.000, nilai serapan karbondioksida sebesar Rp4.261.243.068, serta nilai biaya perjalanan (*travel cost*) yaitu sebesar Rp1.706.760.900.

Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

a. Bagi pengelola

Meningkatkan sarana prasarana, sehingga pengunjung merasa lebih nyaman ketika berkunjung ke objek wisata Hutan Mangrove. Perlu dilakukan pengawasan kepada masyarakat maupun pengunjung kawasan mangrove secara berkesinambungan agar hutan mangrove bisa terus terpelihara dan tidak tercemar.

b. Bagi masyarakat

Masyarakat diharapkan untuk ikut menjaga dan merawat ekosistem mangrove munjang agar tetap lestari.

c. Bagi pemerintah

Pemerintah harus membuat suatu tata hukum dan menindak berbagai kegiatan yang merusak ekosistem hutan mangrove.

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, Andi Wahdiat. 2015. *Valuasi Ekonomi Hutan Mangrove di Pesisir Pelabuhan Untia, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar*. Skripsi. Universitas Hasanuddin.
- Badan Pusat Statistik. 2017. *Bangka Tengah Dalam Angka. Proyeksi Penduduk Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2015-2025*.
- Deshita, W.K. 2015. *Valuasi Ekonomi Hutan Mangrove di Desa Tiwoho Kecamatan Wori Minahasa Utara*. Jurnal Cocos. Vol. 6 No. 8.
- Karmila, 2015. *Valuasi Ekonomi Hutan Gunung Menumbing di Kecamatan Munok Kabupaten Bangka Barat*. Skripsi. Universitas Bangka Belitung.
- Kordi, M.G.H. 2012. *Ekosistem Mangrove, Fungsi, Potensi dan Pengelolaan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Noya, D. 2012. *Konsep Valuasi Ekonomi Sumberdaya Alam*. Diakses Dari <http://bungdanon.blogspot.co.id/2012/11/konsep-valuasi-ekonomi-sumberdaya-alam.html> pada tanggal 12 Juli 2019.
- Prasetyo, D. E. 2013. *Struktur Komunitas Mangrove dan Kepiting (Ocypodidae dan Grapsidae), Serta Pendugaan Karbon Tersimpan Pada Komunitas Mangrove di Kabupaten Raja Ampat*. Skripsi. Universitas Jenderal Sudirman. Purwokerto.
- Setiawan, M.A. 2017. *Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pantai Tongaci dengan Pendekatan Biaya Perjalanan (Travel Cost) di Kabupaten Bangka*. Skripsi. Universitas Bangka Belitung.
- Siaran Pers Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. http://ppid.menlhk.go.id/siaran_pers/browse/561
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhandar, Arie. 2016. *Valuasi Ekonomi Sumber Daya Hutan Pelawan di Desa Namang Kabupaten Bangka Tengah*. Universitas Bangka Belitung.

Susilowati. 2009. *Valuasi Ekonomi Dengan Menggunakan Pendekatan Travel Cost Method. Skripsi Mahasiswa Departement Ekonomi dan Lingkungan, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.*

Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis.* Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

SIKAP PETANI TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH MANDIRI DI KECAMATAN GUBUG KABUPATEN GROBOGAN

Sella Setya Sahanaya, Sriroso Satmoko dan Tutik Dalmiyatun

Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro

Email Korespondensi: sellasahanaya14@gmail.com

Hp: (085640652656)

Kata Kunci:
faktor pembentuk sikap, produk Bank Syariah Mandiri, sikap petani.

Abstrak

Bank merupakan lembaga keuangan yang penting dalam menunjang pertumbuhan perekonomian serta bank juga menjadi alternatif sumber permodalan bagi petani untuk memenuhi kebutuhan sarana produksi pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk Bank Syariah Mandiri, menganalisis sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri, menganalisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi sikap petani meliputi umur, pendidikan, lamanya usahatani, jumlah tanggungan keluarga serta pendapatan terhadap produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug kabupaten Grobogan. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode survei. Penelitian dilaksanakan pada bulan 14 Juni - 30 Juli 2019 di Desa Trisari, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan. Lokasi penelitian dipilih secara disengaja (purposive). Metode penentuan jumlah sampel yang digunakan yaitu Purposive Sampling dengan menggunakan teknik non probability. Jumlah responden 47 orang kelompok Tani Subur Makmur. Data dianalisis dengan analisis deskriptif untuk menganalisis sikap petani dan faktor-faktor pembentuk sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara faktor pembentuk sikap dengan sikap petani pada produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan dengan menggunakan regresi linier berganda. Sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri dalam kategori setuju dengan skor 77,78%. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa secara serempak ada pengaruh yang signifikan antara umur petani, tingkat pendidikan, lamanya usahatani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan pada Sikap Petani

terhadap Produk bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Berdasarkan uji t didapatkan hasil bahwa umur petani, tingkat pendidikan dan pendapatan secara parsial berpengaruh pada Sikap Petani terhadap Produk bank Syariah Mandiri. Lamanya usahatani serta jumlah tanggungan keluarga secara parsial tidak berpengaruh pada Sikap Petani terhadap Produk bank Syariah Mandiri.

ATTITUDE OF FARMERS ON SYARIAH MANDIRI BANKING PRODUCT GUBUG DISTRICT, GROBOGAN REGENCY

Keywords:

attitude forming factors, Bank Syariah Mandiri products, attitudes of farmers.

Abstrak

Bank was one of the important financial institutions in supporting economic growth, the bank was being an alternative source of capital for farmers to meet the needs of agricultural production facilities. This study aims to analyze the factors that influence the attitudes of farmers towards Bank Syariah Mandiri products, analyze the attitudes of farmers toward Bank Syariah Mandiri products, analyze the influence of factors that influence the attitudes of farmers including education, age duration of farming, number of family dependents and income towards Bank Syariah Mandiri products in Grobogan Regency Gubug District. The method used in this study is a survey method. The study was conducted on Juny 14-July 30, 2019 in Trisari Village, Gubug District, Grobogan Regency. Research location was chosen intentionally and the method of determining the number of samples used is purposive sampling with non-probability techniques. The number of respondents is 47 people from the Farmer Group Subur Makmur. Data analyzed with descriptive analysis to analyze the attitudes of farmers, and the factors forming farmers' attitudes towards Bank Syariah Mandiri Products while the quantitative analysis was used to determine the effect of attitude forming factors with farmers' attitudes towards Bank Syariah Mandiri Products in the Gubug District using multiple linear regression. Farmer's attitude towards Bank Syariah Mandiri Products in the category good/like with a score of 77.78%. Based on the F test shows that simultaneously there is a significant influence between the age of the farmer, the length of farming, the level of education the number of family dependents, and the income of farmers' Attitudes towards Bank Mandiri Syariah Products in Grobogan District. The length of farming, and the number of family dependents partially do not affect the farmers' attitudes towards Bank Syariah Mandiri Products. Based on the t test, the results show that the age of the farmer, the level of education, and income partially influences the attitude of the Farmers towards Bank Syariah Mandiri

Products. Keyword: attitude forming factors, Bank Syariah Mandiri products, attitudes of farmers.

How to Cite (APA 6th Style):

Sahanaya, S. S., Satmoko, S., & Dalmyiatun, T. (2020). Sikap Petani Terhadap Produk Bank Syariah Mandiri Di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 114–131.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p10>

PENDAHULUAN

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang penting dalam menunjang pertumbuhan perekonomian, bank menjadi alternatif sumber permodalan bagi petani untuk memenuhi kebutuhan sarana produksi pertanian, mayoritas masyarakat di Indonesia beragama islam terutama masyarakat petani, adanya perkembangan ekonomi serta kebutuhan untuk memenuhi permodalan menjadi peluang bagi bank syariah agar dimanfaatkan oleh petani sebagai sumber modal. Petani merupakan salah satu mitra bank yang membutuhkan modal untuk mengelola pertanian yang mereka miliki, penting bagi petani untuk memahami produk serta mekanisme pembiayaan syariah yang menjadi salah satu alternatif dari jasa perbankan yang sudah ada.

Kecamatan Gubug adalah salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Grobogan Provinsi Jawa Tengah. Terdapat 21 desa yang ada disana dan salah satunya yaitu Desa Trisari. Desa Trisari memiliki wilayah seluas 277,01 Ha sedangkan Kecamatan Gubug mempunyai luas 7.111,25 ha. Kecamatan Gubug terdiri dari lahan sawah sebesar 3.313,46 Ha, Lahan tanah kering sebesar 3.797,79 Ha. Lahan pertanian sawah tersebut yang tergolong dalam lahan irigasi sebesar 3.176,52 Ha, lahan tadah hujan sebesar 136,94 Ha. Lahan tanah kering terdiri dari Tegalan/kebun sebesar 586,29 Ha, Pekarangan sebesar 1.601,50 Ha, Perkebunan 0 Ha, Hutan Negara 1.182,90 Ha, Kolam atau tambak 0 Ha, dan lainnya sebesar 427,10 Ha. Bagian pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan yang rendah yaitu lulusan SD sebesar 63,82%. Sedangkan untuk lulusan DIII sebesar 2,12%. Hal ini menunjukkan sebagian besar kelompok tani Subur Makmur masih belum menyadari pentingnya pendidikan. Kondisi tersebut berpengaruh terhadap produk yang di berikan bank syariah menjadi sebuah produk yang mudah untuk dipahami serta masuk kepada masyarakat. Bank syariah Mandiri menerapkan sistem bagi hasil yang adil, bank syariah Mandiri menggunakan prinsip Syariah islam dan petani dengan mudah memahami produk yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri, petani mengetahui hal tersebut melalui teman, brosur dan leaflet. Secara afektif sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri sebesar 77,70%, para petani senang atau suka dengan produk yang disediakan oleh Bank syariah Mandiri, petani merasa bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki manfaat untuk petani dalam memenuhi kebutuhan permodalan untuk usahatani yang mereka miliki, produk yang ditawarkan berupa produk penghimpun dana dari masyarakat (*funding*), produk penyaluran dana kepada masyarakat (*financing*) serta pelayanan jasa (*Fee based income product*) yang membuat petani tertarik untuk menggunakannya, petani tertarik dan senang untuk menggunakan

produk bank syariah Mandiri karena produk yang ditawarkan bank syariah Mandiri menggunakan prinsip syariah yaitu bebas bunga dan sistem bagi hasil. Berdasarkan hasil perhitungan skor sikap menunjukkan bahwa sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri dalam kategori setuju/baik dengan skor rata-rata 77,78%.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis sikap petani terhadap produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug kabupaten Grobogan, menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, menganalisis pengaruh faktor-faktor pembentuk sikap meliputi umur, pendidikan, lamanya berusaha, jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan terhadap sikap petani dalam produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug kabupaten Grobogan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 14 Juni - 30 Juli 2019 di Desa Trisari Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Penentuan lokasi tersebut dipilih secara sengaja atau *Purposive* dengan pertimbangan lokasi tersebut dipilih karena memiliki kelompok tani yang sudah maju, pendapatan utama petani didapatkan dari usahatani, mengetahui lembaga keuangan perbankan dan letak geografis yang strategis sehingga akses menuju Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan jauh lebih mudah. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei. Metode survei merupakan metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya yaitu untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Ardiansyah, 2010).

Metode untuk penentuan jumlah sampel yang digunakan yaitu *Purposive Sampling* dengan teknik *non probability*. Jumlah responden 47 orang kelompok Tani Subur Makmur. Data dianalisis dengan analisis deskriptif untuk menganalisis sikap petani dan faktor-faktor pembentuk sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara faktor pembentuk sikap dengan sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan dengan menggunakan regresi linier berganda. Data primer dan data sekunder adalah data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer diperoleh dari hasil pengisian kuesioner, wawancara langsung pada responden serta observasi. Data sekunder diperoleh dari hasil studi pustaka dengan mencari data dari buku, jurnal, maupun catatan dari sumber dan dinas terkait. Data yang telah diperoleh kemudian dilakukan analisis sebagai berikut:

Variabel yang diukur dalam penelitian ini terdiri dari variabel Tidak Bebas (Y) sikap petani terhadap produk Bank Syariah Mandiri diukur dengan menggunakan nilai skor 1-5. Responden akan diminta untuk memilih sejumlah kategori yang tersedia dari variabel yang ada, kemudian diukur dengan skala pengukuran sikap likert.

Kriteria interpretasi:

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Angka 0 % - 19,99% | = sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali) |
| 2. Angka 20 % - 39,99% | = tidak setuju/ kurang baik |
| 3. Angka 40 % - 59,99% | = cukup/ netral |

4. Angka 60 % - 79,99% = setuju/baik
 5. Angka 80 % - 100% = sangat (setuju/baik/suka) (Nazir, 2005).

Variabel (X) diukur dari beberapa indikator faktor pembentuk sikap meliputi:

- X1: umur petani
 X2: tingkat pendidikan petani
 X3: lamanya usahatani
 X4: jumlah tanggungan keluarga
 X5: pendapatan

Analisis Regresi Linier Berganda

Sesuai dengan tujuan penelitian, metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi akan menentukan suatu persamaan yang menaksir sifat pengaruh fungsional antara variabel dependen dengan variabel-variabel independen (Sukirno, 2014). Formulasi analisis regresi linier berganda yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \mu e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Sikap Petani terhadap Produk bank syariah

a = Konstanta

b = koefisien regresi untuk masing-masing variabel

X1= umur petani (tahun)

X2= tingkat pendidikan petani (tahun)

X3= lamanya usahatani (tahun)

X4= jumlah tanggungan keluarga (jiwa)

X5= pendapatan petani (Rupiah)

e = variabel pengganggu

Uji f

Uji f digunakan untuk menguji variabel-variabel tersebut apakah berpengaruh terhadap sikap petani terhadap Bank Syariah Mandiri, maka digunakan analisis uji f.

Kreteria uji serempak adalah:

F hitung > F tabel: maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

H_1 diterima artinya variabel bebas secara bersamaan berpengaruh nyata terhadap variabel terikat pada tingkat kepercayaan tertentu.

F hitung \leq F tabel: maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

H_0 diterima artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat pada tingkat kepercayaan tertentu (Hasan 2006).

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji variabel-variabel tersebut apakah secara parsial berpengaruh terhadap sikap petani, maka digunakan analisis uji t

Kreteria uji t adalah:

t hitung > t tabel maka..... H_0 ditolak

t hitung \leq t tabel maka..... H_0 diterima (Hasan, 2006).

Pengambilan keputusan uji t adalah apabila $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan apabila $\text{sig} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Sujarweni 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kecamatan Gubug

Kecamatan Gubug merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Grobogan Provinsi Jawa Tengah. Terdapat 21 desa yang ada di Kecamatan Gubug salah satunya yaitu Desa Trisari. Desa Trisari memiliki luas wilayah 277,01 Ha sedangkan Kecamatan Gubug sendiri mempunyai luas 7.111,25 ha. Kecamatan Gubug terdiri dari lahan sawah sebesar 3.313,46 Ha, Lahan tanah kering sebesar 3.797,79 Ha. Lahan pertanian sawah tersebut yang tergolong dalam lahan irigasi sebesar 3.176,52 Ha, lahan tadah hujan sebesar 136,94 Ha. Lahan tanah kering terdiri dari Tegalan/kebun sebesar 586,29 Ha, Pekarangan sebesar 1.601,50 Ha, Perkebunan 0 Ha, Hutan Negara 1.182,90 Ha, Kolam atau tambak 0 Ha, dan lainnya sebesar 427,10 Ha. Batas utara yaitu Kecamatan Kebonagung Kabupaten Demak, Batas selatan Kecamatan Tanggunharjo, Batas barat Kecamatan Tegowanu, Batas timur Kecamatan Godong dan Karangrayung. Desa Trisari terbagi menjadi 3 dusun, 4 RW, 14 RT dan 1.039 KK. Penduduk Desa Trisari berjumlah 2.673 jiwa terdiri dari 1.462 laki-laki dan 1.443 perempuan. Desa Trisari terletak di wilayah yang merupakan dataran rendah dengan ketinggian 13 mdpl menyebabkan desa Trisari sangat subur sehingga menghasilkan potensi pertanian seperti jagung, padi, serta palawija. Luas panen tanaman pangan di desa Trisari untuk padi yaitu sebesar 467 Ha.

Keadaan Umum Kelompok Tani Subur Makmur

Obyek yang menjadi responden pada penelitian ini adalah petani di kelompok tani Subur Makmur Desa Trisari, Kecamatan Gubug, Kabupaten Grobogan. Jumlah responden yang dijadikan sebagai sampel adalah 47 orang. Mayoritas responden menjadikan usahatani sebagai pekerjaan utama untuk memenuhi kebutuhan hidup. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, lamanya usahatani, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga serta pendapatan yang dimiliki.

Responden seluruhnya didominasi oleh laki-laki sebanyak 47 orang hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar petani adalah laki-laki karena pekerjaan dilakukan diluar ruangan dan laki-laki sebagai tulang punggung keluarga yang bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan sebagai petani membutuhkan tenaga yang besar untuk mengelola lahan pertanian yang dimiliki sehingga hal tersebut dapat dilakukan oleh petani laki-laki. Biasanya perempuan hanya akan membantu dalam urusan rumah tangga atau terkadang menggantikan laki-laki untuk menghadiri rapat rutin yang dilakukan oleh kelompok tani pada saat suami mereka tidak dapat menghadiri rapat rutin yang diselenggarakan disana.

Kelompok Tani di desa Trisari Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan berdiri sejak 28 Desember 2009 dan didirikan oleh petani di desa Trisari dan atas bantuan PPL (Petugas Penyuluh Lapangan) dengan nama Kelompok Tani Subur Makmur. PPL berfungsi sebagai pembimbing pada kelompok tani Subur Makmur untuk

memberikan arahan kepada petani agar dapat memajukan pertanian yang mereka jalani. Petani di Desa Trisari kecamatan Gubug kabupaten Grobogan merupakan petani hamparan dan petani domisili. Responden merupakan petani hamparan yakni petani yang memiliki hamparan lahan usahatani yang sama. Kelompok tani Subur Makmur menerapkan sistem pertanian monokultur dengan komoditas yang ditanam berupa padi karena tanaman padi merupakan tanaman pangan yang penting guna memenuhi bahan pokok bagi petani serta masyarakat. Hal ini sesuai dengan pendapat Ishaq *et al.*, (2017) yang menyatakan bahwa tanaman padi merupakan tanaman budidaya yang sangat penting bagi umat manumur dan menjadi sumber bahan utama bagi hampir setengah penduduk dunia.

Kelompok tani ini memiliki agenda rutin setiap tahun seperti penanaman padi secara serentak, pemupukan, penyemprotan tanaman padi, pemberantasan tikus menggunakan burung hantu dan berbagai agenda lainnya sesuai dengan arahan PPL. Agenda rutin pemeliharaan tanaman padi dilakukan secara berkala setiap 2 bulan sekali. Selain itu kelompok tani ini juga menyediakan peminjaman alat-alat pertanian seperti traktor untuk pengolahan lahan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sinuraya, M., Barus, A. Hasanah 2015) yang menyatakan bahwa pemupukan merupakan salah satu teknik budidaya yang harus diterapkan untuk mendapatkan produksi tanaman yang tinggi, pemupukan digunakan untuk merangsang tanaman agar lebih cepat berbuah selain dilakukan melalui akar, pemberiannya dapat juga melalui daun dengan cara disemprotkan.

Adanya kelompok tani Subur Makmur ini diharapkan mampu menjawab persoalan yang dihadapi petani serta sebagai wadah bagi petani untuk saling bertukar pikiran dan berdiskusi. Kelompok Tani Subur Makmur juga memiliki seksi simpan pinjam yang berguna untuk menghimpun dana dari anggota kelompok dan arisan rutin sehingga setiap bulannya pertemuan dapat dilaksanakan. Dana arisan yang terkumpul dapat dipinjamkan kepada petani lain yang membutuhkan modal dengan sukarela. Petani menggunakan bantuan lembaga keuangan bank dan bukan bank dalam menjalankan usahatani yang mereka miliki. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Junanda 2018) yang menyatakan bahwa lembaga keuangan dibedakan menjadi dua yaitu bank dan bukan bank, lembaga bukan bank merupakan semua badan usaha yang kegiatannya dibidang keuangan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan

Pada penelitian yang ada sebelumnya berjudul "*Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan petani memilih lembaga keuangan syariah sebagai sumber kredit*" oleh Arifandi menunjukkan bahwa secara serempak faktor umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, pendapatan, prosedur kredit mempengaruhi keputusan petani memilih lembaga keuangan syariah sebagai sumber kreditnya. Hal ini diperoleh dari hasil signifikansi yang diperoleh sebesar 0,00 atau $\alpha < 0.05$. Secara parsial diperoleh umur dan pendapatan mempengaruhi keputusan petani untuk memilih lembaga keuangan syariah sebagai sumber kreditnya. Hal ini diperoleh dari hasil signifikansi yang diperoleh untuk variabel umur sebesar $0.02 < 0,05$ dan variabel pendapatan sebesar $0,00 < 0,05$. Sedangkan untuk tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, serta prosedur kredit tidak mempengaruhi keputusan petani dalam memilih lembaga keuangan syariah sebagai sumber kredit. Hal ini diperoleh

dari signifikansi untuk masing-masing variable tingkat pendidikan sebesar 0,79, jumlah tanggungan sebesar 0,29, dan prosedur kredit sebesar 0,27. Selanjutnya pada penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi petani dalam menjual hasil pertaniannya” oleh Charlie Malewa menunjukkan hasil bahwa umur sebesar $0.02 < 0,05$ dan variabel pendapatan sebesar $0,00 < 0,05$. Sedangkan untuk tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, dan prosedur kredit tidak mempengaruhi keputusan petani dalam memilih lembaga keuangan syariah sebagai sumber kredit. Hal ini diperoleh dari signifikansi untuk masing-masing variable tingkat pendidikan sebesar 0,79, jumlah tanggungan sebesar 0,29, dan prosedur kredit sebesar 0,27.

Pada penelitian ini memiliki perbedaan dari kedua penelitian sebelumnya, pada penelitian ini menjelaskan mengenai faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan pada penelitian ini meliputi faktor karakteristik sosial ekonomi yaitu umur, lamanya usahatani, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pendapatan yang telah diuraikan pada Tabel dibawah ini

Tabel 1. Jumlah Dan Persentase Responden Berdasarkan Umur, Pendidikan, Pendapatan per Bulan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Lamanya Usahatani

Keterangan	Karakteristik Responden	
	Jumlah	Persentase
Umur (Tahun)	--orang--	--%--
<31	0	0
31 – 40	9	19,14
41 – 50	15	31,91
51 – 64	17	36,18
>64	6	12,77
Jumlah	47	100
Pendidikan		
Tidak Lulus SD	0	0
SD	30	63,82
SMP	12	25,54
SMA	4	8,52
DIII	1	2,12
Jumlah	47	100
Pendapatan per bulan		
≤ Rp 500.000,-	7	14,89
>Rp 500.000,- – Rp 1.000.000,-	19	40,42
>Rp 1.000.000,- – Rp 3.000.000,-	16	34,04
>Rp 3.000.000,- – Rp 5.000.000,-	5	10,63
>Rp 5.000.000,-	0	0,00
Jumlah	46	100
Jumlah tanggungan keluarga		
1-3	18	38,29
4-6	29	61,71

>6	0	0
Jumlah	47	100
Lamanya usahatani		
1-10	11	23,41
11-20	15	31,91
21-30	19	40,42
31-40	2	4,25
>40	0	0
Jumlah	47	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa mayoritas responden berumur 51–64 tahun dengan persentase responden sebesar 36,18% dan responden umur 41 – 50 tahun sebesar 31,91%. Besarnya persentase tersebut telah menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berumur produktif serta bekerja sehingga dapat menjalankan usahatani mereka. Umur tertinggi >64 tahun sebesar 12,77% menunjukkan bahwa masih ada petani yang umurnya sudah tidak produktif akan tetapi masih menjalankan usahatani yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Umur berpengaruh terhadap kemampuan kerja seorang petani, semakin tua umur petani maka kemampuan kerja juga menurun. Hal ini sesuai dengan pendapat (Mantra 2003) yang menyatakan bahwa kelompok umur 0-14 tahun dianggap sebagai kelompok penduduk yang belum produktif secara ekonomi sedangkan kelompok penduduk pada umur 15-64 tahun sebagai kelompok produktif dan kelompok umur 65 tahun ke atas sebagai kelompok penduduk yang sudah tidak produktif lagi.

Responden yang tergolong umur produktif memiliki kemampuan fisik yang kuat sehingga dapat bekerja dengan optimal. umur yang sudah matang juga menentukan kemampuan petani dalam berfikir sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menjalankan usahatani. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rukka, H. dan A 2013) yang menyatakan bahwa umur merupakan suatu aspek yang berpengaruh terhadap kemampuan fisik, psikologis serta biologis seseorang.

Bagian pendidikan menunjukkan sebagian besar responden memiliki pendidikan yang rendah yaitu lulusan SD sebesar 63,82%. Sedangkan untuk lulusan DIII sebesar 2,12%. Hal ini menunjukkan sebagian besar kelompok tani Subur Makmur masih belum menyadari pentingnya pendidikan. Selain itu juga disebabkan oleh keterbatasan ekonomi serta kebudayaan yang dimiliki oleh petani, rata-rata petani hanya lulusan SD sehingga sebagian besar lebih memilih bekerja untuk mencukupi kebutuhan daripada melanjutkan pendidikan, petani dengan pendidikan tinggi termasuk dalam jumlah yang kecil hal ini dikarenakan sebagian besar petani tidak memprioritaskan status pendidikan untuk bekerja sebagai petani karena petani hanya memerlukan modal tenaga dan pengalaman dalam menjalankan usahatani, pendidikan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap petani. Hal ini sesuai dengan pendapat (Azwar 2013) yang menyatakan bahwa berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap salah satunya adalah pendidikan.

Petani yang memiliki pendidikan yang cukup dapat berkomunikasi dengan baik sehingga adanya interaksi antar petani dapat menimbulkan terjadinya hubungan timbal balik keduanya yang mempengaruhi sikap petani dalam penerimaan informasi. Hal ini sesuai dengan pendapat (Ahmadi 2009) yang menyatakan bahwa sikap dapat dibentuk atau diubah apabila terdapat hubungan timbal balik yang langsung antara manusia serta adanya komunikasi. Diperkuat oleh pendapat (Oktavia 2018) yang menyatakan bahwa prestasi belajar yang didapatkan oleh seorang individu bisa digunakan untuk mengetahui taraf kemampuannya, dari individu tersebut masuk sekolah hingga pendidikan terakhir yang dia capai. Pendidikan memungkinkan seseorang mendapatkan pengalaman, pengetahuan, baik secara otomatis maupun praktis mengenai objek sikap mengenai individu tersebut.

Berdasarkan Tabel 1. pada bagian jumlah pendapatan, responden dengan pendapatan >Rp500.000,- – Rp1.000.000,- per bulan dengan persentase sebesar 40,42% dan responden dengan pendapatan >Rp 3.000.000,- – Rp 5.000.000,- per bulan persentasenya sebesar 10,63%. Hal ini menunjukkan bahwa petani masih membutuhkan pendapatan yang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan perekonomiannya serta berbagai hal lain untuk kebutuhan sarana dan prasarana pertanian sehingga pendapatan berpengaruh terhadap sikap yang mereka miliki. Hal ini sesuai dengan pendapat (Azmi, Mhd.Rullyanda, Hasman Hasyim 2013) yang menyatakan bahwa karakteristik sosial ekonomi salah satunya yaitu pendapatan mempengaruhi sikap petani serta segala aspek kehidupan petani dalam memenuhi kebutuhan ekonomi.

Petani juga mampu menggunakan sumberdaya secara efisien dalam pengelolaan usahatani yang dimiliki dengan meningkatkan pendapatan melalui usahatani. Hal ini diperkuat oleh (Fauziyah 2010) yang menyatakan bahwa petani yang menggunakan sumberdaya secara efisien akan mampu mengeksploitasi atau menggali seluruh potensi sumberdaya usahatani untuk meningkatkan pendapatan.

Bagian jumlah tanggungan keluarga setiap petani memiliki tanggungan keluarga sebesar 1-6 orang. Jumlah responden dengan tanggungan keluarga 1-3 orang sebesar 38,29%, sedangkan jumlah responden dengan tanggungan keluarga terbesar yakni 4-6 orang sebesar 61,71%. Petani yang memiliki tanggungan keluarga besar membutuhkan pendapatan yang besar pula untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga mereka juga memiliki pekerjaan sampingan seperti menjadi buruh, berdagang serta pekerjaan lainnya. Semakin banyak tanggungan keluarga maka semakin banyak kebutuhan petani untuk memenuhi tanggungan keluarganya. Banyaknya tanggungan keluarga yang dimiliki akan mempengaruhi pengeluaran petani. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Gusfrianti and Budiartiningsih 2010) yang menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga mempunyai pengaruh terhadap peningkatan pendapatan petani.

Berdasarkan Tabel 1. Pengalaman usahatani pada responden berbeda-beda, responden memiliki pengalaman usahatani mulai dari 1-40 tahun, responden dengan pengalaman usahatani 21-30 tahun sebesar 40,42% sedangkan pengalaman usahatani 31-40 tahun sebesar 4,25%.

Semakin lama pengalaman usahatani maka semakin terampil serta kompeten dalam menjalankan pekerjaan. Lamanya usahatani dapat juga mendukung petani

untuk mengembangkan usahatani, petani yang sudah memiliki banyak pengalaman tentunya dapat menghadapi masalah-masalah yang seringkali terjadi.

Pengalaman usahatani yang dimiliki akan menentukan seberapa besar kemampuan petani dalam menjalankan usahatani. Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang menyatakan bahwa setiap petani memahami aspek teknis dan non teknis dalam kegiatan usahatani. Semakin lama usahatani maka semakin banyak pembelajaran yang dimiliki oleh petani. Selain itu pengalaman bertani berpengaruh pada sikap petani terhadap inovasi maupun teknologi baru. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sitopu, Fauzia, and Jufri 2014) yang menyatakan bahwa lama pengalaman yang dimiliki dapat mempengaruhi kemudahan diri dalam menerima inovasi dari luar.

Sikap petani terhadap produk Bank syariah Mandiri

Sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan pada penelitian ini mencakup komponen kognitif, afektif dan konatif, pengukuran skor sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri terangkum dalam tabel dibawah :

Tabel 2. Persentase dan Kategori Jumlah Skor Sikap

Jumlah skor	Presentase (%)	Kategori
Kognitif	78,04	Setuju/baik
Afektif	77,70	Setuju/baik
Konatif	77,61	Setuju/baik
Rata-rata	77,78	Setuju/baik

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan data hasil perhitungan skor untuk sikap menunjukkan bahwa sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri dalam kategori setuju atau baik dengan skor rata-rata 77,78%. Secara kognitif sebesar 78,04% petani memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk Bank Syariah Mandiri karena bank syariah Mandiri menerapkan sistem bagi hasil yang adil, bank syariah Mandiri menggunakan prinsip Syariah islam dan petani dengan mudah memahami produk yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri, petani mengetahui hal tersebut melalui teman, brosur dan leaflet. Hal ini sesuai dengan pendapat (Marimin and Romdhoni 2017) yang menyatakan bahwa bank syariah adalah badan usaha yang menjalankan aktivitasnya berdasarkan prinsip syariah baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana dengan memberikan imbalan atas dasar prinsip syariah.

Secara afektif sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri sebesar 77,70%, petani suka dengan produk yang disediakan oleh Bank syariah Mandiri, petani merasa bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki sebuah manfaat untuk petani dalam memenuhi kebutuhan usahatani, produk yang ditawarkan berupa produk penghimpun dana dari masyarakat (*funding*), produk penyaluran dana kepada masyarakat (*financing*) dan pelayanan jasa (*Fee based income product*) membuat petani tertarik untuk menggunakannya, petani tertarik dan senang untuk menggunakan produk bank syariah Mandiri karena produk yang ditawarkan bank syariah Mandiri menggunakan prinsip syariah yaitu bebas bunga dan sistem bagi hasil. Hal ini sesuai dengan pendapat (Asaad 2011) yang menyatakan bahwa tiga

hal yang menjadi ciri dari pembiayaan syariah, yaitu bebas dari bunga (*interest free*), bagi hasil serta resiko (*profit loss sharing*) serta perhitungan bagi hasil dilakukan pada saat transaksi berakhir, hal ini berarti pembagian hasil dilakukan setelah ada keuntungan riil, bukan berdasar pada asumsi bahwa besarnya keuntungan usaha yang akan diperoleh di atas bunga kredit.

Secara konatif sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri dalam kategori setuju atau baik sebesar 77,78%, petani ingin menggunakan fasilitas produk Bank Syariah Mandiri untuk memenuhi kebutuhan permodalan pertanian mereka, petani akan menggunakan produk pembiayaan bank syariah berdasarkan prinsip bagi hasil, sikap petani menunjukkan sikap yang positif baik secara kognitif, afektif dan konatif. Hal ini sesuai dengan pendapat (Hurriyati 2005) yang menyatakan bahwa ada tiga komponen pembentuk sikap, yaitu komponen kognitif dapat dipahami sebagai komponen kepercayaan yang didasari oleh pengetahuan, persepsi serta pengalaman mengenai suatu objek. Komponen afektif yaitu emosi-emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu objek. Komponen konatif dipahami sebagai kesiapan untuk berperilaku tertentu yang didasari oleh suatu sikap tertentu.

Sikap petani terhadap Bank Syariah Mandiri positif karena petani tertarik dan senang dengan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri serta ingin mencoba menggunakan produk Bank Syariah Mandiri hal ini terlihat dari sikap yang mereka miliki

tidak menolak adanya bank Syariah Mandiri serta senang dengan adanya Bank Syariah Mandiri. Hal ini sesuai dengan pendapat Sarlito (2012) yang menyatakan bahwa sikap dinyatakan dalam tiga domain ABC, yaitu *Affect*, *Behaviour*, dan *Cognition*. *Affect* adalah perasaan yang timbul (senang, tak senang), *Behaviour* adalah perilaku yang mengikuti perasaan itu (mendekat, menghindar), dan *Cognition* adalah penilaian terhadap objek sikap (bagus, tidak bagus).

Promosi yang dilakukan oleh bank syariah Mandiri dirasa kurang menyeluruh oleh petani serta masih sedikit kantor yang dimiliki oleh bank syariah mandiri, selain itu pesaing yang memberikan kemudahan akses bagi petani membuat sedikit petani yang menggunakan Bank Syariah Mandiri, disarankan kepada bank syariah Mandiri untuk meningkatkan kegiatan sosialisasi dan promosi kepada masyarakat agar masyarakat lebih mengenal dan mengerti produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Apriyanti (2018) yang menyatakan bahwa terdapat beberapa kelemahan bank syariah diantaranya yaitu promosi bank syariah yang kurang menyeluruh ke berbagai masyarakat, kantor yang dimiliki sedikit, ketidaktahuan masyarakat tentang bank syariah, fasilitas anjungan tunai mandiri (ATM) sedikit. Hal ini diperkuat oleh pendapat Sujarwo dan Sari (2017) yang menyatakan bahwa sikap masyarakat terhadap sistem serta produk perbankan syariah menunjukkan bahwa sebagian masyarakat tidak mengetahui produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Uji validitas

Pada penelitian ini pengujian validitas terhadap kuesioner menggunakan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Hasil uji validitas dengan SPSS 17.0 menunjukkan bahwa validitas instrumen variabel sikap sebanyak 30 butir pertanyaan seluruhnya diperoleh $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,282, ini berarti variabel

sikap valid. Hal ini tersebut sesuai dengan pendapat (Ghozali 2011) yang menyatakan bahwa jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah cara atau alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel untuk mengetahui kuesioner tersebut konsisten atau stabil. Sesuai dengan pendapat (Ghozali 2011) yang menyatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Berdasarkan dari hasil analisis SPSS 17.0 didapatkan hasil yang menunjukkan koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) adalah *reliabel*, artinya untuk semua pertanyaan dapat diandalkan atau *reliable*. Hal ini sesuai dengan pendapat (Astuti 2015) yang menyatakan bahwa kriteria yang reliabel ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6.

Uji normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi variabel dependen dalam model regresi yang diajukan berdistribusi normal atau tidak. Data pada penelitian ini diuji normalitasnya dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan SPSS 17.0 diketahui bahwa seluruh variabel berdistribusi normal dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0.526, nilai tersebut lebih besar sama dengan 0,05 sehingga H_0 diterima yang artinya data tersebut berdistribusi normal. Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Muhson 2015) yang menyatakan bahwa langkah uji normalitas untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan cara melihat nilai signifikansi yang diperoleh. Apabila diperoleh nilai $\alpha < 0,05$ maka artinya distribusi data tidak normal dan jika nilai $\alpha \geq 0,05$ distribusi data normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan SPSS 17.0, uji tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah model analisis regresi linier berganda ideal serta memenuhi syarat uji. Hal ini sesuai dengan pendapat (Algifari 2015) yang menyatakan bahwa syarat untuk melakukan uji regresi linier berganda adalah data yang diamati harus berdistribusi normal, antar variabelnya tidak terdapat hubungan linier yang kuat (tidak multikolinearitas), varian data konstan (tidak heterokedastisitas), tidak terjadi korelasi residual antar pengamatan (tidak autokorelasi) serta hubungan antar variabel dalam regresi adalah linier. Uji asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas serta uji autokorelasi.

Uji multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan SPSS 17.0 diperoleh hasil bahwa seluruh variabel (umur petani, tingkat pendidikan petani, lamanya usaha tani, jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan petani) memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai *VIF* < 10, sehingga tidak terjadi multikolinieritas serta pengujian dapat dilanjutkan. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas antar variabel dependen. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2006) yang menyatakan bahwa nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai *VIF* < 10 tidak terjadi multikolinieritas.

Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode waktu tertentu dengan variabel sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2011) yang menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) pada model regresi linier. Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan SPSS 17.0 diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,814. Sementara nilai batas atas (du) untuk jumlah responden 47 adalah 1,72 dan sehingga $4 - du = 2,23$. Jadi dapat ditarik kesimpulan $du < d < 4 - du$ atau tidak terdapat autokorelasi.

Uji heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan SPSS 17.0 diketahui bahwa seluruh variabel (tingkat pendidikan petani dengan sig.= 0,268, umur petani dengan sig.= 0,587, lamanya usaha tani dengan sig.=0,502, jumlah tanggungan keluarga dengan sig.= 0,834 dan pendapatan petani dengan sig.= 0,142) memiliki nilai Sig. > Taraf Signifikansi, sehingga H_0 diterima serta tidak terjadi heteroskedastisitas. Sesuai dengan pendapat Ghozali, (2006) yang menyatakan bahwa apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha=0,05$) atau Sig. > 0,05 maka dalam model regresi tidak terjadi sebuah gejala heterokedastisitas.

Pengaruh faktor pembentuk sikap terhadap sikap petani

Analisis regresi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh umur petani (X1), tingkat pendidikan petani (X2), lamanya berusaha tani (X3), jumlah tanggungan keluarga (X4) dan pendapatan petani (X5) terhadap sikap petani pada produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Analisis regresi adalah studi tentang ketergantungan variabel dependen dengan variabel-variabel independen untuk memperkirakan nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan pada nilai variabel independen yang diketahui. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sukirno 1994) yang menyatakan bahwa analisis regresi akan menentukan suatu persamaan yang menaksir sifat pengaruh fungsional antara variabel dependen dengan variabel-variabel independen. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan menggunakan sistem SPSS 17.00 maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 16,803 + 1,038X_1 + 2,119X_2 + 0,37X_3 + 0,298X_4 + 1,314X_5$$

Keterangan:

Y = Sikap Petani pada Produk bank syariah

a = Konstanta

b = koefisien regresi untuk setiap masing-masing variable

X1= umur petani (tahun)

X2= tingkat pendidikan petani (tahun)

X3= lamanya usahatani (tahun)

X4= jumlah tanggungan keluarga (jiwa)

X5= pendapatan petani (Rupiah)

e = variabel pengganggu

Persamaan diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta positif sebesar 16,803 menunjukkan pengaruh positif pada variabel independen (umur petani, tingkat pendidikan petani, lamanya usaha tani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan petani). Bila variabel independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variabel sikap petani akan naik atau terpenuhi. Koefisien regresi variabel umur petani (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap petani pada produk bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, nilai koefisien regresi 1,038 memiliki arti bahwa apabila umur petani meningkat 1 satuan maka sikap petani terhadap produk bank Syariah meningkat sebesar 1,038 atau 10,38%. Hal tersebut selaras dengan pendapat (Rukka dan Wahab, 2013) yang menyatakan bahwa umur merupakan suatu aspek yang berpengaruh terhadap kemampuan fisik, psikologis serta biologisnya seseorang.

Koefisien regresi variabel tingkat pendidikan petani (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap petani pada produk bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug nilai koefisien regresi 2,119 memiliki arti bahwa apabila tingkat pendidikan petani meningkat 1 satuan maka sikap petani terhadap produk bank Syariah meningkat sebesar 2,119. Hal tersebut selaras dengan pendapat (Azwar 2013) yang menyatakan bahwa berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap salah satunya adalah pendidikan.

Koefisien regresi variabel lamanya usaha tani(X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap petani pada produk bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, nilai koefisien regresi 0,37 memiliki arti bahwa apabila lamanya usaha tani meningkat 1 satuan maka sikap petani terhadap produk bank Syariah meningkat sebesar 0,37.

Koefisien regresi variabel jumlah tanggungan keluarga (X4) berpengaruh positif serta signifikan terhadap sikap petani pada produk bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, nilai koefisien regresi 0,298 memiliki arti bahwa apabila jumlah tanggungan keluarga meningkat 1 satuan maka sikap petani terhadap produk bank Syariah meningkat sebesar 0,298.

Koefisien regresi variabel pendapatan petani (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap petani pada produk bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, nilai koefisien regresi 1,314 memiliki arti bahwa apabila pendapatan petani meningkat 1 satuan maka sikap petani terhadap produk bank Syariah meningkat sebesar 1,314.

Uji t

Nilai sig pada variabel umur petani (X1) sebesar 0,032, pada variabel tingkat pendidikan petani (X2) sebesar 0,041, pada variabel lamanya usahatani (X3) sebesar 0,333, pada variabel jumlah tanggungan keluarga (X4) sebesar 0,444 serta pada variabel pendapatan (X5) sebesar 0,016 sehingga dapat disimpulkan bahwa umur petani (X1), tingkat pendidikan petani (X2) dan pendapatan (X5) mempunyai nilai $\text{sig} \leq 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga ada pengaruh yang signifikan antara umur petani, tingkat pendidikan petani dan pendapatan petani terhadap Sikap Petani pada Produk bank Syariah Mandiri. Sedangkan pada variabel lamanya

usahatani (X3) dan variabel jumlah tanggungan keluarga (X4) nilai sig > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara lamanya usahatani dan tanggungan keluarga terhadap Sikap Petani pada produk bank Syariah Mandiri. Hal ini sesuai dengan pendapat (Sujarweni 2015) pengambilan keputusan uji t adalah apabila sig > 0,05 maka Ho diterima serta Ha ditolak, sedangkan apabila sig ≤ 0.05 maka ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan hasil uji hipotesis diatas, dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan adalah umur petani (X1), tingkat pendidikan petani (X2), serta pendapatan petani (X5). Sedangkan lamanya usahatani (X3) dan jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap sikap petani terhadap produk bank syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan. Hal tersebut terjadi karena petani yang memiliki umur, pendapatan dan tingkat pendidikan yang cukup dapat dengan mudah dalam menerima inovasi sehingga berpengaruh pada sikap yang dimiliki. Petani yang memiliki umur produktif maka memiliki kemampuan fisik yang kuat sehingga dapat bekerja dengan optimal. Umur yang sudah matang juga menentukan kemampuan petani dalam berfikir sehingga dapat mengambil keputusan yang tepat dalam menjalankan usahatani. Hal ini sesuai dengan pendapat Rukka dan Wahab (2013) yang menyatakan bahwa umur merupakan suatu aspek yang berpengaruh terhadap kemampuan fisik, psikologis serta biologis seseorang. Pendidikan juga berperan penting dalam penentuan sikap petani dalam menentukan suatu keputusan, petani yang memiliki pendidikan yang tinggi tentu mudah dalam menerima informasi serta inovasi dari luar.

Uji f

Uji f digunakan untuk menguji koefisien regresi secara simultan atau bersama-sama antara variabel dependen. Berdasarkan hasil uji SPSS 17.0 (Lampiran 12) didapatkan $F_{hitung} = 3,081 > F_{tabel} = 2,41$. Berdasarkan hasil diatas, maka Ho ditolak sehingga secara simultan atau bersama-sama ada pengaruh positif signifikan antara umur petani (X₁), tingkat pendidikan (X₂), lamanya usahatani (X₃), jumlah tanggungan keluarga (X₄), serta pendapatan (X₅) terhadap sikap petani pada produk bank Syariah Mandiri (Y). Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2009) yang menyatakan bahwa apabila nilai F_{hitung} hasil regresi < nilai F_{tabel} , maka Ho diterima. Artinya semakin tinggi keseluruhan variabel maka semakin positif juga sikap petani terhadap produk bank syariah hal ini karena sikap dibentuk dari diri sendiri serta juga lingkungan sekelilingnya, rata-rata petani di kelompok tani Subur Makmur sudah berpengalaman dalam bidang pertanian serta mudah dalam menerima informasi sehingga karakteristik sosial ekonomi seperti umur, pendidikan, lamanya usahatani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan petani mempengaruhi pembentukan sikap yang mereka miliki terhadap produk bank Syariah Mandiri.

Umur, pendidikan, lamanya usahatani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain, jika tanggungan keluarga besar maka petani harus memiliki pendapatan yang besar pula untuk memenuhi kebutuhan, maka dari itu jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap petani. Hal ini sesuai dengan

pendapat (Azmi, Mhd.Rullyanda, Hasman Hasyim 2013) yang menyatakan bahwa karakteristik sosial ekonomi salah satunya yaitu pendapatan mempengaruhi sikap petani serta segala aspek kehidupan petani dalam memenuhi kebutuhan ekonomi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian mengenai sikap petani terhadap Bank Syariah Mandiri di Desa Trisari Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, diperoleh simpulan yaitu faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri yakni umur petani, tingkat pendidikan, lamanya usahatani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan. Sikap petani dalam kategori setuju/baik dengan skor 77,78%. Ada pengaruh yang signifikan antara umur petani, tingkat pendidikan, lamanya usahatani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan terhadap sikap petani pada produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan sedangkan berdasarkan uji t didapatkan hasil bahwa umur petani, tingkat pendidikan dan pendapatan secara parsial berpengaruh pada sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri. Lamanya usahatani dan jumlah tanggungan keluarga secara parsial tidak berpengaruh pada sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti maupun mengembangkan penelitian serupa, penulis menyarankan untuk melakukan penelitian tidak hanya dalam lingkup faktor-faktor yang mempengaruhi tetapi dapat juga menganalisis variabel lainnya yang berkaitan dengan hubungan antara produk perbankan dengan sikap para petani terhadap produk-produk bank tersebut. Sebaiknya responden dapat meningkatkan pengetahuan tentang Bank Syariah Mandiri sehingga tidak ragu untuk menggunakannya. Saran penulis untuk Bank Syariah Mandiri yaitu memberikan sosialisasi yang intensif kepada petani agar memahami produk Bank Syariah Mandiri sehingga responden lebih percaya terhadap Bank Syariah Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Jakarta : Rineka Cipta.
- Algifari. 2015. *Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta.: BPFYogyakarta, Yogyakarta.
- Asaad, Mhd. 2011. "Peningkatan Peranan Perbankan Syariah Untuk Pembiayaan Usaha Pertanian." *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*.
- Astuti, P. 2015. "Pengembangan Instrumen Penilaian Unjuk Kerja Praktik Perawatan Kulit Wajah Berbasis Kompetensi Di Universitas Negeri Semarang." *Innovative Journal of Curriculum and Educational Technology*.
- Azmi, Mhd.Rullyanda, Hasman Hasyim, dan Lily Fauzia. 2013. "Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Terhadap Sikap Petani Dalam Penerapan Padi Sawah System of Rice Intensification (SRI)Azmi, Mhd.Rullyanda, Hasman Hasyim, Dan L. F. (2013). Pengaruh Karakteristik Sosial Ekonomi Terhadap Sikap Petani Dalam Penerapan Pa."

- Azwar, Saifuddin. 2013. "Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya." *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*.
- Fauziyah, Elys. 2010. "Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Tembakau (Suatu Kajian Dengan Menggunakan Fungsi Produksi Frontier Stokhastik)." 7(1): 1-7.
- Ghozali. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS." *Jurnal Ilmiah Universitas Pandanaran*.
- Gusfrianti, Reni, and Rahmita Budiartiningsih. 2010. "Peranan Program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Cerenti Kabupaten Kuantan Singingi." *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*.
- Hasan, I. 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Bandung: Alfabeta.
- Junanda, T. W. 2018. "Analisis Masalah Rendahnya Pembiayaan Pertanian Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Kabupaten Bogor Dan Alternatif Solusinya." (September): 160-64.
- Mantra, I.B.D. 2003. *Defografi Umum*. Edisi Kedu. Yogyakarta: . Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Marimin, Agus, and Abdul Haris Romdhoni. 2017. "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Muhson, A. 2015. *Aplikasi Komputer Lanjut*. Yogyakarta: Universitas Negeri Malang.
- Oktavia, E. 2018. "Analisis Persepsi, Pengetahuan Dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah." *Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* (September): 160-64.
- Rukka, H. dan A, Wahab. 2013. "Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Petani." 9(1).
- Sinuraya, M., Barus, A. Hasanah, Y. 2015. "Respons Pertumbuhan Dan Produksi Kedelai (Glycine Max (L.) Meriil) Terhadap Konsentrasi Dan Cara Pemberian Pupuk Organik Cair." *Jurnal Online Agroekoteknologi* 4(1): 1721-25.
- Sitopu, Reslila, Lily Fauzia, and Jufri. 2014. "Partisipasi Petani Dalam Penerapan Usahatani Padi Organik (Studi Kasus Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai)." *Journal on Social Economic of Agriculture and Agribusiness*.
- Sujarweni, V.W. 2015. "Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi." *Paper Plane*. Yogyakarta.
- Sukirno, Sadono. 1994. "Pengantar Ekonomi Makro Edisi Ketiga." *Jakarta: Rajawali Pers*.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

BAURAN PEMASARAN OLAHAN LIDAH BUAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA *E-COMMERCE* UKM I SUN VERA

Lili Suryati, Eva Dolorosa dan Shenny Oktoriana

Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura Pontianak, Kalimantan Barat

e-mail: lilisuryati@student.untan.ac.id

HP: 085392237476

Abstrak

Kata Kunci:

Bauran pemasaran, I Sun Vera, keputusan pembelian, *e-commerce*, SEM

Semakin pesatnya pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia membuat semakin ketatnya persaingan bisnis *e-commerce* oleh pelaku bisnis. UKM I Sun Vera merupakan salah satu UKM yang mengembangkan bisnis pemasaran produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*, namun dalam pelaksanaannya UKM I Sun Vera masih mengalami beberapa hambatan seperti promosi penjualan yang dilakukan kurang maksimal, tenaga kerja yang kurang terampil, terbatasnya pengetahuan tentang aplikasi atau sistem bisnis *online* sehingga keputusan pembelian konsumen secara *e-commerce* rendah terhadap produk I SUN VERA. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh bauran pemasaran olahan lidah buaya terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* UKM I Sun Vera. Metode survei dengan analisis deskriptif kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini dan dianalisis data menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) *software* LISREL 8.80. Responden dalam penelitian ini sebanyak 110 yang diambil secara *purposive sampling* dengan menyebarkan link *e-questionnaire* dengan *google form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran produk, harga dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian. UKM I Sun Vera harus memperhatikan kandungan nutrisi produk pada kemasan serta menambah variasi produk yang diunggah dalam media pemasaran *online*. UKM I Sun Vera juga harus memperhatikan keterjangkauan harga produk dengan membuat inovasi produk ke dalam berbagai ukuran bentuk dan kemasan serta dengan menambah alternatif pembayaran *online* guna

memudahkan konsumen dalam hal pembayaran seperti Dana, Gopay, Alfamart/Indomaret, Cash On Delivery dan lainnya.

MARKETING MIX ALOE VERA PROCESSED TOWARD PURCHASE DECISION ACCORDING TO E-COMMERCE UKM I SUN VERA

Abstrak

Keywords: E-commerce, I Sun Vera, marketing mix, purchase decisions, SEM

The rapid growth in internet users in Indonesia makes the e-commerce business increasingly fierce by business people. UKM I Sun Vera is one of the UKM that develops e-commerce marketing business of processed aloe vera products, but in the implementation of UKM I Sun Vera still experience some obstacles such as sales promotions carried out less than the maximum, less skilled labor, limited knowledge of applications or online business systems so that consumer purchasing decisions in e-commerce are low on the product I SUN VERA. The purpose of this study was to analyze the effect of aloe vera marketing mix on the purchasing decision of e-commerce UKM I Sun Vera. This study used a survey method with quantitative descriptive analysis namely Structural Equation Modeling (SEM) with LISREL 8.80 software. Sampling technique used on this research is purposive sampling, that involved 110 respondents. Data were collected through e-questionnaire with google form. The results showed that the variable marketing mix of products, prices and processes influence purchasing decisions. UKM I Sun Vera must pay attention to the nutritional content of the product on the packaging and add variety to the product uploaded in online marketing media. Sun Vera I SMEs must also pay attention to the affordability of product prices by making product innovations in various sizes and shapes and by adding online payment alternatives to facilitate consumers in terms of payment such as Dana, Gopay, Alfamart / Indomaret, Cash On Delivery and others.

How to Cite (APA 6th Style):

Suryati, L., Dolorosa, E., & Oktoriana, S. (2020). Bauran Pemasaran Olahan Lidah Buaya Terhadap Keputusan Pembelian Secara E-Commerce Ukm I Sun Vera. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 132–145.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p11>

PENDAHULUAN

Saat ini banyak pelaku bisnis *e-commerce* mengalami perkembangan dengan pesat, adanya perkembangan pesat ini disebabkan oleh adanya ide kreatif dan inovatif. Seiring dengan adanya ide tersebut konsep pemasaran juga turut berkembang. *E-commerce* memiliki sasaran pasar, hal ini dikarenakan semakin lama semakin banyak pengguna internet yang berkembang pada masyarakat luas baik pemerintah maupun umum (Turban, 2002). UKM I Sun Vera melakukan pemasaran

produknya secara *e-commerce* karena melihat adanya peluang bisnis dari peningkatan pengguna internet penduduk Indonesia setiap tahunnya, peningkatan ini dapat dijadikan peluang bisnis bagi UKM tersebut untuk memasarkan produknya dan meningkatkan keuntungan yang diperoleh menjadi lebih besar, keuntungan dari pemasaran produk secara *e-commerce* sendiri yakni berupa kemudahan dalam pelayanan, biaya pemasaran atau promosi lebih murah, tidak terbatasnya ruang dan waktu serta banyak keuntungan lainnya. UKM I SUN VERA mulai memasarkan produk secara *e-commerce* sejak tahun 2016. Jenis *e-commerce* yang digunakan yaitu C2C (*Customer to Customer*), yang saat ini berkembang pesat di Indonesia. C2C terbagi menjadi *marketplace* dan *Social Commerce*, *Marketplace* yang digunakan yaitu Tokopedia dan untuk *Social Commerce* yaitu Facebook dan Instagram.

Kualitas produk olahan lidah buaya mampu dipertahankan oleh pemilik UKM I Sun Vera untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dimana penekanan kualitas produk pada UKM I Sun Vera ini masuk dalam tujuan menengah pada UKM tersebut. Produk olahan lidah buaya yang diproduksi juga selalu dikontrol untuk tetap menjaga kualitas dari produk olahan lidah buaya tersebut. UKM I Sun Vera memasarkan produk dengan harga berkisar antara Rp 5000,00 hingga Rp 40.000,00. Produk yang dipasarkan secara konvensional dan secara *e-commerce* tidak memiliki harga yang sama saja. Lokasi toko UKM I Sun Vera berada di Jalan Budi Utomo yaitu Jl. Budi Utomo Blok A6 No. 3, Siantan Hulu, Pontianak Utara, Kota Pontianak. Toko *online* atau penjualan *e-commerce* produk olahan lidah buaya dapat diakses pada aplikasi tokopedia, instagram dan facebook dengan nama I Sun Vera.

Promosi produk olahan lidah buaya dilakukan dengan melakukan pengembangan produk agar variasi produk yang ditawarkan semakin bertambah. Selain itu juga promosi dilakukan dimedia sosial. Namun, promosi yang dilakukan dimedia sosial masih belum efektif. Kemasan produk olahan lidah buaya UKM I Sun Vera memiliki berbagai macam variasi dan tampilan disetiap produk nya serta tampilan gambar yang diupload pada toko *e-commerce* memiliki kualitas gambar yang bagus dan menarik. UKM I Sun Vera memiliki sejumlah karyawan untuk menunjang proses produksi hingga ke packaging dan pemasarannya baik konvensional maupun *e-commerce*. Namun, tidak semua karyawan mampu mengaplikasikan pemasaran *e-commerce* dan lemahnya karyawan dalam menangani keluhan konsumen ketika konsumen kesulitan berbelanja secara *online*. Proses pemasaran secara *e-commerce* UKM I Sun Vera merupakan mekanisme yang digunakan dari mulai konsumen memesan produk secara *online*, memilih metode pembayaran, memilih jasa pengiriman sampai produk tersebut sampai ke tangan konsumen serta mendapatkan penilaian dari konsumen.

Produk olahan lidah buaya UKM I SUN VERA yang dijual secara *e-commerce* meliputi: Dodol lidah buaya, nastar lidah buaya, kerupuk aloe vera, teh lidah buaya, stick aloe vera, coklat lidah buaya, Jelly lidah buaya dan minuman lidah buaya. Pelaksanaannya pemasaran produk olahan lidah buaya secara *e-commerce* belum dapat dikatakan maksimal dikarenakan adanya beberapa hambatan diantaranya promosi penjualan yang dilakukan kurang maksimal, tenaga kerja yang kurang terampil, terbatasnya pengetahuan tentang aplikasi atau sistem bisnis *online* sehingga keputusan pembelian konsumen rendah terhadap produk I SUN VERA. Keputusan pembelian merupakan suatu pertimbangan bagaimana strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya dan hal penting yang

harus diperhatikan (Fan & Li, 2009). Keputusan pembelian diukur menggunakan indikator pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Armstrong, 2012).

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa dimensi bauran pemasaran produk, harga dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Aziz, 2015). Peningkatan daya saing UKM serta untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, utamanya *e-commerce*, tidak hanya memanfaatkan internet sebagai tempat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan manajemen administrasi yang baik melalui penggunaan *software* yang tepat (Nuryanti, 2013). Menurut (Sujadmika, 2017) kemudahan merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian secara *e-commerce*. Ketika melakukan pembelian secara *e-commerce* konsumen menginginkan kemudahan yang dimana konsumen tidak perlu keluar rumah dan tidak harus berdesak-desakkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. Selain itu juga konsumen dimudahkan dalam transaksi pembayaran yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Pemasaran secara *e-commerce* dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian suatu produk, penelitian ini menggunakan pendekatan pemasaran yaitu bauran pemasaran. Bauran pemasaran yang diperluas untuk memasukkan produk yang merupakan layanan dan bukan hanya hal-hal fisik. Bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix* 4P, yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi, sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang, bukti fisik, dan proses (Kotler & Philip, 2012). Bauran pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan bauran pemasaran 7P yang meliputi produk, harga, promosi, lokasi, bukti fisik, orang/karyawan dan proses. Bauran pemasaran 7P ini digunakan oleh UKM I SUN VERA tetapi belum maksimal. Adanya masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* UKM I Sun Vera. Pentingnya penelitian ini adalah memberikan bahan informasi dan masukan strategi bagi UKM I Sun Vera dalam meningkatkan pemasaran secara *e-commerce* dan menentukan kebijakan secara tepat guna mencapai pemasaran *e-commerce* yang maksimal.

METODE PENELITIAN

Penelitian Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 110 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan menyebarkan *link* kuesioner secara *online*. Variabel laten endogen diukur melalui bauran pemasaran 7P yaitu produk (kualitas produk, variasi produk), harga (keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga), promosi (potongan harga, iklan), lokasi (*online marketplace*, sosial media), bukti fisik (tampilan gambar, *packaging*), orang (Kecepatan karyawan dan ketanggapan karyawan) dan proses (kemudahan metode pembayaran, kemudahan proses klaim) sedangkan variabel laten eksogen diukur melalui keputusan pembelian. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan analisis *structural equation modelling* (SEM).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, agama, pendidikan, pekerjaan, penghasilan.

Tabel. 1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	29	26
	Perempuan	81	74
Usia Responden	17-25	20	18
	26-35	53	48
	36-46	24	22
	46-55	11	10
	>55	2	2
Pendidikan	Sd	7	6
	SMP	18	16
	SMA	51	46
	S1	33	31
	S2/S3	1	1
Pekerjaan	Swasta	18	19
	Pegawai Negeri	15	14
	Wiraswasta	23	20
	IRT	38	33
	Pelajar/mahasiswa	16	14
Penghasilan	<Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	25	23
	Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	16	14
	Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	26	24
	Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	8	7
	>Rp 5.000.000	35	32
Rata-rata penggunaan Internet	1-3 jam	63	57
	4-7 jam	37	34
	>7 jam	10	9
Tempat Pembelian produk	Facebook	16	15
	Instagram	50	45
	Tokopedia	44	40
Alasan Pembelian Produk	Produk Bermanfaat	48	44
	Pelayanan Baik	22	20
	Informasi Menarik	16	15
	Rekomendasi Orang lain	24	21
Frekuensi Pembelian	Pertama Kali	15	14
	2-5 Kali	73	66
	>5 Kali	22	20

Sumber: Data Analisis, 2019

Jenis kelamin responden pada penelitian tentang kegiatan pembelian produk olahan lidah buaya UKM I Sun Vera didominasi oleh perempuan. Hal ini dikarenakan selain perempuan umumnya mendominasi pola suka berbelanja dan pengambilan keputusan bidang pengeluaran keluarga, berbelanja secara *e-commerce* juga memudahkan seseorang dengan tidak perlu keluar rumah dan berdesak-desakan ditoko. Sebagai ibu rumah tangga yang menyiapkan makanan bagi keluarga maka seorang ibu rumah tangga lebih sering menghabiskan waktu untuk berbelanja dalam memenuhi kebutuhan keluarga (Widiyanto, Adhi, & Daryanto, 2016).

Berbelanja secara *e-commerce* memberikan berbagai informasi dan memberikan keleluasaan untuk mendapatkan dan membeli barang yang dibutuhkan konsumen. Ketika konsumen membutuhkan produk yang sulit dicari pada toko offline, kemudian konsumen tersebut mencari produk secara *online* dan menemukan produk yang dibutuhkan. Kegiatan pencarian dan pembelian produk melalui *e-commerce* konsumen bisa memperoleh barang-barang lebih eksklusif karena tidak tersedia secara massal serta harga yang ditawarkan lebih murah biasanya diperoleh langsung dari distributor (Lestari, 2015)

Umur responden yang paling dominan yaitu berusia 26-35 tahun, karena mayoritas orang berbelanja secara *e-commerce* adalah orang-orang yang relatif muda (Sudjatmika, 2017). Hal ini mengungkapkan bahwa responden pada umur tersebut sangat familiar menggunakan teknologi kemudian dijadikan sasaran oleh perusahaan-perusahaan *e-commerce* untuk hal promosi serta segmen terbesar konsumen melakukan keputusan pembelian secara *e-commerce* (Tashandra, 2018).

Pendidikan responden yang paling dominan adalah pada tingkat SMA, karena tingkat pendidikan terakhir SMA maupun Perguruan Tinggi lebih mengenal teknologi dan mengerti cara berbelanja secara *e-commerce* (Sudjatmika, 2017).

Tingkat pekerjaan responden yang dominan yaitu pada Ibu rumah tangga, karena sebagai ibu rumah tangga lebih sering terhubung ke internet dan umumnya wanita dominan menyukai berbelanja secara *e-commerce* (Sudjatmika, 2017).

Penghasilan responden yang lebih dominan yaitu penghasilan di atas Rp. 5.000.000, karena mayoritas pembeli adalah ibu rumah tangga yang menyukai berbelanja secara *e-commerce* dan berpenghasilan tinggi dapat meningkatkan pembeliannya terhadap produk secara *e-commerce* (Sudjatmika, 2017). Hal ini sejalan dengan penelitian bahwa semakin tinggi penghasilan maka akan semakin tinggi pula tingkat pembelian produk oleh konsumen (Indriani, 2015).

Saat ini jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan yaitu mencapai 171 juta jiwa dari seluruh total penduduk Indonesia yaitu 269 juta jiwa atau setara dengan 64,67 % (APJJI, 2018). Rata-rata responden mengakses internet yang tertinggi yaitu selama 1-3 jam, kemudian 4-7 jam, dan tingkatan terendah yaitu pada rata-rata responden menggunakan internet selama lebih dari 7 jam. Hal ini sejalan dengan hasil survei penetrasi pengguna internet yang tertinggi yaitu pada responden dengan rata-rata 1 – 3 jam dan digunakan untuk berbelanja secara *e-commerce*.

Tempat pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce* dominan pada media Instagram. Media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia adalah media sosial Instagram. Hasil penyebaran kuesioner mendapatkan hasil bahwa responden paling tinggi dalam menggunakan media sosial Instagram. Hal ini sejalan dengan hasil survei Ekosistem DNA (*Device, Network and Application*) dan *Awaranness* yang dilakukan oleh Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL) dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016, menyebutkan bahwa Instagram digunakan oleh 82,6% responden penelitian tersebut, sementara Facebook sebesar 66,5%. Responden melakukan pembelian pada Tokopedia.com mencapai 40%. Saat ini Tokopedia.com mengklaim telah menjangkau 97 kecamatan di Indonesia dengan pengguna aktif mencapai 90 juta pengguna. Hal ini dapat dijadikan peluang bagi *owner* UKM I Sun Vera untuk lebih mengembangkan lagi pemasaran produk secara *e-commerce* karena peluangnya cukup besar dengan dilihat dari peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia.

Alasan utama responden membeli produk olahan lidah buaya dominan pada produk tersebut bermanfaat bagi tubuh dan adanya kemudahan dalam pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. hal ini dibenarkan oleh hasil penelitian bahwa lidah buaya memiliki kandungan berupa *saponin*, *flavonoid*, *polifenol* serta tanin yang mempunyai kemampuan membersihkan serta sebagai antiseptik, gel lidah buaya juga mengandung 17 asam amino yang penting bagi tubuh (Hariana, 2004); (Djubaedah, E., 2003).

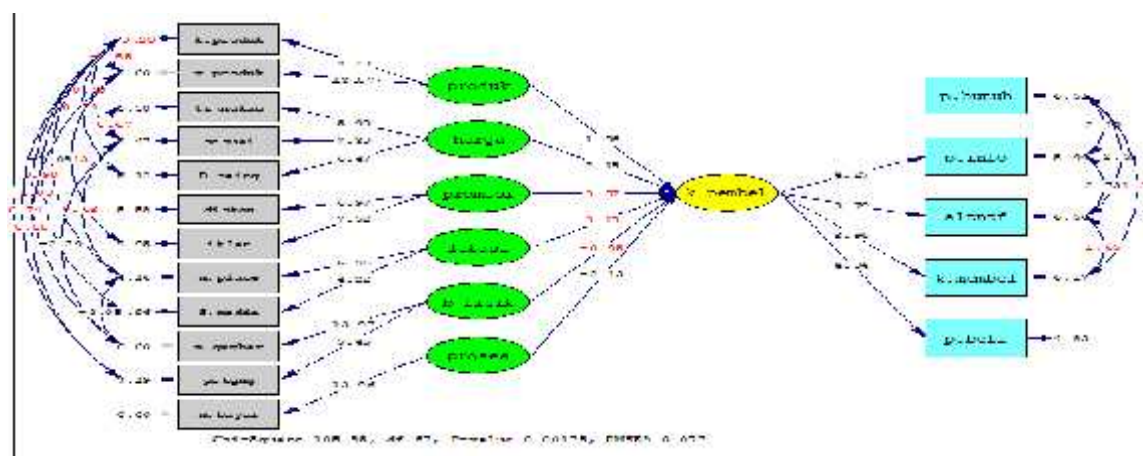
Pengalaman pembelian responden dominan pada pembelian 2-5 kali. Tingkat pengalaman pembelian barang konsumen yang lebih tinggi menentukan kemungkinan masa depan membeli, mengunjungi toko, merekomendasikan orang lain dan lebih sering berbelanja dalam hal menerima pendapatan yang lebih tinggi (Wongleedee, 2015). Hubungan antara frekuensi pembelian dan kemungkinan kunjungan rutin untuk berbelanja di toko *e-commerce* di Indonesia masa depan dan merekomendasikan orang lain untuk melakukannya. Dengan hasil yang mendominasi maka berbelanja secara *e-commerce* merupakan gaya hidup masyarakat saat ini (Sudjatmika, 2017).

Uji Kecocokan Model (*Goodness Of Fit*)

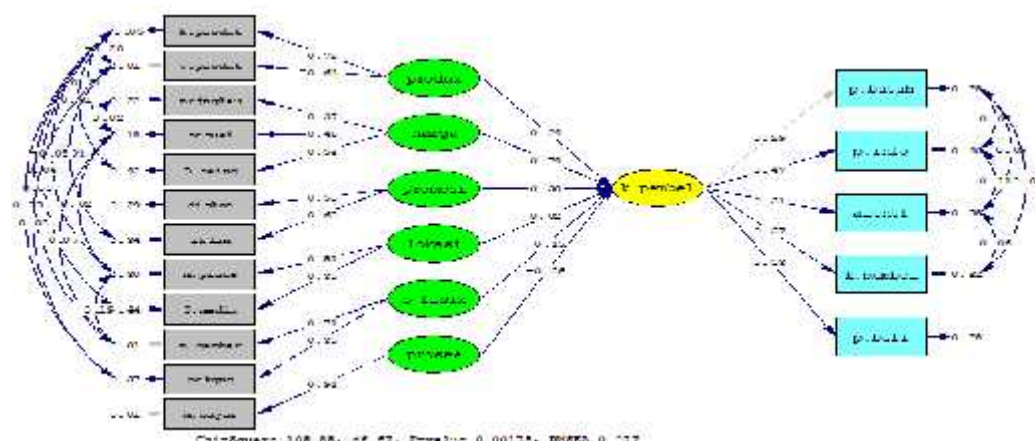
Berdasarkan hasil uji kecocokan model GOF setelah di respisifikasi, terjadi perubahan indeks kecocokan yang diketahui bahwa 16 dari 19 ukuran GOF sudah masuk ke dalam kriteria baik dan 3 ukuran GOF *kurang baik* setelah dilakukan modifikasi indeks atau respesifikasi. Ukuran tersebut diantaranya yaitu X^2/DF , NCP, SNCP, RMSEA, ECVI, AIC, CAIC, NFI, NNFI, CFI, IFI, GFI, AGFI, PGFI, dan RMR, sedangkan 3 kriteria lainnya masih kurang baik yaitu PNFI, RFI, CN.

Analisis Hubungan Antar Variabel *Structural Equation Modelling* (SEM)

Berdasarkan hasil estimasi model yang telah mengalami perbaikan, diperoleh koefisien-koefisien yang dapat menunjukkan hubungan antar variabel (gambar 1 dan 2).



Gambar 1. *T-value*



Gambar 2. Koefisien Estimasi
Sumber: Analisis data primer, 2019

Model struktural menjelaskan bahwa variabel produk, harga dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Hasil ini relevan dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa variabel produk, harga dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* (Ramadhanti, 2017). Unsur dalam bauran pemasaran yang pertama dan paling penting yaitu bauran pemasaran produk, bauran pemasaran produk dimulai dengan melakukan suatu penawaran yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini lah yang membuat produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce* produk olahan lidah buaya (Kotler P. , 2000). Deskripsi suatu produk pada media *online* berpengaruh terhadap kesadaran konsumen. Deskripsi produk yang menarik, tampilan produk secara gambar juga dapat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk secara *e-commerce* (Setiawan, Suharjo, & Syamsun, 2018).

Variabel harga berpengaruh positif, artinya jika variabel produk ditingkatkan maka akan meningkatkan keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Widiyanto, Adhi, & Daryanto, 2016). Berbelanja secara *e-commerce* memudahkan konsumen dalam membandingkan harga produk pada toko *e-commerce* yang berbeda. Bukan hanya dari segi harga jual, tetapi konsumen dapat membandingkan promo-promo yang sedang diberikan dari masing-masing toko *e-commerce* sehingga konsumen mendapatkan penawaran harga produk yang baik (Setiawan, Suharjo, & Syamsun, 2018).

Variabel proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Ketika melakukan pembelian suatu produk secara *e-commerce* konsumen melalui proses yang lebih mudah dan praktis serta konsumen tidak perlu keluar rumah untuk membeli produk yang dibutuhkan cukup dengan melihat produk-produk yang dipasarkan secara *online* di media sosial maupun di internet serta proses pemesanan sampai pengiriman produk yang cepat dan dapat dilacak sendiri. Hal ini yang menjadi alasan konsumen lebih memilih berbelanja secara *e-commerce*. Proses dalam pembelian secara *e-commerce* memiliki langkah yang berbeda daripada pembelian konvensional. Kekhasan dari proses pembelian produk secara *e-commerce* adalah ketika konsumen yang berpotensi menggunakan internet dan mencari-cari informasi yang berkaitan dengan barang yang dibutuhkan (Setiawan, Suharjo, & Syamsun, 2018). Konsumen percaya bahwa

akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar ketika membeli produk secara *e-commerce* daripada membeli secara konvensional (Prabowo, Darman, & Noegraheni, 2014).

Variabel promosi tidak berpengaruh signifikan, artinya semakin rendah persepsi konsumen terhadap promosi, maka akan semakin lemah mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian untuk membeli produk olahan lidah buaya secara *e-commerce* (Budiyanto, Christoffel, & Hendra, 2016). Promosi dimedia sosial dilakukan dengan cara menyebar konten informasi, promosi atau pun ilmu yang dapat memberikan manfaat pada konsumen. Ketika produsen ingin memasarkan produk olahan lidah buaya, maka informasi yang dapat dibagikan seperti manfaat dari lidah buaya atau pun khasiatnya. Promosi dapat juga dengan mengadakan *giveaway* yang menarik dengan hadiah produk olahan lidah buaya tersebut. Promosi yang dilakukan oleh UKM I Sun Vera masih efektif karena kurangnya informasi yang dibagikan oleh UKM tersebut. Hasil penelitian ini tidak relevan dengan penelitian yang menyatakan bahwa promosi dimedia sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Pamungkas & Zuhroh, 2016). Variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara *e-commerce*. Artinya jika variabel lokasi ditingkatkan maka akan tidak akan meningkatkan keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Lokasi dalam *e-commerce* dapat disebut juga dengan media pemasaran. Media pemasaran yang digunakan oleh UKM I Sun Vera dalam memasarkan produknya yaitu melalui media *instagram*, *facebook* dan *tokopedia.com*. Variabel bukti fisik tidak berpengaruh, artinya jika variabel bukti fisik ditingkatkan maka tidak akan meningkatkan keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang menyatakan bahwa bukti fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Ramadhanti, 2017).

Model pengukuran menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan pengukurannya. Indikator kualitas produk berkontribusi pada keputusan pembelian produk olahan lidah buaya oleh konsumen. Indikator kualitas produk mempunyai respon positif terhadap keputusan pembelian dan penting bagi produsen untuk lebih meningkatkan kualitas produknya (Rizan, et al, 2015); (Dani R. , 2014). Indikator variasi produk berkontribusi pada produk untuk mendukung keputusan pembelian produk olahan lidah buaya oleh konsumen. Variasi produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian produk (Isti, Leonardo, & Maria, 2016). Adanya pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen ini berarti produsen penting untuk membuat berbagai variasi produk untuk meningkatkan keputusan pembelian produk secara *e-commerce*.

Indikator keterjangkauan harga signifikan berpengaruh positif, dan berkontribusi pada variabel harga untuk mendukung keputusan pembelian olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Semakin relatifnya harga yang diberikan kepada konsumen, maka semakin cepat konsumen untuk memutuskan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce* (Widiyanto, Adhi, & Daryanto, 2016). Indikator kesesuaian harga berkontribusi terhadap variabel harga untuk mendukung keputusan pembelian produk olahan lidah buaya oleh konsumen. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang menyebutkan bahwa kesesuaian harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk oleh konsumen (Mariana, 2015). Kesesuaian harga diartikan sebagai harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan konsumen

(Ngadiman, 2008). Indikator daya saing berkontribusi terhadap variabel harga untuk mendukung keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce* oleh konsumen. Apabila semakin tinggi suatu harga atau semakin tidak terjangkau suatu harga yang ditawarkan oleh produsen, maka konsumen akan berpindah ke produk yang sesuai dengan daya belinya (Mariana, 2015).

Indikator kemudahan dalam metode pembayaran yang mempunyai beberapa alternatif, dimana pembayaran dapat dilakukan pada hari libur maupun hari lainnya dengan proses yang mudah dan cepat. Pembelian yang ditawarkan dalam pembelian produk secara *e-commerce* biasanya lebih baik dari produk yang ditawarkan dalam pembelian *offline*, kemudahan sering menjadi salah satu daya tarik. Kemudahan akses memilih produk, kemudahan dalam melakukan pembelian, kemudahan pembayaran sampai dengan kemudahan mendapatkan produk atau pengiriman. Kemudahan metode pembayaran konsumen diberikan fasilitas dan alur cara pembayaran yang membuat kenyamanan dalam melakukan pembelian jadi yang utama. Persepsi kemudahan transaksi *online* mengacu pada persepsi individu akan mudahnya transaksi belanja online yang dilakukan. Ketika melakukan transaksi, konsumen hanya melakukan sedikit usaha, tidak terlalu ribet sehingga memudahkan konsumen tersebut melakukan keputusan pembelian produk melalui *online*. Persepsi kemudahan transaksi dapat berupa prosedur pemesanan, prosedur pembayaran yang variatif dan mudah dilakukan, proses pembelian yang informatif dan menyenangkan serta proses pengiriman produk yang cepat dan tepat (Widiyanto & Prasiliwati, 2015). Perilaku pembeli *online* sangat bergantung pada ketersediaan informasi dan kemudahan dalam melakukan transaksi *online* (Shim & Shin, 2002).

Indikator Potongan harga tidak berkontribusi terhadap promosi untuk mendukung keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*, hal ini dikarenakan potongan harga yang diberikan oleh produsen UKM I Sun Vera tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen menginginkan UKM I Sun Vera sering mengadakan jawaban sering mengadakan promo *buy one get one*, gratis ongkir, *cashback*, dan memberikan *voucer*, sedangkan untuk indikator iklan yang di media *online* memberikan informasi yang akurat dan sesuai kebenarannya. Hal itu dikarena responden ketika akan membeli produk secara *online* akan lebih mementingkan informasi yang sesuai dengan kebenarannya agar tidak merasa kecewa setelah membeli produk dan produk yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang dibayangkan dibenak konsumen. Untuk itu iklan dituntut mampu memberikan informasi, manfaat produk yang ditawarkan, memberikan kesan rasa percaya dan menarik perhatian calon konsumen (Kotler & Keller, 2013). UKM I Sun Vera harus mempromosikan produknya secara akurat dan sesuai dengan kebenaran dari produk tersebut. Kurangnya kualitas informasi yang didapatkan konsumen dalam media *online* akan membatasi keputusan konsumen untuk membeli secara *online* dan tidak akan memotivasi konsumen untuk melakukan proses keputusan pembelian (Penia & Putu, 2016).

Variabel lokasi diukur melalui indikator *online marketplace* dan *sosial media*, yang ini berarti tempat atau situs yang dikunjungi. Indikator *online marketplace* tidak sesuai dengan keinginan konsumen yang menginginkan situs *online marketplace* pada ulasannya memberikan penilaian dan gambar, karena pada dasarnya konsumen sebelum membeli sebuah produk mereka akan melihat penilaian toko tersebut dan komentar yang menunjukkan gambar dari konsumen yang telah membeli produk tersebut sebelumnya (Ahmad, Imam, & Berto, 2016).

Indikator sosial media juga tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Keinginan konsumen pada media sosial dominan menjawab bahwa sosial media memberikan informasi 4-5 minggu. Media sosial menjadi media yang paling ampuh untuk dijadikan media promosi, bahkan media sosial juga dijadikan sebagai tempat pemasaran yang interaktif, pelayanan, dan membangun hubungan dengan konsumen secara *online* (Siswanto, 2013).

Indikator tampilan gambar tidak berkontribusi pada variabel bukti fisik dalam mendukung keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Indikator tampilan gambar yang didapat bahwa konsumen produk olahan lidah buaya dominan menginginkan tampilan gambar yang memiliki ciri khas asal Pontianak dan pemilik I Sun Vera, karena tampilan gambar yang memiliki ciri khas tertentu dapat menarik minat beli konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Margaretha, S., Edwin, & Japarianto, 2012). Peningkatan variabel bukti fisik digunakan untuk menarik kembali minat konsumen melakukan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Variabel bukti fisik, hal yang dinilai masih kurang optimal yaitu tentang keinginan *packaging* konsumen. *Packaging* yang diinginkan oleh konsumen didapat dari hasil kuesioner yang mayoritas jawaban responden memilih warna *packaging* dihiasi dengan berbagai macam warna, warna cerah dan tulisan yang mudah dibaca, karena *packaging* yang memiliki berbagai macam warna dan gambar menarik akan mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk (Lena & Anisa, 2008).

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran produk, harga dan proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Sedangkan bauran pemasaran promosi, lokasi dan bukti fisik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk olahan lidah buaya secara *e-commerce*. Pengaruh tertinggi terdapat pada variabel harga, dimana harga produk tersebut terjangkau oleh konsumen dan memiliki kesesuaian harga dengan ukuran dari produk olahan lidah buaya, dan memiliki tingkat daya saing harga yang sesuai dengan daya beli konsumen tersebut.

Saran

UKM I Sun Vera harus memperhatikan kandungan nutrisi produk pada kemasan serta menambah variasi produk yang diunggah dalam media pemasaran online. UKM I Sun Vera juga harus memperhatikan keterjangkauan harga produk dengan membuat inovasi produk ke dalam berbagai ukuran bentuk dan kemasan serta dengan menambah alternatif pembayaran online guna memudahkan konsumen dalam hal pembayaran seperti Dana, Gopay, Alfamart/Indomaret, Cash on Delivery dan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, F., Imam, B., & Berto, M. W. (2016). Pengaruh Online Customer Review Dan Rating Terhadap Kepercayaan Dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia. *Jurnal Teknik Its*, 5(2), 1-6.

APJII. 2018. Hasil Survei Penetrasi Pengguna Internet Indonesia. APJII

- Budiyanto, T., C. K., & H. N. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ikan Kaleng (Sarden) Merk Maya. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 1-13.
- Dani, R. (2014). Analisis Respon Konsumen Pada Kualitas Produk Kuliner (Ayam Penyet Pak Ulis Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Fisip*, 1(2), 1-19.
- Djubaedah, E. (2003). Pengolahan Lidah Buaya Dalam Sirup. Bogor: Pra-Forum Apresiasi Dan Komersialisasi Hasil Riset. Balai Besar Industri Agro.
- Eliza, Sayamar, E., & Kaswita, C. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Buah Di Pasar Arengka. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, 2(1), 1-20
- Fan, Y., & Li, Y. (2009). Children's Buying Behaviour In China: A Study of Their Information Sources. *Marketing Intelligence and Planning*, 27(2), 1-31
- Ghozali, I. (2012). *Structural Equation Modeling Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Lisrel 8.80*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariana, A. (2004). *Tumbuhan Obat Dan Khasiatnya*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Haryanto, A. T., & Dewi, S. N. (2016). Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Pondok Padi Organik di Sragen). *Journal of Economic Education*, 5(2), 1-8.
- Isti, F., Leonardo, B., & Maria, M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café). *Journal of Management*, 2(2), 1-13
- Jurnia, Meri & Udung N. Rosyad. 2015. Kajian Hubungan Antara Iklan di Media Sosial Dengan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 2(4), 12-18.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lena, Nuryanti, and Yunia Rahman Anisa. Pengaruh Variasi Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya. *Jurnal Strategic*, 7(14), 1-13
- Lestari, S. B. (2015). Shopping Online Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(2), 24-41.
- Margaretha, S., F., Edwin, & Japarianto. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-6.
- Mariana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Industri UKM Amplang Ud. Sinar Rejeki di Samarinda. *e-journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2) 388-402.

- Mugaonkar, Ananthan, Samal, & Debnath. (2011). Studi Tentang Perilaku Konsumen. *Pertanian Ulasan Penelitian Ekonomi*, 24(5), 133-140.
- Ngadiman, D. (2008). *Marketing Jilid 2*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145-160.
- Penia, A., & Putu, N. M. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Traveloka.Com. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1880
- Prabowo, H., Darman, & Noegraheni, E. (2014). Analisis Kepercayaan Dalam C2c E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Repurchase Pada Kaskus. *Binus Business Review*, 5(1), 301-314.
- Ramadhanti, A. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 5(2), 269-282
- Rizan, M., Handayani, K., & Kresnamurti, A. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2018). Strategi Pemasaran Online Umkm Makanan. *Jurnal Manajemen Ikm*, 13(3), 116-126.
- Shim, J. P., & Shin, Y. B. (2002). Retailer Web Site Influence on Customer Shopping: An Exploratory Study on Key Factors of Customer Satisfaction. *Journal of The Association for Information Systems*, 3(2), 53-76.
- Siswanto, Tito. 2013. Optimalisasi Sosial Media sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Liquidity*, 2(1), 80-86.
- Sudjatmika, F. V. (2017). Pengaruh harga, ulasan produk, kemudahan dan keamanan terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.com. *Jurnal Agora*, 1-7.
- Turban. 2002. *Electronic Commerce: A Management Perspective International Edition*. USA. Prentice Hall
- Tashandra, N. (2018, 03 22). *kompas.com*. Retrieved 09 28, 2019, from 80 Persen Konsumen Belanja Online Orang Muda dan Wanita: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/22/155001820/80-persen-konsumen-belanja-online-orang-muda-dan-wanita?page=all>
- Widiyanto, N. A., Adhi, A. K., & Daryanto, H. K. (2016). Atribut-Atribut Yang Memengaruhi Sikap Dan Preferensi Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Di Kota Surabaya Dan Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, 9(2), 1-11.
- Wijanto, S. (2008). *Structural Equation Modelling Dengan Lisrel 8.8*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wongleedee, K. (2015). Marketing Mix and Purchasing Behavior for Community Products At Traditional Markets. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 197, 2080-2085.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

PENINGKATAN NILAI EKONOMI PADA RTM (*Rumah Tangga Miskin*) MELALUI PROGRAM BEKERJA KEMENTERIAN PERTANIAN

Supardi Rusdiana dan Tike Sartika

Balai Penelitian Ternak Ciawi-Bogor, Po.Box 221 Bogor Jawa Barat, Indonesia

E-mail: s.rusdiana20@gmail.com

HP: 081282010532

Kata Kunci:
peningkatan
nilai ekonomi
RTM melalui
program
bekerja

Abstrak

Hampir semua masyarakat di Kecamatan Salopa usaha memelihara ayam kampung, karena ayam kampung merupakan komponen yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Tujuan tulisan ini adalah untuk mengetahui peningkatan nilai ekonomi pada RTM (*Rumah Tangga Miskin*) melalui program bekerja Kementerian Pertanian Badan Litbang Pertanian, Balai Penelitian Ternak. Penelitian menggunakan survey terhadap 54 RTM/peternak Desa Mandalahayu 27 RTM//peternak dan Desa Mandalawangi 27 RTM/peternak. Data primer dan data sekunder di analisis secara deskriptif, kuantitatif dan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan, pendapatan RTM/peternak di Desa Mandalahayu sebesar Rp.2.480.000,-/periode dengan B/C ratio sebesar 1,08 dan di Desa Mandalawangi sebesar Rp.2.510.000,-/periode dengan B/C ratio sebesar 1,10. Dapat dikatakan usaha pembesaran DOC ayam kampung di RTM secara ekonomi belum layak. Namun bila untuk usaha sampingan, tabungan dan pengisi waktu, dapat dikatakan layak, karena ayam dapat dijual sebagai sumber kebutuhan mendadak bagi peternak. Kondisi RTM di beberapa tempat sudah lebih baik, sejak tercatat sebagai RTM penerima ayam. Program bekerja Kementerian Pertanian, diharapkan dapat pengentasan kemiskinan, dilakukan akserasi pembangunan pertanian, sehingga pendapatan peternak meningkat dan angka kemiskinan terus ditekan atau berkurang

IMPROVING ECONOMIC VALUE ON RTM (Poor Households) THROUGH PROGRAMS TO WORK THE MINISTRY OF AGRICULTURE

Abstrak

Keywords:
increasing economic value of RTM, through work programs

Almost all communities in Salopa Sub district are trying to raise livestock from native chickens, because free-range chicken is a very important component for people's lives. The purpose of the paper is to find out the increase in economic value of (poor households) RTM through the work program of the Ministry of Agriculture, IAARD, Animal Research Institute. The study used a survey of 54 RTM/farmer fard Mandalahayu Village 27 RTM/farmer and Mandalawangi Village 27 RTM/farmer. Primary data and secondary data are analyzed descriptively, quantitatively and economically. The results showed that the income of RTM/farmer in Mandalahayu Village was IDR.2.480.000/period with B/C ratio of 1.08 and in the village of Mandalawangi as much IDR.2.510.000/period with B/C ratio of 1.10. It can be said that the effort to enlarge DOC of chicken in RTM is not economically feasible. But if for a side business, savings and time fillers, it can be said to be feasible, because chickens can be sold as a source of sudden needs for farmers. The program works by the Ministry of Agriculture, expected to alleviate poverty, carry out agricultural development harmonization, so that farmers' income increases and poverty rates continue to be reduced or reduced

How to Cite (APA 6th Style):

Rusdiana, S., & Sartika, T. (2020). Peningkatan Nilai Ekonomi Pada RTM (Rumah Tangga Miskin) Melalui Program Bekerja Kementerian Pertanian. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 146–157.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p12>

PENDAHULUAN

Ternak ayam kampung (KUB-SenSi-1) adalah salah satu jenis ternak yang potensial dan dapat dikembangkan di seluruh wilayah di Indonesia. Ayam tersebut dapat dikembangkan untuk produksi daging dan telur, namun secara umum ayam kampung di Indonesia masih difokuskan untuk usaha sampingan atau usaha pengisi waktu. Wibowo dan Sartika (2010) menyatakan peternak pada umumnya melakukan usaha ayam kampung masih menggunakan bibit, yang bearsal dari hasil keturunannya itu sendiri. Hal ini disebabkan belum tersebarnya secara meluas dalam jumlah, maupun wilayah bibit ayam yang berkualitas baik, atau disebut Ayam Kampung Unggul Balitnak (KUB), yang merupakan hasil penelitian Balai Penelitian Ternak. Ayam kampung memiliki potensi untuk di pengembangan, karena cara pemeliharaan yang relatif mudah dilakukan kuga mudah cara menjualnya. Dalam rangka mengatasi kemiskinan, tahun 2018, melalui program Kementerian Pertanian Bekerja untuk memberikan ayam kampung kepada RTM (Rumah Tangga

Miskin) berupa DOC, pelengkapan kandang, pakan dan lainnya, di setiap wilayah di Indonesia.

Salah satunya adalah di Kecamatan Salopa Kabupaten Tasikmalaya yang sebagian RTM-nya telah menerima ayam kampung berupa DOC. Hampir semua masyarakat di Kecamatan Salopa usaha memelihara ayam kampung, karena ayam kampung merupakan komponen yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Ayam kampung dapat dipelihara dengan baik, dengan melalui pemanfaatan sumberdaya alam yang tersedia di sekitarnya. Selain itu juga sebagai salah satu fungsi ayam kampung untuk membantu perekonomian peternak. Ayam kampung dipelihara oleh peternak sebagai tabungan keluarga, tambahan penghasilan, dan memenuhi kebutuhan finansial yang sifatnya mendadak. Misi Kementerian Pertanian yaitu menemukan dan membangun inovasi pertanian (teknologi, kelembagaan dan kebijakan) yang maju dan strategis melalui penyediaan materi maupun teknologi dasar yang dapat diadopsikan kepada para pengguna di spesifik lokasi.

Sampai saat ini Badan Litbang telah menghasilkan banyak teknologi, namun terjadi *gap* antara teknologi yang tersedia dibanding dengan teknologi yang diaplikasikan di masyarakat (Puslitbangnak. 2011). Oleh karena itu dibutuhkan akselerasi pemanfaatan teknologi melalui komunikasi antara lembaga penelitian dengan dinas terkait yang pada akhirnya teknologi dapat mengalir dengan baik ke para peternak dan akan diperoleh *feedback* dari pengguna (Puslitbangnak, 2011). Kegiatan bekerja-bekerja sebagai upaya untuk mensejahterakan RTM/peternak. Program bedah kemiskinan memberikan 10 juta ekor ayam secara gratis pada masyarakat miskin RTM di seluruh wilayah Indonesia. Asumsi kelayakan finansial usaha ayam kampung KUB dan SenSi-1 yang diberikan kepada RTM berupa DOC untuk pendapatannya sebesar Rp 2,2 juta per bulan, yang disebut miskin pendapatan Rp 1.400.000,- (Kementerian Pertanian 2018). Artinya, dengan pendapatan Rp.1.000.000,- ditambah Rp.2.200.000,- pemasukan tambahan, RTM dapat menghasilkan Rp3.200.000,-/bulan. Lepas dari kemiskinan 6 (enam) bulan kemudian.

RTM diperkirakan sudah mampu memperoleh pendapatan sekitar Rp.2.300.000,-/RTM/bulan atau Rp.550.000,-/RTM/bulan. Besaran ini jauh dari batas garis kemiskinan yang sekitar Rp 370.000,-/RTM/bulan. Di tengah upaya menurunkan jumlah masyarakat miskin di setiap wilayah di Indonesia, program bekerja tersebut akan mempunyai posisi penting bagi RTM (Sulaiman 2018). Mengingat program bekerja mempunyai target dalam waktu kurang dari setahun sudah mampu membalikkan status rumah tangga petani miskin di perdesaan menjadi rumah tangga sejahtera. Kontribusi ternak ayam selain sebagai penyumbang telur juga daging secara nasional. Namun kontribusi daging asal ayam kampung kedepan dapat lebih dipacu peningkatannya, mengingat bahwa, daging dan telur ayam secara nutrisi dan kesehatan memiliki kelebihan dibandingkan dengan ternak lain. Wibowo dan Sartika (2010) menyatakan bahwa, ayam kampung lokal telah berkembang secara luas di seluruh wilayah Indonesia, dan kemampuan beradaptasi dengan lingkungan dapat diakui oleh masyarakat sebagai kehidupan yang tidak dapat dipisahkan.

Hasil penelitian Sartika dan Iskandar (2007) telah berhasil mengidentifikasi 41 rumpun ayam lokal yang hidup di Indonesia baik yang asli maupun pendatang yang sudah menempuh siklus minimal 3 generasi. Lebih lanjut dikemukakan bahwa

ayam lokal mempunyai multi fungsi sebagai hobby, suara, hias, daging dan telur. Untuk itu tersedia beberapa alternatif skema yang dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi spesifik wilayah RTM di pedesaan. Ketersediaan bahan baku pakan yang terjangkau dengan harga kompetitif merupakan salah satu pilar usaha produksi ayam. Biaya pakan merupakan salah satu komponen terbesar dalam struktur biaya produksi ternak yang dikelola secara intensif maupun semi intensif. Efisiensi penggunaan pakan akan berpengaruh langsung kepada efisiensi usaha secara keseluruhan. Potensi wilayah akan membuka peluang usaha bagi perwujudan program Bekerja bagi RTM melalui dukungan terhadap usaha produksi ayam di sekitar wilayah pedesaan.

Ayam kampung merupakan salah satu rumpun ternak hasil rekayasa teknologi *breeding* Balai Penelitian Ternak. Penelitian dan inovasi ayam kampung ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu yang cukup panjang lebih dari ≥ 10 tahun. Kegiatan perbanyak dan penyebaran bibit ayam kampung dapat dilakukan dengan berbagai metode yaitu introduksi melalui pola program Bekerja Kemnertian Pertanian. Kondisi tersebut diatas mengindikasikan bahwa pengembangan komoditas ayam kampung KUB dan SenSi sangat potensial dilakukan. Menurut Sulaiman (2018) sangat optimis dan pasti program bekerja, dapat pengentasan kemiskinan, karena dilakukan dengan akserasi pembangunan pertanian di pedesaan, sehingga pendapatan peternak akan semakin meningkat dan angka kemiskinan terus ditekan atau berkurang. Tujuan tulisan ini guna mengetahui peran program bekerja terhadap RTM (Rumah Tangga Miskin), melalui pemberian ayam kampung DOC dalam mendukung perbanyak ayam, untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan peternak.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Mandalahayu dan Desa Mandalawangi Kecamatan Salopa Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat tahun 2018. Lokasi penelitian merupakan kantong usaha ayam KUB dan SenSi dan secara umum pemeliharaannya hasil pemberian dari program beerja Kementerian pertanian RTM (Rumah Tangga Miskin). Lokasi penelitin didukung dengan lahan pertanian, lahan sawah, ladang, lahan perhutani milik BUMN, transortasi dan pasar, sehingga usaha ayam sangat cocok untuk dikembangkan. Penelitian menggunakan survey terhadap 54 RTM/peternak yaitu Desa Mandalahayu 27 RTM//peternak dan Desa Mandalawangi 27 RTM/peternak. Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dan pengisian kuisisioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Pertanian dan Peternakan Kabupaten Tasikmalaya. Data primer dan data sekunder dianalisis secara deskriptif, kuantitatif dan analisis ekonomi.

Analisis Data

Materi atau data yang dikumpulkan adalah semua data penggunaan input produksi yang meliputi, jumlah ayam yang dipelihara hasil pembagian dari lembaga Kementerian Pertanian, konsentrat dan tenaga kerja peternak. Sedangkan data produksi yang dihitung adalah jumlah produksi ayam yang masih hidup dan bobot badan serta harga jual betina dan jantan beragai umur. Asumsi nilai dan nilai jual

ayam hasil usaha RTM (rumahTangga Miskin) diasumsikan kedalam biaya penyusutan, karena masing-masing RTM/peternak tidak mengeluarkan biaya untuk pembelian bibit, pakan selama pemeliharaan. Data yang diperoleh semuanya diambil dari kronologis atau kejadian dari awal memelihara sampai ayam siap dijual. Analisis data terdiri atas gabungan pendekatan diskriptif dan analisis menggunakan R/C atau Return Cost Ratio untuk efisiensi penggunaan modal dan produktifitas laba-rugi (Loing dan Makalew 2016).

Besaran biaya tenaga kerja peternak, berdasarkan jumlah dan waktu kerja yang digunakan untuk mengurus ayam kampung milik sendiri biasanya tidak dihitung (Dewanti dan Sihombing 2012). Data empiris adalah data yang diperoleh kemudian diuji terlebih dahulu, sehingga dapat diketahui nilai ekoomi pada beberapa model usaha baik industri maupun usaha peteraak (Istikomah *et al.*, 2016). Kriteria nilai ekonomi pada usaha ayam kampung dapat dihitung berdasarkan dengan $B/C < 1$, maka usaha tidak ekonomis, $B/C > 1$ usaha lancar bila $B/C = 1$ usaha tidak rugi tidak untung seimbang (Rosganda dan Rusdiana 2012) Peternak dapat mempertimbangkan kembali apakah usahanya akan dilanjutkan atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Topografi di Kecamatan Salopa bergelombang/berbukit dengan elevasi antara 1300 -1500 m dpl, didukung oleh curah hujan yang tinggi dan berhawa sejuk, dengan suhu udara mencapai 8-25°C. Kecamatan Salopa mempunyai 9 Desa, dimana setiap Desa terpilih sebagai RTM penerima bantuan ayam kampung DOC KUB dan Sen-1.dan setelahnya 6 bulan biaya pemeliharaan diserahkan kepada masing-masing RTM sebagai yang mngelolanya ayam berikutnya. Program Bekerja dapat menjadi solusi permanen pengentasan kemiskinan dengan menysasar jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Jangka pendek, tanaman sayuran bisa menjadi solusi karena dalam jangka 3 (tiga) bulan sudah bisa panen. Jangka menengah RTM telah diberikan ayam DOC, untuk dipelihara, karena ayam sudah bisa berproduksi/bertelur dalam waktu 6 bulan. Program bekerja bisa mewujudkan klaster ekonomi bagi RTM yang fokus, sehingga bisa menopang skala industri di Kecamatan Salopa.

Proyeksi program bekerja di Kecamatan Salopa Kabupaten Tasikmalaya yang berbasis ayam kampung akan berdampak pada peningkatan ketersediaan pangan asal hewani. Program bekerja juga pada saat yang sama akan berdampak terhadap membaiknya kondisi sosial, budaya dan ekonomi RTM-nya yang semakin meningkat khususnya di Kecamatan Salopa. Prediksi 1-2 tahun pengangguran di Kecamatan Salopa diharapkan dapat menurun, sehingga keresahan masyarakat RTM sedikit berkurang. Program bekerja tersebut turut menyediakan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat sekitar Kecamatan salopa. Secara tidak langsung, program bekerja dapat mengurangi laju jumlah masyarakat yang mencari pekerjaan ke kota (urbanisasi) dan juga diharppakam RTM/peternak dapat meningkatkan pendapatan dan sejahtera

Mengingat bahwa program Bekerja bertarget dalam waktu kurang dari setahun sudah mampu membalikkan status rumah tangga petani miskin (RTM) di perdesaan menjadi rumah tangga sejahtera. Proyeksi pengembangan program Bekerja berbasis Pertanian dan peternakan akan berdampak pada peningkatan ketersediaan pangan. Peningkatan konsumsi pangan dan kualitas gizi

keluarga. Peningkatan ekonomi /pendapatan peternak sehingga akan terangkat menjadi masyarakat sejahtera. Program Bekerja pada saat akan berdampak terhadap membaiknya kondisi sosial masyarakat peternak/RTM. Harapkan pengangguran menurun sehingga keresahan masyarakat RTM juga berkurang karena program bekerja, turut menyediakan lapangan kerja dan sumber pendapatan. Karena itu, secara tidak langsung, program Bekerja dapat mengurangi laju jumlah masyarakat RTM yang mencari pekerjaan ke kota (urbanisasi). Peningkatan daya saing ekonomi nasional dan menjaga kelestarian sumber daya pertanian, perikanan dan kehutanan.

Diperlukan dukungan sumber daya manusia berkualitas melalui penyuluhan pertanian dengan pendekatan kelompok yang dapat mendukung sistem agribisnis berbasis pertanian. Perlu dilakukan pembinaan dalam rangka penumbuhan dan pengembangan kelompok tani menjadi kelompok yang kuat dan mandiri untuk meningkatkan pendapatan petani dan keluarganya (Adawiyah, 2017). Diperlukannya kerja sama antar petani dan pihak lainnya yang terkait untuk mengembangkan usahatani. Menurut Zakaria (2010) bahwa, perlunya pembinaan kelompok tani diarahkan pada penerapan sistem agribisnis, peningkatan peranan, peran serta petani dan anggota masyarakat pedesaan lainnya. Pembinaan kelompok tani diharapkan dapat membantu menggali potensi, memecahkan masalah usahatani anggotanya secara lebih efektif, dan memudahkan dalam mengakses informasi, pasar, teknologi, permodalan dan sumber daya lainnya (Apriyantono, 2007).

Usahatani yang berkelanjutan adalah usahatani yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sekarang dan masa yang akan datang akan pangan dan serat; memenuhi pelayanan ekosistem dan kehidupan yang sehat. Program pemberdayaan yang telah dilakukan memberikan manfaat bagi petani, setidaknya mengubah perilaku dan cara para tani dalam bertani. Diseminasi inovasi teknologi pada pengelolaan budidaya ternak oleh lembaga penelitian seperti Balitnak, tentunya akan sangat membantu para penyuluh pertanian di dinas-dinas pemerintah daerah, karena Balitnak sebagai penemu teknologi itu sendiri akan lebih menguasai. Konsep-konsep pengembangan modern pun banyak disarankan, oleh karena itu pendekatan RTM diharapkan dapat dijadikan sebagai langkah awal menuju masyarakat sejahtera. Kerkelanjutan dari pusa usaha pemeliharaan ayam pada setiap RTM di pesesaan, dianalogkan dengan dinamika perkembangan kelompok peternak RTM umumnya meningkat.

Memerlukan pembinaan yang dimulai dengan pembukaan wawasan melalui Bimtek, agar perkembangan ayam. Bagaimana sumberdaya alam pendukung usahatani ternak itu sendiri yang mungkin semakin berkurang, diberikan dukungan untuk berkemampuan berbisnis dalam hubungannya dengan korporasi dalam kelompok petenak. (Schader *et al.*, 2013) dan (Anantanyu 2008). Balai Penelitian Ternak mencoba mengembangkan konsep tersebut, mengingat sifat alami peternakan yang dapat berintegrasi dengan tanaman pangan seperti tanaman jagung sehingga dapat membentuk suatu bioindustri pakan yang efisien dan ramah lingkungan. Selain itu juga pemanfaat iptek dalam kehidupan masyarakat peternak di RTM sehari-hari dapat memberikan nilai tambah dan manfaat yang besar bagi kesejahteraan RTM. Sektor pertanian dan peternakan yang menjadi sumber

penghidupan dan juga bagi masyarakat peternak RTM, yang sudah tersentuh teknologinya oleh peternak.

Teknologi tersebut telah terbukti memberi dampak yang signifikan pada peningkatan produktivitas dari kedua sektor pertanian dan peternakan. Koordinasi bersama TKSD dilakukan untuk menyusun exit strategiprogram Bekerja di RTM di Kabupaten Tasikmalaya. Teknologi peternakan diharapkan dapat diaplikasikan sehingga dapat mempercepat teradopsinya inovasi teknologi yang lebih efisien oleh para RTM dalam rangka menunjang pendapatan peternak.

Sosial dan budaya pemeliharaan ayam kampung di RTM/peternak

Secara sosial dan budaya ayam kampung sudah dikenal dan banyak diusahakan oleh masyarakat di pedesaan. Diantaranya adalah Rumah Tangga Miskin/peternak (RTM) di Desa Mandalawangi dan di Desa Mandalahayu Kecamatan Salopa Kabupaten Tasikmalaya, yang dapat menerima ayam berupa DOC untuk dipelihara. Secara tidak langsung RTM sudah terbiasa dan berpengalaman memelihara ayam. Jumlah awal pemeliharaan rata-rata peternak sebanyak 50 ekor DOC/RTM/peternak untuk dipelihara hingga berproduksi telur dan daging. Kemampuan peternak untuk melanjutkan pemeliharaannya selama pakan tidak disubsidi oleh Pemerintah, maka dapat dilihat dari kemampuan peternak untuk biaya produksi. Perkiraan pemeliharaan selanjutnya sebesar 60% ayam di jual untuk dikembalikan biaya pakan dan sebesar 40% ayam dipelihara sampai berproduksi sehingga peternak pendapatan keuntungan. Usaha ayam dengan cara pembesaran DOC hingga >6 bulan berproduksi. Rataan kepemilikan ayam saat ini di peternak terlihat pada Tabel.1.

Tabel.1. Rataan kepemilikan ayam di RTM/peternak

Uraian	Desa Mandalahayu		Desa Mandalawangi	
	Jumlah±Sd	Rataan (%)	Jumlah±Sd	Rataan(%)
Ayam kampung betina	24±0,51	0,89 (52,17)	25 ±0,58	0,92 (53,19)
Ayam kampung jantan	22±0,47	0,81 (47,82)	22 ± 0,44	0,81 (46,81)
Ayam yang mati	3±0,21	0,11 (6,52)	4 ±0,3,12	0,11 (8,51)
Ayam dikasih/diberikan	2 ±0,11	0,07 (4,35)	2 ±0,11	0,07 (4,26)

Tabel 1, menunjukkan bahwa, status betina dan jantan mulai dewasa masih banyak dipelihara oleh RTM. Nilai jual ayam betina calon induk umur >5 bulan dengan rata-rata harga antara sebesar Rp.20.000-30.000,-/ekor, dan jantan umur >5 bulan rata-rata harga sebesar Rp.50.000-100.000,-/ekor. Harga jual ayam calon induk dan jantan siap potong atau siap untuk pejantan dilihat dari bobot badan dan penampilan ayam. Pemasaran ayam tidak sulit, karena hampir semua masyarakat menyukai daging ayam kampung. Dukungan kelembagaan Pemerintah Pusat dan daerah dengan program bekerja pembagian ayam pada RTM cukup rasional dan mengarah pada usaha komersial. Artinya untuk saling mendukung untuk berjalannya usaha ayam di RTM, perlunya pemodal, terutama untuk biaya pakan dan kandang, pemasaran ayam cukup baik.

Nilai ekonomi usaha ayam di RTM/Peternak

Usaha pembesaran ayam dari DOC ditingkat RTM/peternak dengan skala pemeliharaan rata-rata 46-47 ekor. Periode usaha dimulai pada ayam umur DOC

sampai umur 24 minggu sudah memproduksi telur dan daging. Nilai keuntunagnakan RTM dapat dihitung berdasarkan waktu pemeliharaan, jumlah biaya yang dikleuarkan dan jumlah ayam yang produksi dan terjual. Usaha diawali dengan pembuatan kandang, peralatan kandang, tempat minum, pakan, sebagai biaya tetap dan sarana produksi berupa bibit, pakan, obat-obatan. Tenaga kerja peternak tidak dihitung ke dalam biaya produksi, namun diasumikan kedalam biaya pakan dan harga pakan ayam di asumsikan sebesar Rp.4.000,-/kg. Setiap ayam akan membutuhkan pakan yang berbeda, sehingga perlu ditata dalam pemberian pakannya sesuai standar pemebrian pakan (Iskandar *et al.*, 2018). Standar pemberian pakan ayam KUB dan SenSi-1 untuk RTM/peternak Desa Mandalahayu dan Desa Mandalawangi hasil rekayasa dan Inovasi Balitnak terlihat pada Tabel.2 dan 3.

Tabel 2. Standar pemberian pakan ayam kampung dan harga pakan di Desa Mandalahayu

Umur minggu	Gram/ekor/hari, jumlah ayam, harga pakan dan jumlah biaya
1	5 gr/1000 atau 0.005 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.6.400
2	10 gr/1000 atau 0,01 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.12.880
3	15 gr/1000 atau 0,015 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.19.320
4	20 gr/1000 atau 0,02 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.25.760
5	32 gr/1000 atau 0,032 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.41.216
6	37 gr/1000 atau 0,037 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.47.656
7	42 gr/1000 atau 0,042 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.54.096
8	55 gr/1000 atau 0,055 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.70.840
9	60 gr/1000 atau 0,06 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.77.280
10	60 gr/1000 atau 0.06 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.77.280
12	70 gr/1000 atau 0,07 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.90.160
14	75 gr/1000 atau 0,075 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.96.600
16	80 gr/1000 atau 0,08 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = R.103.040
18	90 gr/1000 atau 0,09 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.115.920
20	100 gr/1000 atau 0,1 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.128.800
22	100 gr/1000 atau 0,1 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.128.800
24	100 gr/1000 atau 0,1 gr x 46 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.128.800
	jumlah biaya pakan ayam DOC sampai umur 24 minggu Rp.1.224.848

Sumber : Iskandar *et al.*, (2018) data di olah (2019)

Tabel 3. Standar pemberian pakan ayam kampung dan harga pakan Desa Mandalawangi

Umur minggu	Gram/ekor/hari, jumlah ayam, harga pakan dan jumlah biaya
1	5 gr/1000 atau 0.005 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.6.580
2	10 gr/1000 atau 0,01 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.13.160
3	15 gr/1000 atau 0,015 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.19.740
4	20 gr/1000 atau 0,02 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.26.320
5	32 gr/1000 atau 0,032 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.42.112
6	37 gr/1000 atau 0,037 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.48.692
7	42 gr/1000 atau 0,042 gr x 47 ekor x 7 harix Rp.4.000 = Rp.55.272
8	55 gr/1000 atau 0,055 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000 = Rp.72.380
9	60 gr/1000 atau 0,06 gr x 47 ekor x7 hari x Rp.4.000 = Rp.78.969

10	60 gr/1000 atau 0,06 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.78.969
12	70 gr/1000 atau 0,07 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.92.120
14	75 gr/1000 atau 0,075 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.98.700
16	80 gr/1000 atau 0,08 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.105.280
18	90 gr/1000 atau 0,09 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.118.440
20	100 gr/1000 atau 0,1 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.131.600
22	100 gr/1000 atau 0,1 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.131.600
24	100 gr/1000 atau 0,1 gr x 47 ekor x 7 hari x Rp.4.000	= Rp.131.600
	jumlah biaya pakan ayam DOC sampai umur 24 minggu Rp.	
	1.252.534	

Sumber : Iskandar *et al.*, (2018) data di olah (2019)

Tabel 2-3, menunjukan bahwa, dari setiap umur ayam terdapat perbedaan pemberian pakan. Semakin umur ayam bertambah akan semakin bertambah pula kebutuhan pakan. Biaya produksi pakan dapat disesuaikan dengan umur ayam, jumlah ayam dan waktu pemeliharaan. Ayam yang dipelihara oleh RTM/peternak adalah milik sendiri, sehingga cara pemeliharaannya cukup sederhana.

RTM/peternak di Desa Mandalahayu untuk biaya pembelian bibit sebanyak 46 ekor/DOC dengan asumsi harga sebesar Rp.7.000,-/ekor atau sebesar Rp.329.000,-. Biaya kandang rata-rata sebesar Rp.500.000,-/unit/peternak. Asumsi biaya penyusutan kandang sebesar 10%/tahun atau sebesar Rp.50.000,-/tahun. Biaya peralatan kandang sebesar Rp.100.000,-/tahun habis pakai. Biaya obat-obatan paket sebesar Rp.40.000,-/periode dan biaya pakan umur DOC atau 1 minggu sampai umur 24 minggu sebesar Rp.1.224.848,-/ periode. Jumlah biaya produksi pada usaha pemeliharaan ayam sebesar Rp.1.743.848,-/periode.

Asumsi nilai jual ayam betina siap produksi sebanyak 24 ekor x harga sebesar Rp.30.000 sebesar Rp.720.000,- dan nilai jual ayam jantan siap potong dan siap dijadikan pejantan sebanyak 22 ekor x harga sebesar 80.000,-/ekor sebesar Rp.1.760.000,-. Jumlah pendapatan kotor sebesar Rp.2.480.000,-/periode. Jumlah pendapatan bersih sebesar Rp.736.152,-/peternak, nilai B/C ratio sebesar 1,08

RTM/peternak di Desa Mandalawangi untuk biaya pembelian bibit sebanyak 47 ekor/DOC dengan harga sebesar Rp.7.000,-/DOC/ekor sebesar Rp.329.000,-/peternak. Biaya kandang rata-rata sebesar Rp.500.000,-/unit/peternak biaya penyusutan kandang sebesar 10%/tahun atau sebesar Rp.50.000,-/tahun. Biaya peralatan kandang sebesar Rp.100.000,-/tahun habis pakai. Biaya obat-obatan paket sebesar Rp.40.000,-/periode habis pakai. Biaya pakan umur DOC atau 1 minggu sampai umur 24 minggu sebesar Rp.1.252.534,-/periode Jumlah biaya produksi pada usaha pemeliharaan ayam sebesar Rp.1.771.534.

Asumsi nilai jual ayam betina siap produksi sebanyak 25 ekor x harga sebesar Rp.30.000,-/ekor sebesar Rp.750.000,- dan nilai jual ayam jantan siap potong dan siap dijadikan pejantan sebanyak 22 ekor x harga sebesar 80.000,-/ekor sebesar Rp.1.760.000,-.Jumlah pendapatan kotor sebesar Rp.2.510.000,-/periode .Jumlah pendapatan bersih sebesar Rp.738.466,-/peternak, nilai B/C ratio sebesar 1,10. Analisis usaha ayam kampung di RTM atau peternak terlihat pada Tabel.4.

Tabel 4. Analisis ekonomi usaha ayam kampung di RTM .

Uraian	Desa Mandalahayu	Desa Mandalawangi
Biaya produksi	1.743.848.	1.771.534

Pendapatan kotor/periode	2.480.000	2.510.000
Pendapatan bersih/periode	736.150	738.466
B/C	1,08	1,10

Sumber: Data diolah (2019)

Tabel 4, menunjukkan bahwa, perhitungan atas biaya tetap dilakukan dengan penyusutan atas umur kandang selama 1 tahun, peralatan dan obat-obatan dianggap habis pakai. Lahan yang digunakan milik peternak. Usaha ayam dengan pemeliharaan rata-rata antara 46-47 ekor/RTM//peternak tidak menguntungkan. RTM/peternak pada usaha pemeliharaan ayam biasanya, sebagai tabungan, pengisi waktu dan cara pemeliharaannya cukup sederhana, sehingga dapat dinyatakan layak. Untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, maka usaha ayam dapat dilakukan sebanyak 1000 ekor/peterak. Usaha tersebut untuk menghasilkan produksi telur konsumsi, telur tetas DOC, pullet, bibit dan ayam siap potong. Hampir semua RTM/peternak usaha pokoknya bertani, buruh tani, dagang dan usaha lainnya. Ayam dapat dijual sebagai sumber kebutuhan mendadak bagi peternak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian, secara umum pelaksanaan Program Bekerja di Desa Mandalahayu dan Desa Mandalawangi Kecamatan Salopa Kabupaten Tasikmalaya dapat dikatakan relatif baik ditinjau dari aspek kinerja pertumbuhan ayam dan tingkat kematian yang rendah. Pendapatan RTM/peternak di Desa Mandalahayu sebesar Rp.2.480.000,-/periode dengan B/C ratio sebesar 1,08 dan di Desa Mandalawangi sebesar Rp.2.510.000,-/periode dengan B/C ratio sebesar 1,10. Diharapkan Program bekerja Kementerian Pertanian, dapat pengentasan kemiskinan, dilakukan akserasi pembangunan pertanian di pedesaan, sehingga pendapatan peternak meningkat dan angka kemiskinan terus ditekan atau berkurang. Kondisi RTM di beberapa tempat sudah lebih baik, sejak tercatat sebagai RTM penerima ayam.

Saran

Disarankan dilakukan kembali sensus di RTM di Kecamatan Salopa, untuk informasi yang dapat dimanfaatkan Pemerintah secara akurat di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anantanyu, S., 2008. Tipe petani dan strategi pengembangan kelembagaan kelompok petani (Kasus di Provinsi Jawa Tengah). M'POWER, Oktober 2008. Vol.8(8): 65-70.
- Apriyantono, A. 2007. Lampiran Peraturan Menteri Pertanian Nomor: 273/Kpts/Ot.160/4/2007, tanggal 13 April 2007 tentang Pedoman Penumbuhan dan Pengembangan Kelompok Tani dan Gabungan Kelompok Tani. \

- Adawiyah. C. Rabiatul. 2017. Urgensi komunikasi dalam kelompok kecil untuk mempercepat proses adopsi teknologi pertanian. PSEKP, Jurnal Forum Agro Ekonomi, 36(1)59-74.
- Badan Litbang Pertanian. 2015. Surat Keputusan No 31/Kpts/OT.050/I/01/2015 tentang Pembentukan Tim Pengelola Laboratorium Inovasi Pertanian Badan Penelitian dan Pengembangan Peternakan. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Dewanti, R. dan G. Sihombing. 2012. Analisis pendapatan usaha peternakan ayam buras (Studi kasus di Kecamatan Tegalombo, Kabupaten Pacitan). Buletin Peternakan-UGM, Februari 2012, 36(1):48-56.
- Zaenal Hasnelly, T. Sartika. S. Iskandar 2015. Kinerja Ayam Lokal Sentul Hasil Seleksi Sebagai Calon Galur Penjantan. Prosiding Seminar Unggas Lokal. Peran Unggas Lokal dalam Menunjang Industri Perunggasan di Indonesia. Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro. Semarang, 18 November 2015.
- Iskandar S., Sartika T., Hasnelly Z., Gunawan B. 2016. Naskah ilmiah pelepasan galur ayam lokal pedaging SenSi Abu dan SenSi Putih. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Balai Penelitian Ternak. Ciawi. Bogor
- Iskandar, S. 2018. **Ciptakan ayam lokal unggulan**, [Internet] [Diunduh tgl, 18 Juni]. Tersedia dari <http://peternakan.litbang.pertanian.go.id/index.php/artikel-media-cetak/48131>-
- Istikomah, Imam Suhadi dan Marhani. 2016. Analisis pendapatan dan elastilitas produksi usaha ternak ayam kampung pedaging intensif di Kecamatan Sangata Utara dan Bengalon, Kabupaten Kutai Timur. Jurnal Pertanian Terpadu, Mei 2016 6(1):98-109.
- Loing, C. Jeane dan A. Makalew. 2016. Analisis finansial usaha ternak ayam kampung di kecamatan kawangkoan kawasan agropolitan Kabupaten Minahasa Jurnal LPPM Bidang Sains dan Teknologi Mei 2016, 3(1):51-56
- Kementerian Pertanian 2015. Pengembangan Taman sains dan Teknologi Pertanian (TSTP). Badan Litbang Pertanian Jakarta, Pedum Umum, Desember 2015, hal.1-71
- Kementerian Pertanian . 2018. Entaskan Kemiskinan, Kementan Genjot Program 'Bekerja' Kementerian Perrrtanian. 2018. [Internet] [Diunduh tgl, 21 Mei 2019]. Tersedia dari <https://finance.detik.com/artikel-ekonomi-bisnis/d-4128357/kentaska-genjot-program-bekerja>,
- Puslitbangnak. 2011. Spektrum diseminasi multi chanel kampung ternak domba terpadu. Puslitbang Peternakan [Internet]. [cited 21 Mei 2011]. <http://peternakan.litbang.deptan.go.id/artikel/index/artikel/>
- Iskandar.S., T. Sarika, IGM. Harsna, Soeharsono. L. Yunia dan A. Eopiq. 2018. Panduan pemeliharaan ayam lokal unggul Badan Litbang pertanian. Program Bekerja, Kementerian Pertanian. Balai Penelitian Ternak Ciawi-Bogor

- Rosganda, E dan S. Rusdiana . 2012. Peluang usaha ternak ayam kampung dan manajemen usaha pada petani di pedesaan. Pros. Seminar Nasional Unggal Lokal, Jakarta 4 Nopember 2012, hal. 104-109
- Sulaeman Amran 2018. Entaskan Kemiskinan, Kementan Genjot Program 'Bekerja' [Internet] [Diunduh tgl, 23 Juni 2019]. Tersedia dari <https://finance.detik.com/artikel-ekonomi-bisnis/d-4128357/entaskan-kemiskinan-kementan-genjot-program-bekerja>.
- Sartika, T., dan S. Iskandar. 2007. Mengenal Plasma Nutfah Ayam Indonesia, dan pemanfaatnnya, Balai Penelitian Ternak Ciawi Bogor.
- Schader, C., Muller, A. and El-Hage Scialabba, N. 2013. Sustainability and organic livestock modeling (SOL-m): Impacts of global upscaling of low- input and organic livestock production. Natural Resources Management and Environment Departement. FAO-Rome.
- Wibowo, B., dan T. Sartika. 2010. Analisis kelayakan usaha pembibitan ayam kampung (lokal) penghasil Day Old Chicken (DOC) di tingkat petani (Studi kasus kemlompok peternak ayam buras “Barokal” di Ciamis). Prosiding Seminar Nasional Teknologi Peternakan dan Veteriner, Bogor Juni 2010, hal 714-721
- Zakaria, AK. 2010. Program pengembangan agribisnis kedelai dalam peningkatan produksi pendapatan petani. Jurnal Litbang Perrtanian.29(4):147-153.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHATANI KOPI ARABIKA DI PROVINSI BALI

Ida Ayu Listia Dewi dan I Made Sudarma

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Denpasar, Bali

Email korespondensi: listiadewi60@unud.ac.id dan sudarmaimade@yahoo.com

Telepon/HP: 082144907558, 08123985990

Kata Kunci:
Keberlanjutan,
kopi Arabika,
usahatani,
pendapatan.

Abstrak

Kopi merupakan andalan ekspor Bali. Potensi pengembangan lahan usahatani kopi Arabika di Bali belum dimanfaatkan. Namun produktivitas hasil kopi Arabika Bali masih rendah. Jumlah petani kopi makin berkurang. Keberlanjutan usahatani Kopi Arabika Bali terancam. Akibatnya sumber pendapatan daerah berkurang. Penting mempertahankan keberlanjutan usahatani kopi Arabika Bali. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor pendorong keberlanjutan usahatani kopi Arabika di Bali. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode purposive. Lokasi penelitian merupakan sentra produksi kopi Arabika di Provinsi Bali. Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah survei, wawancara, studi dokumentasi, dan studi pustaka. Instrument penelitian adalah kuesioner. Metode penentuan jumlah sampling berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat eror sebesar 15% yaitu 52 petani. Metode penentuan sampling berdasarkan random sampling. Analisis dimensi ekonomi menggunakan pendekatan pendapatan usahatani, dimensi sosial, lingkungan, dan teknologi menggunakan pendekatan analisis faktor konfirmatori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi ekonomi dilihat dari pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali tahun 2019 per luas rata-rata lahan garapan petani (0,86 ha) sebesar Rp 22.820.376. Kontribusi pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali terhadap pendapatan keluarga adalah sebesar 69,07%. Pengalaman Berusahatani (X22), umur petani (X20), dan pendidikan petani (X21) merupakan komponen Faktor Sosial. Pembuatan rorak (X13), Jumlah Anggota keluarga (X23), melakukan penanaman kembali (X12), penggunaan bibit lokal bermutu (X11), petani mengetahui kondisi lahannya (X10) mewakili Faktor

Lingkungan. Penggunaan penaung (X14), umur tanaman (X5), penggunaan air bersih (X9), dan panen petik merah (X19) merupakan komponen pembentuk Faktor Teknologi.

FACTORS SUPPORTING SUSTAINABILITY OF ARABIKA COFFEE IN BALI PROVINCE

Abstrak

Keywords:
Sustainability,
Arabica coffee,
farming, income.

Coffee is the mainstay of Balinese exports. But the productivity of Balinese Arabica coffee is still low. The sustainability of Bali Arabica Coffee farming is threatened. The purpose of this study was to determine the factors driving the sustainability of Arabica coffee farming in Bali. The research location is the Arabica coffee production center in Bali Province. The method of determining the number of sampling based on the Slovin formula with an error rate of 15% is 52 farmers. The method of determining sampling is based on random sampling. The economic dimension shows that Arabica coffee farm income in Bali in 2019 per average area of arable land by farmers (0.86 ha) is Rp 22,820,376. Contribution of income from Arabica coffee farming in Bali to family income is 69.07%. Farming Experience (X22), farmer age (X20), and farmer education (X21) are components of Social Factors. Making rorak (X13), number of family members (X23), replanting (X12), use of quality local seeds (X11), farmers know the condition of their land (X10) representing environmental factors. The use of shade (X14), plant age (X5), use of clean water (X9), and harvesting of red picks (X19) are the components forming the Technology Factor.

How to Cite (APA 6th Style):

Dewi, I. A. L., & Sudarma, I. M. (2020). Faktor-Faktor Pendukung Keberlanjutan Usahatani Kopi Arabika di Provinsi Bali. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 158–168.

<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p13>

PENDAHULUAN

Kopi merupakan andalan Indonesia dalam perdagangan dunia. Menurut Pitoko (2018) Indonesia merupakan negara urutan keempat penghasil kopi setelah Brasil, Vietnam, dan Kolobia. Produktivitas dan kualitas usahatani kopi di Indonesia masih lebih rendah dibandingkan ketiga negara tersebut. Menurut Ditjenbun Pertanian (2016) rendahnya produktivitas dan kualitas hasil produksi kopi dipengaruhi oleh sebagian besar perkebunan kopi yang ada di Indonesia merupakan kopi perkebunan rakyat. Banyak petani kopi berbudidaya tidak sesuai dengan panduan *good agriculture practice* (GAP). Sejalan dengan pemikiran Marindra (2019) yang menyatakan bahwa petani kopi rakyat di Lampung yang belum tersertifikasi umumnya belum menjalankan teknik budidaya secara baik dan benar, sehingga

mereka menghasilkan kopi dengan kualitas asalan yang hanya mampu dijual pada pasar lokal dengan harga yang relative rendah. Mereka juga belum memahami pentingnya keberlanjutan usahatani kopi, sehingga mereka belum mampu menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan sosial, lingkungan dan teknologi.

Kopi juga menjadi salah satu produk andalan Bali dalam perdagangan lokal, antar pulau, sampai ekspor. Salah satu jenis kopi yang diekspor Bali adalah kopi Arabika. Kopi merupakan andalan Bali sebagai sumber pendapatan daerah, juga mengalami penurunan produktivitas. Menurut Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Perkebunan Provinsi Bali (2018) produktivitas Kopi Arabika menurun setiap tahunnya dari tahun 2015 sampai tahun 2017 yaitu 561, 539, dan 457 kg/Ha/tahun. Kondisi lain juga menunjukkan bahwa jumlah petani kopi Arabika semakin berkurang setiap tahunnya dari tahun 2015 sampai 2017 yaitu 16.810, 16.745, dan 16.130 orang petani. Banyak petani kopi Arabika beralih produk usahatani menjadi non kopi seperti jeruk juga produk hortikultura. Ini disebabkan oleh harga jual yang tidak sesuai dengan pengeluaran petani untuk usahatani kopi Arabika. Bila dibandingkan dengan produksi kopi Arabika di Sulawesi Selatan diperkirakan sebesar 7000 ton dengan daya saing yang rendah, akibat kurangnya pengetahuan petani terhadap penanganan panen dan pasca panen sehingga kualitas produk menjadi rendah (Awaluddin, dkk, 2018).

Pada sumber yang sama lebih lanjut dijelaskan bahwa dilihat dari potensi, pengembangan usahatani kopi Arabika masih memiliki potensi untuk dikembangkan. Potensi areal kopi Arabika di Bali sebesar 23.485 Ha, dan baru diusahakan sebesar 12.228 Ha, sehingga tersisa 11.257 Ha. Potensi ini penting di kembangkan untuk menggiatkan perekonomian nasional dan juga meningkatkan kesejahteraan petani kopi Arabika di Bali. Bertolak dari hal tersebut maka usahatani kopi Arabika di Provinsi Bali penting dijaga keberlanjutannya.

Pada dasarnya konsep keberlanjutan mengandung tanggungjawab moral bagi seorang produsen termasuk petani untuk memastikan bahwa aktivitas produksinya akan terus dapat berlanjut sampai ke generasi-generasi berikutnya. Menurut Brklacich, dkk (1992) sistem pertanian berkelanjutan mengandung pengertian bahwa dalam jangka panjang sistem tersebut harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas lingkungan, menyediakan insentif sosial dan ekonomi pada semua pelaku dalam sistem produksi, dan mampu memproduksi secara cukup dan masing-masing penduduk memiliki akses terhadap produk yang dihasilkan tersebut. Menurut SEARCA, 1995 (dalam Budiasa, 2011) mengatakan bahwa Kreteria pertanian berkelanjutan meliputi: (a) kelayakan ekonomi, (b) ramah lingkungan, (c) adil secara sosial, (d) cocok/selaras dengan budaya setempat, dan (e) sistem pertanian berkelanjutan berbasis pengetahuan yang holistik/kompresensip/ multi-disiplin, serta mempertimbangkan interaksi dinamis antara aktivitas on-farm, dan non on-farm. Teknologi tepat guna, kebijakan, dan pengelolaan sumberdaya sesuai dengan keunggulan kompereratif dan kompetitif suatu wilayah sangat diperlukan untuk mewujudkan tujuan pembangunan pertanian berkelanjutan (Adnyana, 2001).

Dalam kaitannya dengan keberlanjutan produksi kopi, menurut Kementerian Pertanian Direktorat Jendral Perkebunan (2014) dewasa ini berkembang bermacam-macam praktek perdagangan yang diinisiasi oleh konsumen kopi. Konsumen-konsumen tertentu menghendaki kopi bersertifikat seperti *Fairtrade*, *Utz Certified*,

Organic, Common Code for Coffee Community (4C), Rainforest Alliance, Coffee and Farmer Equity (CAFE) Practices (Starbucks), dan Bird Friendly. Semua sistem tersebut pada dasarnya menekankan pada kejelasan asal-usul (*traceability*) dan keberlanjutan (*sustainability*). Prinsip kopi keberlanjutan yaitu: *environmentally sustainable; economically viable; dan socially acceptable*.

Keberlanjutan kopi Arabika di Bali dapat terpenuhi dengan mengikuti dimensi keberlanjutan pada konsep pertanian berkelanjutan. Kegiatan produksi pertanian bisa berlanjut bila dalam kegiatan usahatani memperhatikan lingkungan. Keberlanjutan usahatani dapat terwujud bila petani sebagai pelaku usaha memperoleh keuntungan. Keberlanjutan bisa terlaksana bila usaha pertanian ditunjang penggunaan teknologi yang tepat guna. Keberlanjutan dapat diwujudkan bila masyarakat sosial dan kelembagaan menerima dan mendukung usaha tersebut.

Melihat penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa keberlanjutan usahatani kopi Arabika sangat penting diwujudkan untuk meningkatkan pendapatan daerah dari salah satu komoditi unggulan Bali. Keberlanjutan usahatani kopi Arabika Bali ditentukan oleh faktor ekonomi, sosia, ekologi, dan teknologi. Untuk dapat melakukan evaluasi terhadap keberlanjutan usahatani kopi Arabika di Bali maka dimensi-dimensi keberlanjutan harus diidentifikasi lebih dahulu. Berdasarkan hal tersebut maka **tujuan penelitian ini** adalah untuk yaitu mengidentifikasi besar pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali pada tahun 2019 dan faktor-faktor yang mendorong keberlanjutan usahatani kopi Arabika di Bali diluar dimensi ekonomi.

METODE PENELITIAN

Penelitian akan dilakukan di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode purposive yaitu pemilihan lokasi penelitian dengan sengaja berdasarkan pertimbangan merupakan sentra produksi kopi Arabika di Provinsi Bali. Waktu penelitian dilaksanakan adalah dari Bulan Juni sampai Agustus 2019. Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah surve, wawancara, studi dokumentasi, dan studi pustaka dengan instrument penelitian berupa kuesioner.

Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah harga jual kopi Arabika di tingkat petani per kg, kuantitas produk yang dijual per musim panen, biaya produksi per tahun, dan pendapatan petani dari non kopi. Sedangkan data kualitatif dalam penelitian ini adalah dimensi yang berhubungan dengan dimensi social, lingkungan, dan teknologi. Data pada dimensi social, lingkungan, dan teknologi mempergunakan data ordinal dalam bentuk skala 1 sampai 5.

Populasi penelitian ini adalah seluruh petani kopi Arabika di Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli yaitu sebanyak 599 orang. Metode penentuan jumlah sampling berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat eror sebesar 15% diperoleh jumlah responden 42 orang, tetapi menurut Supriyadi (2014) sampel secara umum pada analisis faktor berkisar antara 50 sampai 100, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini dipergunakan sebanyak 52 petani kopi. Metode penentuan sampling berdasarkan random sampling.

Setelah Tabulasi mata data akan dianalisis secara deskriptif baik berupa deskriptif kuantitatif ataupun kualitatif, disesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut.

1. Parameter ekonomi dihitung dengan menggunakan rumus pendapatan usahatani tahun berjalan dengan rumus

$$\Pi = TP - TC$$

Keterangan:

Π	=	Pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali
TP	=	Total Penerimaan penerimaan kopi per tahun
TC	=	Total Biaya produksi kopi per tahun

$$TP = P \times Q$$

Keterangan:

TP	=	Total Penerimaan kopi Arabika di tingkat petani per tahun
P	=	Harga jual kopi Arabika Gelondong Basah di tingkat petani
Q	=	Kuantitas produksi kopi Arabika per tahun

$$TC = TVC + TFC$$

Keterangan:

TC	=	Total Biaya produksi kopi Arabika per tahun
TVC	=	Total biaya variabel: biaya TK, pupuk, dan obat
TFC	=	Total biaya tetap: penyusutan beralatan, sewa lahan

Kontribusi pendapatan usahatani kopi Arabika dibandingkan dengan pendapatan petani

$$\text{Kontribusi} = (\Pi / \text{total pendapatan keluarga petani}) \times 100\%$$

Setelah memperoleh kedua nilai tersebut maka dilakukan scoring terhadap semua parameter di masing-masing dimensi keberlanjutan.

2. Mengidentifikasi faktor-faktor pendorong keberlanjutan usahatani kopi Arabika menggunakan analisis Faktor Konfirmatori, dengan bantuan program SPSS 13.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dimensi Ekonomi sebagai Faktor Penunjang Keberlanjutan Usahatani Kopi Arabika Bali

Keberlanjutan usahatani kopi Arabika di Bali didorong dari ada tidaknya manfaat ekonomi yang diterima petani. Petani umumnya akan bertahan melakukan unit usaha bila usaha tersebut memperoleh keuntungan. Usaha yang tidak menjanjikan tentunya akan ditinggalkan oleh petani. Bertolak dari hal tersebut penelitian ini mencoba menganalisa keuntungan usahatani kopi Arabika pada tahun berjalan yaitu tahun 2019, kemudian pendapatan tersebut di bandingkan dengan pendapatan keluarga. Berdasarkan hal tersebut maka disajikan dibawah ini perhitungan pendapatan usahatani Kopi Arabika tahun 2019.

Tabel 1. Pendapatan Rata-rata Usahatani Kopi Arabika di Bali per LLG Petani Tahun 2019

Penerimaan	
Produksi	3.929
Harga	9.567
Total Penerimaan	37.588.480
Biaya	
Biaya Variabel	
Pupuk Kandang Kotoran Sapi	3.473.077
Pupuk Kandang Kotoran Ayam	1.209.677
Tenaga Kerja	8.575.236
Pisau Pangkas	703.125
Total	13.961.115
Biaya Tetap	
Penyusutan peralatan	453.417
Perawatan mesin sensor	353.571
Total	806.989
Total Biaya	14.768.104
Pendapatan	22.820.376

Sumber: diolah dari data primer (2019)

Panen kopi Arabika di Bali dilakukan sekali dalam satu tahun. Pendapatan rata-rata usahatani kopi Arabika di Bali tahun 2019 per luas rata-rata lahan garapan petani (0,86 ha) sebesar Rp 22.820.376. Bila di rata-ratakan per bulan pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali menjadi sebesar Rp 1.901.698. Nilai ini bila dibandingkan dengan UMP Bali sebesar Rp 2.297.968,70 masih lebih rendah. Ini berarti pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali belum memenuhi standar kehidupan yang ditetapkan pemerintah sehingga kesejahteraannya masih digolongkan rendah. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian Imsar (2018) besar pendapatan bersih rata-rata petani Kopi Arabika Gayo Sumatra Utara per hektar dalam sekali panen yaitu sebesar Rp 19.850.161 sedangkan jika dihitung pertahunnya Rp 39.700.322 atau sekitar Rp 3.308.360,17 per bulan. Perbedaan pendapatan usahatani ini berbeda karena perbedaan kemampuan produktivitas kopi masing-masing wilayah. Hasil usahatani kopi Arabika sangat tergantung dari spesifikasi lokasi, juga harga jual kopi, dan biaya produksi.

Elemen biaya tertinggi adalah tenaga kerja. Biaya tenaga kerja yang banyak dipergunakan saat kegiatan panen. Sama dengan dengan pernyataan Yuliasmara (2018) bahwa tantangan utama dalam budidaya kopi adalah produktivitas hasil yang rendah, isu perusakan lingkungan, perubahan iklim, tingginya biaya tenaga kerja, dan terbatasnya ketersediaan tenaga kerja. Rata-rata biaya tenaga kerja panen adalah Rp 1.729.519. Periode panen dilakukan selama 3 bulan dari bulan Juni sampai Agustus. Satu periode panen dilakukan tiga sampai empat kali petik. Satu kali petik petani membutuhkan waktu tiga sampai empat hari. Tenaga kerja yang dipergunakan pada kegiatan pemetikan lebih banyak mempegunakan tenaga

kerja perempuan dan kisaran upah petik per hari antara Rp 60.000 sampai Rp 70.000.

Bila dilihat dari kontribusi pendapatan usahatani kopi Arabika terhadap pendapatan keluarga petani adalah sebesar 69,07%. Artinya bahwa pendapatan keluarga ditunjang dari pendapatan usahatani kopi Arabika. Ini menunjukkan bahwa pendapatan dari usahatani kopi Arabika sangat penting artinya bagi kesejahteraan petani.

Faktor-faktor yang Mendorong Keberlanjutan Usahatani Kopi Arabika di Bali Diluar Dimensi Ekonomi

Faktor pendorong keberlanjutan usahatani kopi Arabika di Bali dianalisis dengan analisis faktor konfirmatori. Terdapat 23 parameter yang dipergunakan dalam menganalisis analisis faktor yaitu ketinggian tempat (X1), kemiringan lahan (X2), jenis penaung (X3), varietas unggul (X4), umur tanaman (X5), penggunaan pupuk (X6), serangan hama penyakit (X7), pengolahan tanah (X8), ketersediaan sumber air bersih (X9), analisa kondisi lahan (X10), pembibitan sendiri (X11), melakukan penanaman kembali (X12), pembuatan rorak (X13), penggunaan tanaman penaung (X14), teknik penggulmaan (X15), pemangkasan (X16), evaluasi penyakit dan penanganannya (X17), penggunaan obat-obatan (X18), panen petik merah (X19), umur petani (X20), pendidikan petani (X21), pengalaman petani (X22), dan jumlah anggota keluarga (X23). Analisis faktor konfirmatori dibantu oleh SPSS 20.

Periode pertama Uji KMO adalah 0,515 dan Bartlett's Test sebesar 356,804 pada sig. 0,000. Menurut Supriyadi (2014) Nilai Uji KMO > 0,5 menandakan analisis faktor dapat dilakukan. Namun ada beberapa parameter yang tidak memenuhi persyaratan kelayakan nilai MSA (measures of sampling adequacy) > 0,5 yang artinya parameter tersebut tidak memenuhi ketentuan analisis faktor dan parameter tersebut harus dibuang.

Parameter yang tidak memenuhi persyaratan yaitu sebanyak 10 antara lain X1, X2, X3, X4, X6, X7, X8, X15, X16, dan X17. Setelah semua variabel yang nilai MSA < 0,5 dihilangkan dalam analisis dengan 13 parameter yang layak. Analisa ke dua menghasilkan nilai KMO bernilai 0,590 and Bartlett's Test dan Nilai Anti-image Matrices sebesar 159,663 pada sig. 0,000. Pada tahap ini masih terdapat satu parameter yang tidak memenuhi syarat dan harus dikeluarkan karena nilai MSA < 0,5, parameter tersebut adalah X18. Analisis tahap tiga setelah nilai X18 dikeluarkan menghasilkan nilai KMO 0,595 dan nilai Bartlett's Test dan Anti-image Matrices; 155,042 pada sig. 0,000. dan semua parameter sisanya (X5, X9, X10, X11, X12, X13, X14, X19, X20, X21, X22, dan X23) dapat diproses lebih lanjut.

Dari 12 parameter yang memenuhi syarat uji terbentuk tiga faktor utama yang nilai eigentvalue > 1. Besarnya prosentase variasi Faktor-1 adalah 19,694%, Faktor-2 adalah 17,981%, dan Faktor-3 adalah 17,095%. Ini berarti bahwa Faktor-1 mampu memberi informasi sebesar 19,694%, Faktor-2 dan Faktor-3, masing-masing memberikan informasi sebesar 17,981% dan 17,095%. Total variasi sebesar 54,770%. Ini berarti data yang diolah memberi informasi sebesar 54,770%. Nilai ini kurang dari 60%, karena ada satu faktor yang dieliminasi.

Berdasarkan tiga faktor yang terbentuk, maka masing-masing faktor memiliki komponen utama pembentuk faktor, Komponen utama tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Komponen Utama Pembentuk Faktor-faktor Pendorong Keberlanjutan Usahatani Kopi Arabika di Bali

No	Faktor-1		Faktor-2		Faktor-3	
	Parameter	Nilai Komponen Matrik	Parameter	Nilai Komponen Matrik	Parameter	Nilai Komponen Matrik
1	X22	0,942	X13	0,805	X14	0,770
2	X20	0,854	X23	0,658	X5	0,606
3	X21	0,559	X12	0,655	X9	0,596
4			X11	0,553	X19	0,560
5			X10	0,517		

Sumber: diolah dari data primer, (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui komponen utama pembentuk ketiga faktor yang terbentuk. Komponen utama Faktor-1 adalah pengalaman perusahatani kopi Arabika (X22), umur petani (X20), dan pendidikan petani (X21). Berdasarkan komponen utama yang tersusun pada Faktor-1 maka faktor ini diberi nama Faktor Sosial. Komponen utama pembentuk Faktor-2 adalah pembuatan rorak (X13), jumlah anggota keluarga (X23), penanaman kembali (X12), pembiatan bibit (X11), dan evaluasi kondisi lahan (X10). Berdasarkan komponen utama pembentuk Faktor-2, maka faktor ini diberi nama Faktor teknis/Lingkungan. Komponen utama pembentuk Faktor-3 adalah penggunaan tanaman penaung (X14), umur tanaman (X5), ketersediaan sumber air bersih (X9), dan panen petik merah (X19). Berdasarkan komponen pembentuk Faktor-3, maka faktor ini diberi nama Faktor Teknologi.

Keberlanjutan usahatani kopi Arabika dapat dipastikan tercapai apabila petani pelaku kegiatan memperoleh manfaat ekonomis yang layak untuk kesejahteraan keluarganya. Petani tidak dapat memperoleh manfaat ekonomis yang layak secara mudah, harus ada usaha, kemampuan, dan kemauan untuk membuat suatu perubahan dan terobosan-terobosan dari apa yang sudah pernah dilakukan. Mereka harus ulet, gigih, dan aktif mencari informasi-informasi untuk peningkatan hasil. Karakteristik ini terpenuhi bila petani memiliki tingkat pendidikan yang baik. Petani usia muda juga cenderung lebih aktif dalam pengembangan usahanya. Mereka lebih gigih dan lebih mau menerima inovasi-inovasi baru dibandingkan dengan petani golongan usia tua. Lama tidaknya pengalaman petani berusahatani kopi Arabika membuat mereka lebih memahami tindakan apa yang menguntungkan dan merugikan usahatani mereka.

Pembuatan rorak menurut petani sangat membantu petani dalam menjaga kualitas unsur hara tanaman. Pada saat hujan, pupuk yang disebarkan petani disekitar tanaman tidak hanyud terbawa air hujan. Selain itu pembuatan rorak juga mampu mengisilasi perkembangan hama dan penyakit, ini pula yang menyebabkan di lokasi penelitian serangan hama penyakit sangat sedikit. Penanaman kembali merupakan suatu tindakan rehabilitas kualitas lahan. Tanaman yang memasuki

usia produksi membutuhkan unsur hara yang banyak, sehingga di akhir masa produktivitas tinggi ketersediaan hara di dalam tanah juga semakin sedikit, untuk itu perlu dilakukan perbaikan kualitas lahan dengan mengganti tanaman dengan yang baru, tanaman yang cocok untuk memperbaiki unsur hara lahan. Umumnya petani tidak langsung mengganti dengan tanaman kopi arabika yang masih muda, tetapi menanam dengan tanaman lain seperti jeruk atau tanaman hortikultura. Penanaman kopi Arabika mulai dilakukan setelah dua sampai tiga tahun kemudian. Melakukan evaluasi kondisi lahan sangat penting dilakukan petani untuk mengetahui kandungan unsur hara tanah dan mengetahui tindakan apa yang harus mereka lakukan untuk memperbaikinya. Penggunaan bibit unggul yang berasal dari daerah lokal sangat penting bagi petani. Bibit lokal yang datang dari daerah lain seringkali tidak memberikan hasil yang sesuai harapan mereka. Perbedaan kondisi geografis suatu wilayah berdampak pada beragamnya varietas tanaman yang dihasilkan. Keunggulan varietas tersebut kembali sangat tergantung dari kondisi geografis tanaman tersebut ditanam. Varietas yang unggul di suatu daerah belum tentu berhasil di daerah lain. Ini lah yang menjadi keyakinan petani pada umumnya sehingga mereka lebih memilih melakukan pembibitan sendiri. Jenis varietas yang tersebar di Kintamani sudah merupakan varietas yang berkategori unggul sesuai dengan rekomendasi dari MPG yaitu Kopyol, S 795, Kartika, dan USDA. Saat ini ada varietas baru yang masuk di wilayah ini yang berasal dari luar provinsi Bali yaitu bibit Sigarurutang. Ada beberapa petani yang bersedia menerima bantuan bibit baru tersebut dan sebagian besar tidak. Petani biasanya akan menerima suatu inovasi baru bila inovasi tersebut mampu menunjukkan hasil yang lebih baik. Bibit yang unggul akan memberikan hasil yang baik tentunya petani akan bertahan pada suatu usaha yang memberikan hasil yang baik.

Teknologi menjadi elemen penting dalam kesuksesan dan keberlanjutan usaha. Pengaturan umur tanaman sangat berpengaruh pada hasil produktivitas tanaman. Pada umumnya setelah tanaman berumur 20 tahun tanaman tersebut sudah tidak memberikan keuntungan bagi usahatani kopi Arabika. Petani sangat dianjurkan melakukan pergantian tanaman setelah tanaman berumur 20 tahun, tetapi pada kenyataannya secara umum di lapangan umur tanaman kopi Arabika petani di Bali ditemukan lebih banyak berusia di atas umur 20 tahun. Pengaturan tanaman penanang sangat menentukan produksi hasil. Tanaman kopi Arabika rentan dengan kondisi ekstrim sehingga memerlukan peneduh. Pemilihan jenis tanaman yang dijadikan peneduh juga harus dipilih yang memberikan manfaat baik bagi tanaman kopi, seperti lamtoro, sengon, dan jeruk. Tanaman penanang juga harus dirawat dan dipangkas cabang-cabangnya. Pengaturan pemangkasan didasarkan pada waktu yang tepat disesuaikan dengan bulan-bulan pembungaan tanaman kopi Arabika di Bali. Bagian mana dari tanaman penanang yang harus dipangkas juga harus di atur seberapa banyak yang harus di pangkas itu juga harus diperhatikan. Tanaman kopi Arabika tidak memerlukan penyiraman khusus karena sudah cukup diperoleh dari air hujan dan embun yang jatuh secara alami. Namun pembersihan dan perawatan peralatan dan penanganan pasca panen sangat memerlukan ketersediaan air bersih. Cara panen petik merah sangat penting dilakukan karena panen dengan petik merah adalah sistem panen yang dipetik saat buah matang secara sempurna, sehingga hasil yang diperoleh menjadi optimal. Cita rasa kopi akan muncul pada produksi yang berasal dari buah matang secara

sempurna. Ini yang menyebabkan harga jual buah berkualitas lebih tinggi dari buah yang tidak berkualitas. Harga jual biji kopi Arabika gelondong merah di tingkat petani di Kintamani adalah mencapai kisaran Rp 9.000 sampai Rp 10.000 per kg. Sedangkan harga jual biji kopi yang dipanen secara raut (sembarang) di tingkat petani hanya di harga sebesar Rp 5.000. Ini yang menyebabkan di lokasi penelitian semua petani sudah menerapkan sistem petik merah saat melakukan panen.

Hal senada diungkapkan dalam penelitian Saragih (2018) bahwa determinan produksi yang dominan dari aspek ekologis untuk meningkatkan produksi kopi arabika spesiasi di wilayah dataran tinggi Sumatera Utara adalah variabel pemangkasan tanaman kopi arabika dan pengendalian hama penggerek buah kopi. Aspek ekologis lainnya yaitu variabel pohon pelindung, pupuk organik, dan kegiatan konservasi lahan tidak berpengaruh signifikan sebagai determinan produksi kopi arabika. Sama dengan dengan pernyataan Yuliasmara (2018) bahwa tinggirendahnya produktivitas hasil panen kopi Arabika dipengaruhi oleh banyak hal antara lain klon/bibit unggul, pemupukan, sistem pemangkasan, pengelolaan tanaman penayang, pengendalian hama penyakit, dan pengairan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dimensi ekonomi menunjukkan bahwa pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali tahun 2019 per luas rata-rata lahan garapan petani (0,86 ha) sebesar Rp 22.820.376. Dilihat dari kontribusi pendapatan usahatani kopi Arabika di Bali terhadap pendapatan keluarga adalah sebesar 69,07%. Pengalaman Berusahatani (X22), umur petani (X20), dan pendidikan petani (X21) merupakan komponen Faktor Sosial. Pembuatan rorak (X13), Jumlah Anggota keluarga (X23), melakukan penanaman kembali (X12), penggunaan bibit lokal bermutu (X11), petani mengetahui kondisi lahannya (X10) mewakili Faktor Lingkungan. Penggunaan penayang (X14), umur tanaman (X5), penggunaan air bersih (X9), dan panen petik merah (X19) merupakan komponen pembentuk Faktor Teknologi.

Saran

Penanaman ulang dengan tanaman kopi Arabika muda memang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan kuantitas produksi masing-masing tanaman kopi Arabika di lokasi penelitian, mengingat sebagian besar umur tanaman kopi Arabika petani di lokasi penelitian lebih dari 20 tahun. Tetapi banyak petani tidak melakukan peremajaan tanamannya, karena petani tidak berani kehilangan sumber pemasukan utamanya. Ada baiknya petani disarankan untuk melakukan peremajaan tanaman kopi Arabika secara bertahap sedikit demi sedikit, atau dengan menerapkan teknologi grafting (sambung atas atau sambung samping) sehingga produksi hasil lebih cepat diperoleh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Pertanian dan Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Udayana atas fasilitasi dalam penelitian dan penulisan artikel ini melalui Bantuan Dana Penelitian PNBPU Unud pada skim Penelitian Unggulan Program Studi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, Made Oka. 2001. Pengebangan Sistem Usaha Pertanian Berkelanjutan. *JurnalFAE*, 19(2), 38-49.
- Awaluddin, Nurareni, dan Mais Ilsa. 2018. Analisis Keberlanjutan usahatani kopi Arabika Bawakareng kecamatan Sinjai Barat Kabupaten Sinjai. *Jurnal Agrotek*, 2(2), 73-84.
- Brklacich, M., Bryant, C.R. and Smith, B. 1991. *Review and Appraisal of Concept of Sustainable Food Production Systems*. *Environ. Management*, 15(1), 1-14.
- Budiasa, I Wayan. 2011. *Pertanian Berkelanjutan dan Teori Pemodelan*. Udayana University Press: Denpasar.
- Dinas Tanaan Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Bali. 2018. *Statistik Perkebunan Provinsi Bali Tahun 2017*. Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Perkebunan, Provinsi Bali: Denpasar.
- Ditjenbun Pertanian. 2016. *Kebijakan Pengembangan Kopi Nasional*. Diunduh pada: <http://www.upacaya.com/kebijakan-pengembangan-kopi-nasional/>. Diakses tanggal 29 Januari 2019.
- Imsar. 2018. *Analisis Produksi Dan Pendapatan Usahatani Kopi Gayo (Arabika) Kabupaten Bener Meriah (Studi Kasus: Desa Pantan Tengah Kecamatan Permata)*. [Laporan Penelitian]. Medan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Kementrian Pertanian Direktorat Jendral Perkebunan. 2014. *Pedoman Teknis Budidaya Kopi yang Baik (Good Agriculture Practices /Gap on Coffee)*. Jakarta.
- Marindra, G. 2018. *Analisis Keberlanjutan Usahatani Kopi Sertifikasi Common Code for The Coffee Community (4C) di Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung*. [Skripsi]. Lampung: Universitas Lampung.
- Saragih, J. R. 2018. *Aspek Ekologis dan Determinan Produksi Kopi Arabika Spesialti di Wilayah Dataran Tinggi Sumatra Utara*. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 6(2), 74-87.
- Supriyadi, Edy. 2014. *SPSS+Amos Statistical Data Analisis*. Jakarta. In Media.
- Pitoko, Ridwan Aji. 2018. *Strategi Pemerintah Tingkatkan Produksi Kopi dalam Negeri*. diunduh: <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/26/225200726/>. Diakses tanggal 29 Januari 2019.
- Yuliasmara, F. 2018. *Budidaya Kopi Berkelanjutan dan ramah Lingkungan*. Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia. Diunduh pada <http://www.tpsaproject.com/wp-content/uploads/2018-01-16-Presentation-2-1123.04d.pdf>. di akses pada tanggal 10 Januari 2020.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

KAJIAN KARAKTERISTIK PERILAKU KEWIRAUSAHAAN DAN KECENDERONGAN BERMIGRASI PEDAGANG SAYURAN DI KOTA DENPASAR

Gede Mekse Korri Arisena dan Dwi Putra Darmawan
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana
E-mail: korriarisena@unud.ac.id
HP: 081944864138

Abstrak

Kata Kunci:
kewirausahaan,
sayuran dan
inovasi waktu

Pedagang sayuran dengan waktu operasional sore hingga malam hari, tentunya memiliki perilaku tertentu dalam berwirausaha dan mengambil keputusan untuk bermigrasi dari daerah asal yang menarik untuk dikaji. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis karakteristik, perilaku wirausaha dan kecenderungan bermigrasi pedagang Sayuran di Desa Ubung Kaja. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Ubung Kaja. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan Desa Ubung Kaja merupakan daerah yang sebagian besar wilayahnya merupakan lokasi perumahan/pemukiman penduduk di Kecamatan Denpasar Utara dan Kecamatan Denpasar Utara adalah daerah padat pemukiman di Kota Denpasar. Desain penelitian yang dilakukan adalah metode survey. Pengumpulan data digunakan dengan observasi dan wawancara langsung. Data yang diperoleh dianalisis dengan analisis deskriptif, regresi logistik dan SEM-PLS. Pedagang sayuran bermigrasi dari daerah asal ke Desa Ubung Kaja (daerah rantauan) dipengaruhi oleh umur pendapatan, status perkawinan, kepemilikan asset dan pekerjaan di daerah asal. Hasil analisis diperoleh perilaku kewirausahaan pedagang termasuk dalam kategori baik.

STUDY CHARACTERISTIC ENTREPRENEUR BEHAVIOR AND TREND TO MIGRATE VEGETABLE SELLER IN DENPASAR CITY

Keywords:
entrepreneurship,

Abstrak

Vegetable traders with operational time in the afternoon until evening, of course, have certain behaviors in

*vegetables and
time innovation*

Entrepreneurship and make the decision to migrate from the area of origin that is interesting to study. The purpose of this study was to analyze the characteristics, entrepreneurial behavior and trends of migrating Vegetable traders in Ubung Kaja Village. This research was conducted in the village of Ubung Kaja. The research location was chosen intentionally (purposive sampling) considering that Ubung Kaja Village is an area where most of the area is a residential / residential location in North Denpasar District and North Denpasar District is a densely populated area in Denpasar City. The research design carried out was a survey method. Data collection is used by direct observation and interviews. The data obtained were analyzed by descriptive analysis, logistic regression and SEM-PLS. Vegetable traders migrate from the area of origin to the village of Ubung Kaja (overseas areas) influenced by age of income, marital status, asset ownership and employment in the area of origin. The analysis results obtained entrepreneurial entrepreneurial behavior included in both categories.

How to Cite (APA 6th Style):

Arisena, G. M. K., & Darmawan, D. P. (2020). Kajian Karakteristik Perilaku Kewirausahaan dan Kecenderungan Bermigrasi Pedagang Sayuran di Kota Denpasar. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 169–179.
<https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p14>

PENDAHULUAN

Desa Ubung Kaja merupakan daerah yang sebagian besar wilayahnya merupakan lokasi perumahan/pemukiman penduduk di Kecamatan Denpasar Utara. Mengingat Kecamatan Denpasar Utara adalah daerah padat pemukiman di Kota Denpasar, posisi strategis ini berdampak terhadap pesatnya pertumbuhan ekonomi sektor informal di Kecamatan Denpasar Utara. Pesatnya Perkembangan Sektor Informal di Denpasar Utara, diwarnai dengan munculnya kaum pendatang dari luar Kota Denpasar, yang mencoba mencari nafkah dengan bekerja di sector informal. Posisi strategis Kecamatan Denpasar Utara juga berdampak terhadap munculnya pedagang-pedagang sayuran dengan inovasi baru, yang tidak lagi beroperasi di pagi hari melainkan telah bergeser waktu operasional ke sore hingga malam hari. Usaha para pedagang sayuran merupakan salah satu bentuk dari sector ekonomi informal.

Inovasi yang dilakukan pedagang sayuran dengan memilih waktu operasional sore hingga malam hari, secara tidak langsung sudah meniru gaya manajemen ritel modern. Ritel moderen seperti pasar swalayan umumnya menunggu konsumen untuk berbelanja kebutuhan sayuran dan memiliki sumber dana yang kuat dalam melakukan pemasaran sayuran. Hal ini bertolak belakang dengan pemasaran sayuran secara tradisional yang sebelumnya banyak dilakukan terutama menyangkut jam operasional yaitu di pagi hari. Teknologi yang digunakan juga masih tradisional, kurang memperhatikan kualitas sumberdaya manusia dan terbatasnya modal yang dimiliki.

Hadiyati (2012) mengungkapkan inovasi dan kreativitas berpengaruh signifikan secara silmutan terhadap pemasaran pada usaha kecil Keramik Dinoyo Malang. Lebih lanjut Mustikowati and Tysari (2014) inovasi berpengaruh secara langsung dan positif terhadap kinerja perusahaan, semakin kuat inovasi, orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis yang dimiliki oleh perusahaan maka akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Perilaku pedagang sayuran dalam berwirausaha menarik untuk dikaji, karena motivasi berwirausaha sangat besar. Hal ini terlihat dari pengalokasian waktu kerja, dimana waktu yang seharusnya mereka gunakan untuk beristirahat mereka pergunakan untuk berusaha/bekerja. Sebagian besar pedagang sayuran memulai usaha/berjualan jam empat sore hingga berakhir jam 10 malam. Apabila dilihat dari sisi usia sebagian besar pedagang berusia belasan sampai tiga puluhan, hal ini sejalan dengan apa yang kita ketahui bersama fisik yang muda membuat pedagang semakin lincah dan mampu melahirkan motivasi diri yang besar.

Gemina, Silaningsih, and Yuningsih (2016) mengungkapkan motivasi usaha berpengaruh terhadap kemampuan usaha, semakin tinggi motivasi usaha maka akan semakin tinggi pula kemampuan usaha. Lebih lanjut Purnama and Suyanto (2010) mengungkapkan motivasi usaha dengan indikator motif, harapan dan insentif, ketiga indikator tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel motivasi usaha. Dari ketiga indikator tersebut, harapan paling besar dalam membentuk motivasi usaha. Hasil penelitian Aidha (2016) menambahkan Motivasi berwirausaha mahasiswa FKM UIN-SU tinggi, hal ini terlihat dari indikator pada dimensi *Ambition for freedom, Self Realisation, dan Pushing Factors*.

Fenomena kaum urban, yang mencoba mengadu nasib di Kota Denpasar menarik untuk dikaji, ditambah lagi karakteristik usaha dan individu diduga sangat kuat mempengaruhi perilaku wirausaha pedagang sayuran dengan jam operasional sore hingga malam hari. Disisi lain perilaku wirausaha diduga juga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan tidak hanya pedagang itu sendiri tetapi keluarga pedagang sayuran juga dapat terkena imbasnya. Oleh karena itu menarik untuk dilaksanakan penelitian tentang perilaku wirausaha dan kecenderungan bermigrasi pedagang Sayuran di Kota Denpasar.

METODA PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Ubung Kaja, lokasi dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) dengan alasan Desa Ubung Kaja merupakan daerah yang sebagian besar wilayahnya merupakan lokasi perumahan/pemukiman penduduk di Kecamatan Denpasar Utara dan Kecamatan Denpasar Utara adalah daerah padat pemukiman di Kota Denpasar. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret – September 2019 Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari - Agustus 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang sayuran dengan jam operasional sore hingga malam hari di Desa Ubung Kaja. Sampel diperoleh dengan menggunakan metode sensus (sampel adalah semua anggota populasi).

Desain penelitian yang dilakukan adalah metode survey. Metode survey adalah prosedur dan teknik pengumpulan data untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual baik tentang social dan ekonomi pedagang sayuran dengan jam operasional sore hingga malam hari di Desa Ubung Kaja. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara

langsung, dan observasi. Ada tiga jenis analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis Statistik Deskriptif, regresi logistik dan SEM-PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Menyebabkan Pedagang Sayuran Bermigrasi Dari Daerah Asal Ke Desa Ubung Kaja

Penelitian ini menggunakan beberapa hipotesis faktor yang menyebabkan pedagang sayuran bermigrasi dari daerah asal ke Desa Ubung Kaja (daerah rantauan). Keinginan pedagang untuk menetap di daerah Denpasar (rantau) dipengaruhi oleh pendapatan, umur, pendidikan, status perkawinan, kepemilikan aset di daerah asal, pekerjaan di daerah asal. Hasil analisis tujuan satu pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan pedagang untuk menetap di Desa Ubung Kaja. Sedangkan kelima variable lainnya yaitu UMUR, PENDAPATAN, SP, KA dan PA memiliki pengaruh signifikan terhadap keinginan pedagang untuk menetap di Desa Ubung Kaja.

Keinginan menetap pedagang sayuran disebabkan oleh kondisi lingkungan sosial dan ekonomi para pedagang yang berbeda-beda. Disaat umur mereka mulai bertambah pedagang akan semakin dewasa memikirkan apa yang harus di kerjakan untuk menopang kebutuhan ekonomi yang semakin bertambah. Pekerjaan di daerah asal yang dianggap kurang layak secara pendapatan yang di peroleh akan memotivasi mereka untuk lebih kreatif dan inovatif mencari sumber-sumber pendapan baru yang bisa mendatangkan pendapatan yang lebih layak. Pedagang yang notabene sebagai perantau ingin bekerja di Desa Ubung Kaja memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pekerjaan yang sebelumnya mereka tekuni di daerah asal. Perbedaan pendapatan yang diperoleh memicu pedagang untuk lebih lama untuk menetap di Desa Ubung Kaja.

Tabel 1. Output Koefisien Regresi Logistik

Variabel	Koefisien	Wald-ratio	Sig. (p-value)
UMUR	-.639	13.883	.040*
PENDIDIKAN	-.120	.408	.457
PENDAPATAN	2.242	6.648	.027**
SP (status pernikahan)	-.877	4.950	.034**
KA (kepemilikan aset di daerah asal)	-.330	5.409	.017**
PA (pekerjaan di daerah asal)	-.012	17.105	.087*
Constant	7.698	26.678	.000*

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Keterangan:

** :signifikansi pada taraf alpha 5 %.

* :signifikansi pada taraf alpha 1 %

Hasil analisis menjelaskan bahwa UMUR, PENDIDIKAN, SP, KA dan PA memiliki hubungan negative terhadap niat pedagang untuk menetap di Desa Ubung Kaja. Sebagian besar pedagang memiliki aset di daerah asalnya (seperti rumah atau lahan pertanian) sehingga masih ada harapan di hari tua mereka masih ada tempat yang dituju. Hasil analisis ini dapat dideskripsikan lebih dalam para pedagang hanya ingin berjualan di daerah rantauan (Desa Ubung Kaja) dengan tujuan untuk

meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan keluarganya, mereka memiliki keinginan setelah tua (lanjut usia) akan kembali ke daerah asal mereka untuk menikmati hari tuanya (masa pensiun).

Karakteristik Individu dan Usaha

Karakteristik pedagang sayuran di Desa Ubung Kaja terdiri dari dua yaitu karakteristik usaha dan wirausaha. Dalam penelitian ini karakteristik usaha pedagang sayuran dilihat dari: status kepemilikan usaha, pengalaman menjalankan usaha, asal produk sayuran, jam kerja dan penerimaan usaha. Selain karakteristik individu dalam penelitian ini juga dianalisis karakteristik wirausaha pedagang yang dilihat dari: kejujuran, ramah dan berani terhadap risiko. Hasil tabulasi karakteristik wirausaha pedagang secara lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik wirausaha pedagang sayuran di Desa Ubung Kaja Tahun 2019

No	Karakteristik Wirausaha	Rataan Skor	Kategori
1	Berani terhadap risiko	77	Baik
2	Ramah	88	Sangat Baik
3	Kejujuran	82	Sangat Baik

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Pedagang sayuran dalam menghadapi risiko memiliki kemampuan yang berbeda-beda, kemampuan dalam menghadapi resiko akan terlihat dari usahanya apakah berjalan baik atau tidak. Usaha sayuran yang digeluti oleh pedagang pasti memiliki resiko dalam menjalanlankannya, baik resiko yang bersifat besar maupun kecil. Mau tidak mau pedagang harus dituntut untuk mengambil pilihan dan berani menghadapi resiko usaha yang ada didalamnya. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil pedagang sayuran di Desa Ubung Kaja dihadapkan pada berbagai resiko dalam menjalankan usaha, mereka harus menghadapi segala resiko yang akan datang. Dalam Tabel 2, terlihat rataan skor berani menghadapi resiko memiliki nilai sebesar 77 yang termasuk dalam kategori baik.

Lebih lanjut dari berdasarkan data yang ada pada Tabel 2, menunjukkan rataan skor ramah memiliki nilai sebesar 88 yang termasuk dalam kategori sangat baik dan rataan skor pada kejujuran memiliki nilai sebesar 82 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Dalam menjalankan usaha pedagang harus memiliki perilaku yang ramah, ramah dalam hal ini adalah sikap sopan dan selalu memberi senyuman kepada konsumen yang sedadang berkunjung. Dari hasil wawancara di lapangan, para pedagang juga meyakini dalam berusaha harus disertai kejujuran. Perilaku kecurangan dalam berusaha akan membawa akibat yang buruk bagi pedagang, sehingga berdampak terhadap kehilangan kepercayaan konsumen yang pada akhirnya akan menurunkan keuntungan usaha yang diperoleh.

Status Kepemilikan Usaha

Sebagian besar usaha yang dijalankan oleh pedagang sayuran di Desa Ubung Kaja adalah usaha sendiri sebanyak 15 orang 75% dan sisanya milik keluarga sebanyak 5 orang 25%. Kepemilikan usaha milik sendiri/pribadi memiliki arti semua modal dari sewa tempat, peralatan dan penyediaan produk. Usaha milik sendiri menyebabkan pedagang tidak tergantung dengan orang lain, dari sisi

ekonomi usaha milik sendiri juga mampu membuka lapangan pekerjaan, dengan demikian semakin banyak usaha milik sendiri maka akan menciptakan lapangan pekerjaan. Dari hasil pengamatan sebagian besar pedagang dalam melaksanakan proses operasional hanya berkerja sendiri tanpa dibantu dengan karyawan. Sebagian besar pedagang beralasan mereka tidak dibantu karyawan karena, bagi mereka pekerjaanya berjualan dianggap tidak terlalu sulit dan juga dapat menghemat biaya produksi yang berasal dari biaya tenaga kerja. Distribusi pedagang berdasarkan status kepemilikan usaha bisa dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Distribusi Status Kepemilikan Usaha Tahun 2019

No	Status Kepemilikan Usaha	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Sendiri	15	75%
2	Keluarga	5	25%
	Jumlah	20	100%

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Pengalaman Menjalankan Usaha

Pengalaman berusaha pedagang sayuran di Desa Ubung Kaja berdasarkan pengalaman berusaha, paling lama adalah 36 bulan (tiga tahun) hal itu dikarenakan inovasi pedagang sayuran yang mulai berjualan pada malam hari mulai menjabur di era tahun 2016. Sebagian besar pedagang memiliki pengalaman berdagang di bawah 12 bulan. Fenomena ini menggambarkan bahwa masih banyak pedagang baru yang melihat peluang untuk memulai usaha berjualan sayuran. Distribusi pedagang berdasarkan kelompok pengalaman menjalankan usaha bisa dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Distribusi Pengalaman Menjalankan Usaha Tahun 2019

No	Pengalaman Menjalankan Usaha (Bulan)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	< 12	11	55%
2	12 - 36	9	45%
3	> 36	0	0
	Jumlah	20	100%

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Jam Kerja

Proses waktu yang diperlukan sari persiapan membukan tempat berjualan, menata produk sampai proses penjualan sayuran. Jam kerja berdagang yang umum dilakukan oleh pedagang adalah mulai pukul 16.00 – 21.00 dan 18.00 – 21.00. Jam kerja yang paling banyak yaitu selama 5 jam/hari dilakukan oleh 16 orang pedagang 80%, sedangkan yang paling jam kerja yang paling singkat antara 3 jam/hari dilakukan oleh 4 orang pedagang 20% persen.

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas pedagang sayuran di Desa Ubung Kaja bekerja di bawah standar normal yaitu delapan jam per hari. Kondisi ini merupakan inovasi yang dilakukan oleh pedagang, dimana selama ini penjualan sayuran identic dilakukan pada pagi hari, kini pedagang berdagang pada sore hari disesuaikan dengan pembeli yang sebagian besar “malas” untuk berbelanja di pagi hari, mereka menyetok sayuran untuk dimasak keesokan harinya atau pembeli yang

menginginkan sayuran segar untuk dimasak pada malam hari (makan malam). Distribusi jam kerja berdagang per hari secara lebih rinci bisa dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Berdasarkan Jam kerja Tahun 2019

No	Jam Kerja (Jam)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	< 3	4	20%
2	> 3	16	80%
	Jumlah	20	100%

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Asal Produk Sayuran

Kebutuhan sayuran untuk masing-masing pedagang beranekaragam. Satu pedagang memiliki perkebunan di daerah bedugul, dan sekaligus memasarkan produk hasil kebunnya. Tiga orang pedagang mencari langsung produk sayuran yang akan di pasarkan langsung ke pasar induk. Sebagian besar pedagang menggunakan jasa suplayer untuk memenuhi kebutuhannya karena di anggap paling efisien. Distribusi asal produk sayuran asal produk sayuran dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Distribusi Pedagang Berdasarkan Asal Produk Sayuran Tahun 2019

No	Asal Produk Sayuran	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Suplayer	16	80%
2	Mencari Ke Pasar Induk	3	15%
3	Kebun Sendiri	1	5%
	Jumlah	20	100%

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Penerimaan Usaha

Hasil penelitian diperoleh Rp 500.000 sebanyak 11 orang, penerimaan diantara Rp 500.000 – Rp 1.500.000 berjumlah 8 orang dan penerimaan diatas Rp 1.500.000 berjumlah 1 orang. Terjadinya perbedaan penerimaan usaha yang di peroleh antar pedagang yang berusaha di Desa Ubung Kaja disebabkan oleh berbagai factor, antara lain perbedaan kelengkapan produk sayuran yang di pasarkan, selain itu juga disebabkan oleh factor lokasi berdagang, semakin setrategis lokasi berdagang semakin besar juga peluang penerimaan yang dihasilkan. Besarnya jumlah rupiah sebagai penerimaan usaha yang diperoleh oleh pedagang diharapkan mampu menjadi motivasi baru bagi para pedagang. Besarnya penerimaan usaha diharapkan juga mampu menjadi motivasi bagi seorang wirausahawan untuk lebih fokus dalam menekuni usaha. Secara lebih lengkap penerimaan usaha pedagang sayuran di Desa Ubung kaja dirinci pada Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Penerimaan Usaha Tahun 2019

No	Penerimaan Usaha (Rp/Hari)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	< 500.000	11	55%
2	500.000 -1.500.000	8	40%
3	> 1.500.000	1	5%
	Jumlah	20	100%

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Perilaku wirausaha pedagang sayuran

Hasil penelitian menunjukkan perilaku kewirausahaan pedagang memiliki nilai 219 yaitu berada dalam kategori baik, nilai tersebut berasal dari pengetahuan yang memiliki nilai rata-rata skor sebesar 84, keterampilan memiliki nilai sebesar 57 dan sikap memiliki nilai sebesar 78. Hasil analisis menunjukkan pedagang memiliki perilaku yang baik dalam berusaha. Perilaku kewirausahaan yang tergolong dalam kategori baik terlahir karena dorongan rasa tanggung jawab yang tumbuh dari diri pedagang untuk memperbaiki kesejahteraan mereka. Disamping itu usaha penjualan sayuran adalah mata pencaharian utama mereka. Pedagang dituntut untuk melakukan aktivitas mengelola usaha agar mencapai keberhasilan dengan menguasai manajemen bisnis produk sayuran. Perilaku Wirausaha Pedagang Sayuran di Desa Ubung Kaja secara lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Perilaku Wirausaha Pedagang Sayuran di Desa Ubung Kaja tahun 2019.

No	Keterangan	Rataan Skor	Kategori
1	Pengetahuan Wirausaha	84	Sangat Baik
2	Sikap Wirausaha	78	Baik
3	Keterampilan Wirausaha	57	Cukup Baik
	Perilaku Wirausaha	219	Baik

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki pedagang sayuran akan menggambarkan sampai sejauh mana kemampuan berfikir pedagang dalam menjalankan dan mengelola usahanya menggunakan ilmu kewirausahaan yang mereka miliki. Ilmu kewirausahaan tersebut bisa diperoleh dari pelajaran yang diberikan oleh orang lain, pengalaman berwirausaha, jaringan social dan dapat juga diperoleh dari buku maupun berita di media massa. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan nilai rata-rata hitung skor sikap kewirausahaan pedagang sebesar 78 yang termasuk dalam kategori baik.

Hasil penelitian Trisnawati (2014) menunjukkan secara simultan terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan dukungan sosial keluarga pada minat berwirausaha. Lebih lanjut Aprilianty (2013) Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Rumpun Pertanian di Daerah Istimewa Yogyakarta. Josia Sanchaya Hendrawan (2017) menambahkan variabel utama dalam membangun minat untuk berwirausaha mahasiswa adalah pengetahuan kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa tersebut.

Keterampilan pedagang sayuran dalam menjalankan aktifitas usahanya, seperti: rencana pengembangan usaha, pembukuan keuangan dan membuat strategi pemasaran. Hal ini menunjukkan keterampilan pedagang sayuran rendah dalam mengatur dan mengelola usahanya, seperti penerapan manajemen keuangan sederhana dalam bentuk pembukuan keuangan yang jarang bahkan tidak pernah dilaksanakan oleh pedagang. Hasil analisis menunjukkan keterampilan berwirausaha pedagang sayuran sebesar 57, tergolong cukup baik.

Hubungan Antara Karakteristik Pedagang Dengan Perilaku Wirausaha Pedagang Sayuran Dengan Jam Operasional Sore Hingga Malam Hari Di Desa Ubung Kaja

Analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Uji *convergent validity* indikator refleksif dapat dilihat dari nilai *loading factor* untuk setiap konstruk, dimana nilai *loading factor* yang direkomendasikan harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat *confirmatory*. Indikator dianggap valid jika memiliki nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai *t-statistic* > 2,36. Nilai *outer loading* dan *t-statistik* masing- masing indikator pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 9. Pengujian *outer model* pada Tabel 9, dapat dilihat semua indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,7 dan *t-statistik* > 2,36, sehingga sudah memenuhi kriteria uji *convergent validity*.

Tabel 10. Nilai *Outer Loading* dan *T-Statistic*

Indikator	Parameter	Nilai <i>Outer Loading</i>	<i>T-Statistic</i>
Karakteristik Individu (KI)	a. KI 1	0,865	13,212
	b. KI 2	0,837	13,574
	c. KI 3	0,873	7,435
Karakteristik Wirausaha (KU)	a. KU 1	0,922	29,789
	b. KU 2	-0,814	6,909
	c. KU 3	0,954	58,855
Perilaku Kewirausahaan (PE)	a. PE	0,855	23,953
	b. PE 2	0,953	59,698
	c. PE 3	0,930	36,406

Sumber: Diolah dari data primer 2019

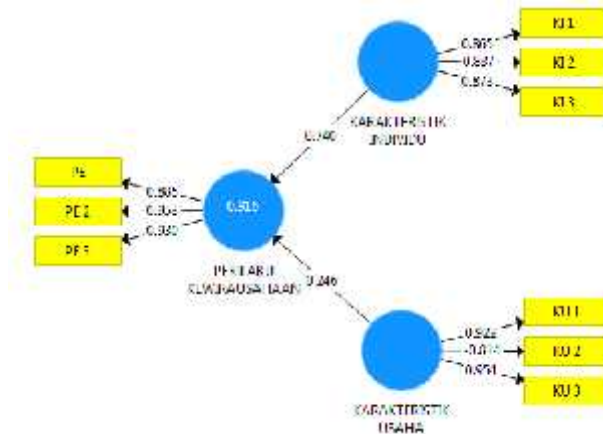
Pada pengujian validitas *discriminant* dengan indikator refleksif adalah dengan melihat nilai *cross loading* untuk setiap variabel (> 0,70). Pengujian *discriminant validity* yang di peroleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 11. *Discriminant Validity*

No	Variabel	AVE	\sqrt{A}
1	Karakteristik Individu	0,737	0,858
2	Karakteristik Wirausaha	0,808	0,899
3	Perilaku Kewirausahaan	0,852	0,923

Sumber: Diolah dari data primer 2019

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa ketiga variabel Karakteristik Individu, Karakteristik Wirausaha dan Perilaku Kewirausahaan memiliki nilai *Cross Loading* berada diatas 0,70 dan nilai akar AVE lebih tinggi dari koefisien korelasi variabel laten. Hal ini berarti pengujian *discriminant validity* dengan membandingkan akar kuadrat AVE untuk setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini atas dikatakan baik/valid.



Gambar 1. Model Struktural
Sumber: Hasil analisis data primer, 2019

Dalam gambar 1, dapat dilihat bahwa karakteristik individu dan usaha berpengaruh positif terhadap perilaku kewirausahaan pedagang sayuran. Dari hasil penelitian karakteristik individu memiliki pengaruh yang lebih besar dalam membentuk perilaku kewirausahaan pedagang dibandingkan dengan karakteristik usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pedagang sayuran bermigrasi dari daerah asal ke Desa Ubung Kaja (daerah rantauan) dipengaruhi oleh umur pendapatan, status perkawinan, kepemilikan asset dan pekerjaan di daerah asal. Hasil analisis diperoleh perilaku kewirausahaan pedagang termasuk dalam kategori baik.

Saran

Diperlukan adanya pelatihan literasi keuangan bagi pedagang dengan harapan pada akhirnya pedagang mampu meningkatkan kompetensi kewirausahaan mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) dan Dekan Fakultas Pertanian Universitas Udayana atas bantuan dana dalam penelitian dan penulisan artikel ini melalui anggaran PNBPU UNUD (skim Penelitian Unggulan Program Studi).

DAFTAR PUSTAKA

- Aidha, Zuhriana. 2016. "Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara." *Jurnal Jumantik* 1 (1): 42–59.
- Aprilianty, Eka. 2013. "Pengaruh Kepribadian Wirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK." *Jurnal Pendidikan Vokasi* 2 (3): 311–24. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>.

- Fauzah R. 2013. Perilaku Kewirausahaan Pedagang Warung Tenda Pecel Lele Kerukunan Keluarga Besar Siman Jaya (KKBSJ) di Jakarta. [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Gemina, Dwi, Endang Silaningsih, and Erni Yuningsih. 2016. "Pengaruh Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Dengan Kemampuan Usaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia." *Jurnal Manajemen Teknologi* 15 (3): 297–323. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12695/jmt.2016.15.3.6>.
- Hadiyati, Ernani. 2012. "Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Kewirausahaan Pada Usaha Kecil." *Journal Inovasi Dan Kewirausahaan* 1 (3): 135–51.
- Hardian W. 2011. Karakteristik dan Perilaku Wirausaha Pedagang Martabak Manis Kaki Lima di Kota Bogor. [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Josia Sanchaya Hendrawan, Hani Sirine. 2017. "Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Uksw Konsentrasi Kewirausahaan)." *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship* 02 (03): 291–314.
- Mustikowati, Rita Indah, and Irma Tysari. 2014. "Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, Dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada Ukm Sentra Kabupaten Malang)." *Jurnal Modernisasi* 10 (1): 23–37. <https://doi.org/10.21067/jem.v10i1.771>.
- Nazir M. 2011. *Metode Penelitian, Cetakan Ke-7*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Soesarsono. 2002. *Pengantar Kewirausahaan*. Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Purnama, Chamdan, and Suyanto. 2010. "Motivasi Dan Kemampuan Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil (Studi Pada Industri Kecil Sepatu Di Jawa Timur)." *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha* 12 (2): 177–84. <https://doi.org/10.9744/jmk.12.2.pp.177-184>.
- Syaukat, Yusman dan Sutara Hendrakusumatmadja. 2004. Pengembangan Ekonomi Berbasis Lokal. Jurusan Ilmuilmu Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Tadjudin.1997. Perkembangan Penduduk Sektor Informal. Yogyakarta: LESFI
- Titus, Milan J. 1991. Regional and Rural Development Planning, Faculty of Geography UGM.
- Tyson S, Jackson T. 2000. *Perilaku Organisasi*. Deddy Jacobus & Dwi Prabantini, penerjemah. Yogyakarta (ID): ANDI. terjemahan dari: *The Essence of Organizational Behaviour*.
- Yang, Xiushi. 1992. Temporary Migration and Its Frequency from Urban Households in China, Asia-Paciic population Journal, Vol.7 No.1, 1992, p. 27 – 50.



<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca>

NATION BRANDING KOPI ARABIKA KINTAMANI (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli)

Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada dan Anak Agung Ayu Intan Parameswari
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Udayana, Denpasar, Bali
Email: rainypriadarsini@yahoo.com, parameswari.intan@gmail.com
Hp: 081337241748, 081317158801

Abstrak

Kata Kunci:

nation branding, pemerintah Indonesia, arabika Kintamani, Gunung Catur

Kopi Gunung Catur adalah merek kopi *specialty* Arabika yang berasal dari Kintamani. Kopi arabika ini memiliki kualitas ekspor. Merek Gunung Catur dibudidayakan oleh kelompok tani bernama Subak Abian Tri Guna Karya. Saat ini, *branding* memiliki peran penting dalam promosi di pasar internasional. Pemerintah Indonesia mulai membangun *nation branding* untuk kopi Arabika Indonesia demi menghindari klaim dari negara lain dan memperluas akses pasar. Demikian juga untuk Kopi Gunung Catur, harus ada strategi yang tepat untuk meningkatkan citra kopi ini sehingga akses pasarnya semakin terbuka lebar. Anholt mengatakan ada tiga strategi yang dapat meningkatkan citra produk suatu negara, yaitu kompetensi, kontribusi dan komunikasi. Kopi Gunung Catur yang telah memiliki sertifikat Indikasi Geografis (IG) menunjukkan kemampuan petani di Desa Catur untuk mengolah kopi dengan kualitas yang baik. Karena kopi ini dibudidayakan secara organik, maka membantu meningkatkan citra Indonesia di mata dunia tentang perlindungan lingkungan. Filosofi Tri Hita Karana yang digunakan sebagai landasan pembudidayaannya yang mensinergikan perilaku manusia dan menjaga keseimbangan alam memperkuat citra kopi ini untuk pelestarian alam. Kopi Gunung Catur telah memenuhi strategi kompetensi dan kontribusi. Namun, akses pasar masih dikeluhkan oleh petani dan pengolah kopi Kopi Gunung Catur. Melalui metode deskriptif kualitatif, ditemukan permasalahan bahwa masih kurangnya pengembangan strategi *nation branding* ketiga, yaitu komunikasi. Strategi komunikasi berkontribusi besar dalam mendukung akses pasar,

terutama untuk kegiatan ekspor. Memasuki era industrialisasi 4.0, penguasaan Teknologi Informasi (TI) dan semangat kewirausahaan modern adalah strategi utama untuk mengembangkan kegiatan ekspor. Ini belum dikembangkan secara optimal oleh petani dan pengusaha kopi Gunung Catur. Maka melalui penelitian ini ditemukan bahwa penggunaan teknologi dan semangat kewirausahaan modern (technopreneurship) menjadi basis strategi komunikasi sebagai langkah strategis dalam meningkatkan peluang ekspor bagi produsen Kopi Gunung Catur.

NATION BRANDING ARABIKA KINTAMANI COFFEE

(Case Study: Gunung Catur Coffee, Catur Village, Kintamani, Bangli)

Keywords:

nation branding,
Indonesian
Government,
arabika
Kintamani,
Gunung Catur

Abstrak

Kopi Gunung Catur is a brand of specialty Arabica coffee that from Kintamani. This coffee brand has the export quality. This brand is cultivated by the farmer group named Subak Abian Tri Guna Karya. Today, branding has a significant role on the promotion in the international market. The Indonesian government began to build a nation brand for Indonesia Arabica coffee to avoid the claims from other countries and to expand market access. Likewise for Kopi Gunung Catur, there should be a proper strategy to improve the image of this coffee so its market access is increasingly wide open. Anholt said there are three strategies that can improve a country's product image, namely competence, contribution and communication. Kopi Gunung Catur that has been certified by Geographical Indications (IG) shows the ability of the farmers in Catur Village to cultivate coffee with good quality. Because it is cultivated organically, it enhances Indonesia's image worldwide about environmental protection. The philosophy Tri Hita Karana which is used as a cornerstone of its cultivation which synergizes human behavior and maintains the balance of nature strengthens the image of this coffee to the preservation of the nature. Kopi Gunung Catur has fulfilled the competency and contribution strategy. However, market access is still complained by Kopi Gunung Catur's farmers and coffee makers. Through the qualitative descriptive method, it is found that there is still only small effort to develop a third nation branding strategy, namely communication. The communication strategy contributes greatly in supporting the market access, especially for export activities. Entering the industrialization era 4.0, mastering Information Technology (IT) and having the spirit of modern entrepreneurship is the main strategy to develop export activities. This is not optimally boosted by farmers and entrepreneurs of kopi Gunung Catur. So through this research it was found that the use of technology and modern entrepreneurial spirit (technopreneurship) as the communication based strategy

became a right step in increasing export opportunities for Kopi Gunung Catur producers.

How to Cite (APA 6th Style):

Sukiada, N. W. R. P., & Parameswari, A. A. A. I. (2020). Nation Branding Kopi Arabika Kintamani (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli). *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 180–193.
<https://doi.org/10.24843/SOCA.2020.v14.i01.p15>

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki peluang ekspor kopi yang sangat besar. Pendapatan yang didapat Indonesia dari ekspor kopi tahun 2017 mencapai 469,4 juta dollar Amerika Serikat (AS). Jumlah ini menunjukkan peningkatan 10 persen dari tahun 2016 (Pitoko, 2019). Saat ini kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Apalagi, terjadi peningkatan jumlah *third wave coffee* yaitu peminum kopi yang tertarik terhadap kopi, baik asal muasal bijinya, proses, penyajian hingga rasa kopinya. Di era ini pula muncul istilah *single origin* (wilayah asal kopi) (Yuliandri, 2015).

Pasar global saat ini menjanjikan untuk ekspor kopi Arabika. Hal ini membuat pemerintah Indonesia secara serius mendukung perkembangan kopi arabika. Saat ini kopi *specialty* Arabika diminati negara-negara yang memiliki penikmat kopi berkualitas tinggi. Ini menjadi peluang bagi Indonesia untuk dapat meningkatkan perekonomian nasional karena perkebunan kopi tersebar dari Sabang hingga Merauke. Kopi Arabika Kintamani menjadi salah satu andalan *specialty* kopi bagi Indonesia. Salah satu tempat pembudidayaan dan pengolahan kopi arabika Kintamani dilakukan di Desa Catur, Kintamani, Kabupaten Bangli. Desa Catur, menghasilkan *specialty* kopi arabika yang berkualitas ekspor. Desa yang berada di ketinggian 1.250 mdpl ini memiliki *brand* Kopi Gunung Catur yang memiliki kualitas ekspor. Kopi ini bahkan telah mendapat sertifikat kualitas kopi ASEAN (Den, 2019).

Dalam dua tahun terakhir telah terjadi penurunan harga kopi dunia yang merosot hingga 30 persen. Tahun 2019 harga kopi dunia berada di bawah US\$2 perkilogram (Andri, 2019). Harga kopi arabika Kintamani dari desa Catur pun ikut mengalami penurunan. Penurunan harga kopi mempengaruhi pendapatan petani kopi. Pendapatan yang timpang dengan biaya hidup membuat petani kopi arabika Kintamani mulai beralih ke tanaman lain yang lebih menguntungkan. Di Desa Catur Kintamani, jeruk menjadi pilihan lain untuk dibudidayakan karena hasilnya cukup menjanjikan. Hal ini berdampak pada penurunan luas perkebunan kopi, dan menjadi ancaman bagi ketersediaan pasokan kopi arabika Kintamani kedepannya. Petani dan pengolah kopi Arabika dari Desa Catur memerlukan bantuan pemerintah untuk dapat mempertahankan luas perkebunan kopi. Salah satu cara adalah menjaga harga komoditas kopi agar tetap stabil. Jika harganya stabil, petani bisa tetap membudidayakan kopi. Pemerintah tidak selalu dapat membeli seluruh kopi petani. Memperluas akses pemasaran dapat menjadi cara agar kopi para petani dapat terbeli.

Upaya *branding* Kopi Arabika Kintamani perlu gencar dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Hal ini menjadi serius mengingat persaingan pemasaran kopi arabika sangat ketat di pasar global. Berbagai negara yang terkenal dengan kopi arabikanya seperti Brazil, Vietnam, Jamaica, Ethiopia mengembangkan teknik pembudidayaan serta pengolahan kopi sesuai dengan standar internasional. Ini merupakan tantangan bagi Indonesia dalam upaya pemasaran *brand* kopi Arabika Kintamani.

Mempertahankan rasa kopi yang berkualitas menjadi hal yang wajib dilakukan petani kopi, namun upaya *branding* juga menjadi hal yang penting karena *branding* menjadi jalan bagi produk kopi arabika Kintamani Gunung Catur untuk memperluas area pemasarannya hingga ke kancah global. Peran negara menjadi signifikan dalam upaya *branding* produk kopi arabika Kintamani. Negara memiliki *power* untuk memasuki jaringan pasar yang lebih luas di berbagai belahan dunia. Negara juga memiliki kekuatan untuk melakukan tawar-menawar, kegiatan diplomasi dan negosiasi dengan negara-negara tujuan ekspor kopi. Dalam Organisasi Kopi Dunia atau International Coffee Organisation (ICO) yang menjadi pusat pengelolaan perdagangan kopi internasional, peran negara sangat besar. Misalnya saja dalam hal perundingan, pembuatan kebijakan serta pemberian keputusan ekonomi terkait perdagangan kopi. Sehingga menjadi signifikan untuk melihat strategi negara dalam *nation branding* kopi arabika dari Indonesia.

Simon Anholt (1998) dalam Ostapenko (2010) menyebutkan bahwa suatu tempat atau negara bisa menjadi sebuah merek (Lestari, 2018). Strategi *nation branding* menjadi upaya dalam mempromosikan citra bangsa yang positif, membangun identitas merek bagi negara, memberi peluang dalam meningkatkan ekspor produk, serta investasi asing langsung (Anholt, 2003). Ada 3 strategi yang dapat meningkatkan *nation branding* yaitu kompetensi, kontribusi, dan komunikasi. Kompetensi berkaitan dengan kualitas yang dimiliki suatu negara untuk bersaing. Berikutnya, kontribusi merupakan hal-hal yang berhubungan dengan partisipasi, sumbangan, dan karya Indonesia pada konsumen global yang memiliki kaitan dengan kebudayaan masyarakat, pengembangan ilmu pengetahuan, tindakan perlindungan terhadap lingkungan dan upaya untuk mewujudkan kesejahteraan. Yang ketiga, komunikasi yaitu cara untuk menyampaikan pesan kepada khalayak mengenai kompetensi dan kontribusi suatu negara baik di tingkat lokal maupun internasional (Kurniawan, 2017). Ketiga strategi ini akan dibahas terkait *nation branding* kopi Gunung Catur oleh pemerintah Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan memanfaatkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam tulisan ini diperoleh melalui wawancara mendalam. Bahan data primer diperoleh dari wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan pihak pemerintah yaitu Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Bali, Dinas Pertanian, Ketahanan Pangan dan Perikanan Kabupaten Bangli, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Bali, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangli, dan komunitas petani kopi Desa Catur Kintamani. Data sekunder didapat melalui dokumen-dokumen yang diperoleh pada Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Bali, Disperindag Provinsi

Bali, jurnal-jurnal dan buku yang membahas mengenai *nation branding*, produksi kopi nasional, pemberitaan media terkait topik penelitian serta data lain yang relevan dengan tema penelitian.

PEMBAHASAN

Kopi Gunung Catur Sebagai Produk Kopi Specialty Arabika kintamani

Pusat pembudidayaan dan kegiatan produksi kopi specialty arabika terluas di Bali ada di Kecamatan Kintamani (Priantara dkk, 2016). Sertifikat Indikasi Geografis (IG) telah diberikan kepada kopi ini sejak tahun 2008. Sertifikat IG memiliki arti penting bagi perlindungan hukum terhadap nama geografis asal produk, mengetahui keaslian asal produk dan dapat menjadi jalan bagi peningkatan pendapatan produsen (Kementan, 2017). Saat ini Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual menjadi isu global. Berbagai negara di dunia telah mengalami banyak kasus terkait hal tersebut. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual menjadi langkah penting bagi produk unggulan suatu bangsa agar tidak diakui atau dapat dengan mudah digunakan negara lain untuk mencari keuntungan ekonomi (Alfons, 2017). Di Indonesia, wujud nyata dari penerapan ratifikasi *Trade Related Aspect on Intelektual Property Rights* (TRIPs) atau hukum internasional terhadap perlindungan kekayaan intelektual dilaksanakan melalui pembuatan UU tahun 2001 tentang merek dagang dan Perlindungan Indikasi Geografis dalam bab 56. Kemudian untuk pelaksanaannya diwujudkan melalui Peraturan Pemerintah No.51 Tahun 2007 tentang Indikasi-Geografis.

Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) menjadi hal yang khas dari pengelolaan dan pembudidayaan kopi arabika Kintamani. Kopi Gunung Catur dibudidayakan oleh Subak Abian Tri Guna Karya. Organisasi ini memiliki tujuan agar dapat membantu petani mengatasi permasalahan sosial, dapat melakukan pengelolaan dan pemasaran produk Kopi Arabika Kintamani dengan baik.

Kopi Kintamani Bali layak mendapat sebutan *origin coffee* atau kopi asli Indonesia karena memiliki sistem pertanian yang kental dengan unsur-unsur kebudayaan Bali yaitu subak yang memiliki aturan adat atau *awig-awig* yang mengatur kegiatan para anggota petani kopi. Pembudidayaan kopi arabika Kintamani dilakukan secara organik yang menggunakan pupuk kandang untuk membantu menyuburkan tanaman dan ditanam di sela-sela tanaman penayang yaitu jeruk, cengkeh dan kakao. Hal ini dikatakan petani kopi dapat membantu memberikan untuk cita rasa unik kopi arabika Kintamani yang berasa citrus. Luas perkebunan kopi di Desa Catur saat ini mencapai 560 hektar dengan luas kebun yang dimiliki petani berbeda-beda satu dengan yang lainnya.

Kopi Gunung Catur adalah salah satu contoh merek kopi hasil pengolahan kopi yang ada di Desa Catur. isPpenggunaan sitem pertanian yang berkelanjutan serta menggunakan filosofi *Tri Hita Karana* menjadi konsep pembudidayaan kopi ini. Pemberdayaan masyarakat lokal dilakukan dengan melatih masyarakat dari Desa Catur untuk memelihara pohon-pohon kopinya agar memiliki buah yang berkualitas. Kualitas kopinya dijaga agar menghasilkan kopi yang bermutu tinggi. Semua hal ini dilakukan dan mendapat pengawasan dari pengusaha dan petani kopi yang berdedikasi yaitu Bapak Ketut Jati.

Pada tahun 2019 Panen Raya Kopi Arabika Kintamani dilakukan pada bulan Juli. Hasil dari panen raya kopi arabika tersebut mengalami peningkatan 10 ton dari

tahun sebelumnya. Tahun 2019 panen kopi arabika Desa Catur mencapai 40 ton. Kopi yang dipetik adalah kopi gelondong merah dengan kualitas baik. Panen ini dilakukan oleh kelompok petani kopi Subak Abian Tri Guna Karya yang saat ini diketuai oleh I Ketut Mulih. Selain itu perwakilan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) seperti PT Asuransi Jasa Indonesia Persero (Jasindo) dan PNM (Penanaman Modal Madani) juga ikut serta dalam kegiatan panen ini. Kedua BUMN ini menjalin kerjasama dalam membantu petani kopi meningkatkan semangat pembudidayaan kopi. Bantuan permodalan yang diberikan oleh kedua lembaga ini mencapai 1 milyar rupiah kepada tahun 2018. Hal ini menurut Ketut Jati sangat membantu petani kopi untuk tetap berfokus dalam membudidayakan kopi arabika Kintamani.

Dalam sebuah wawancara dengan pak Ketut Jati, dikatakan bahwa Kopi arabika Gunung Catur telah diekspor oleh pihak ketiga ke Jepang, Korea Selatan dan Taiwan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas kopi Gunung Catur telah diakui di pasaran internasional. Jepang menjadi salah satu negara peminat kopi arabika dari Indonesia. Jepang menjadi pasar yang potensial untuk kopi arabika dari Indonesia karena budaya minum kopi di negara ini mengalami peningkatan yang signifikan belakangan ini. Data Disperindag Provinsi Bali menunjukkan adanya peningkatan ekspor kopi ke Jepang dengan jumlah total ekspor mencapai 1.273 kg pada bulan Januari-Juli 2019. Jumlah ini mengalami peningkatan yang drastis jika dibandingkan ekspor kopi dari Bali ke Jepang tahun 2018 yang hanya mencapai 154 kg. Selain Jepang, Taiwan dan Korea Selatan juga menjadi pasar baru yang dapat membantu peningkatan untuk ekspor kopi arabika Kintamani. Ekspor kopi dari Bali ke Taiwan bahkan mencapai 17.935 kg (Kristianto, 2019). Hal ini terjadi karena mulai banyak bermunculan kedai ataupun gerai-gerai kopi serta gaya hidup anak muda Taiwan yang lekat dengan kopi.

Citra Bali sebagai destinasi pariwisata dunia memberi nilai tambah dan persepsi positif masyarakat internasional terhadap produk dari Bali (Sri dan Reni, 2014). Hal ini juga berdampak pada kopi arabika Kintamani. Peningkatan wisatawan Jepang yang masuk ke Indonesia sangat besar pada tahun 2019 dengan kunjungan wisatawan Jepang ke Bali mencapai 33.474 orang menduduki peringkat ketiga tertinggi (Projo, 2019). Hal ini menjadikan produk dari Bali lebih mudah dikenal oleh masyarakat Jepang, termasuk juga Kopi Arabika Kintamani.

Tantangan Dalam Pemasaran Kopi Gunung Catur ke Pasar Internasional

Pak Ketut Jati dan beberapa petani kopi yang secara bersamaan diwawancara mengatakan bahwa Kopi Gunung Catur memiliki kualitas ekspor dengan ciri-ciri bentuknya bagus, tidak ada cacat dan tidak ada jamur. Namun jika melihat harga kopi dunia, harga kopinya jauh dibawah harga kopi *specialty* arabika Kintamani, sehingga harus dicari pasar yang sesuai dengan biaya produksi kopi ini. Menurut Bapak Ketut Jati, kegiatan yang lebih banyak dilakukan petani dan pengolah kopi adalah kegiatan fisik, namun untuk kegiatan pemasaran bahkan ekspor lebih banyak diserahkan kepada pihak ketiga baik eksportir ataupun pemerintah. Petani ataupun pengolah Kopi Gunung Catur belum dapat langsung bertindak sebagai eksportir. Pendapatan yang didapatkan petani dan pengolah hanya hasil tenaga mereka bukan kegiatan negosiasi maupun tawar menawar dengan *buyers* dari luar negeri.

Harga perkilogram kopi Gunung Catur yang diproduksi hanya Rp.100.000,-, jika dibandingkan harga kopi percangkir yang jika masuk café atau *coffee shop* harganya secangkirnya berkali-kali lipat lebih mahal. Tentu terdapat perbedaan keuntungan yang sangat timpang antara petani kopi dan pengusaha *coffee shop*. Pak Ketut Jati mengungkapkan “*tiyang nak belog, yan ngae seduhan kopi tiyang bisa, pang nyak anake meblanje, pemasaran, periklanan yang butuh dana banyak dan strategi, belum mampu*”. Umumnya petani disini belum memperoleh pendidikan yang merata hingga ke jenjang perguruan tinggi. Hal ini menyebabkan lemahnya kemampuan mereka untuk mengakses informasi yang berkaitan dengan pasar kopi internasional, jaringan dan selera konsumen internasional, dan pola pemasaran kopi global. Kopi arabika Kintamani memang sudah masuk ke berbagai pasar internasional, namun pemasarannya banyak dilakukan oleh pihak ketiga atau jasa perantara misalnya eksportir dari Surabaya.

Masih terbatasnya mesin pengolahan kopi menjadikan produksi kopi arabika tidak bisa sebanyak dan secepat yang diinginkan pasar. Para eksportir terkadang harus mencari kopi arabika dari daerah lain di Indonesia kemudian semua kopi arabika tersebut digabungkan sehingga jumlahnya mencukupi permintaan pasar internasional. Kecenderungan untuk pergantian merek kopi dalam hal ini sangat mungkin terjadi karena proses penggabungan kopi-kopi arabika ini. Padahal jika petani kopi memiliki akses langsung pada *buyers* di luar negeri maka proses distribusi dan pemasaran serta ciri khas kopi masing-masing tidak akan hilang.

Kurangnya pengenalan *branding* produk Kopi Arabika Gunung Catur juga disebabkan oleh rendahnya penguasaan teknologi oleh pelaku usaha. Inovasi teknologi terutama dalam penggunaan TI masih dalam bentuk pengenalan produk, pengenalan wilayah ataupun untuk kegiatan pameran. Padahal TI dapat digunakan dengan lebih serius untuk peningkatan mutu dan diversifikasi produk, membantu peningkatan omset usaha serta pencarian pasar hingga ke luar negeri (Mopangga, 2015). Syarat dalam memasuki era industrialisasi 4.0 adalah pemanfaatan TI. Partisipasi anak muda lokal desa Catur dalam penguasaan TI serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan modern perlu didorong secara konsisten. Istilah kerennya adalah *technopreneurship*. Technopreneur merupakan penggabungan teknologi dengan pasar. Technopreneurship seharusnya dapat menjadi strategi komunikasi dalam *nation branding* memecahkan kesulitan pasar yang dihadapi oleh produsen kopi arabika Gunung Catur.

Upaya Nation Branding Pemerintah Untuk Kopi Arabika Kintamani

Saat ini sektor yang tumbuh pesat dari industri kopi adalah gerai ataupun kedai kopi. Tahun 2019 terdapat dua gerai kopi yang mengusung kopi Indonesia yaitu Fore Coffee berhasil mendapat suntikan dana dari investor mencapai 127 miliar rupiah, sedangkan Kopi Kenangan mendapat dana investor sebesar 282 miliar rupiah. Hal ini terjadi karena kedua gerai tersebut mengimplementasikan *technopreneur* dengan mengandalkan pemasaran menggunakan teknologi. Bahkan sebagian dari dana investasinya tersebut digunakan dalam pengembangan teknologi aplikasi yang memudahkan konsumen untuk memesan minuman kopi (Sari, 2019).

Hal ini berbanding terbalik dengan hilirisasi industri kopi yang masih mengalami banyak permasalahan. Kendala yang dihadapi tidak hanya dari sisi produksi, manajemen keuangan, pembiayaan bahkan hingga akses pemasaran.

Padahal proses ini mempengaruhi kesejahteraan petani dan usaha pengolahan kopi. Kesejahteraan petani kopi meningkat jika produk kopinya dibeli dengan harga yang bagus. Secara nasional stok kopi arabika Kintamani selalu kekurangan, sehingga jumlah kopi yang dikirim ke pihak eksportir harus dibagi-bagi. Seperti yang diungkapkan Kepala Bidang Perkebunan, Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Bali, Lanang Aryawan “*eksportir seperti Indocom dari Surabaya meminta sekian ton kopi Arabika Kintamani, namun eksportir kopi arabika lainnya juga meminta sekian ton kopi arabika Kintamani, sehingga pasokannya harus kami bagi ke eksportir-eksportir secara merata*”.

Ketika kopi arabika Kintamani banyak dicari oleh penikmat kopi lokal maupun dari luar negeri, maka harga kopi seharusnya bisa melambung tinggi. Namun hal ini tidak terjadi pada petani kopi arabika Kintamani. Petani kopi arabika Kintamani merasakan fluktuasi harga kopi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2013 harga kopi sempat anjlok tajam. Memang sampai saat ini nasib petani masih ditentukan oleh pihak-pihak tertentu yang selalu bisa mengontrol pergerakan harga, sehingga petani yang merasakan dampak paling besar ketika harga kopi merosot tajam. Pendapatan petani tergantung pada harga hasil panen, mereka menginginkan harga lebih tinggi dari biaya-biaya yang telah mereka habiskan untuk pemeliharaan buah kopi. Namun pihak pengolahan kopi berkeinginan sebaliknya, agar harga kopi dari petani jangan sampai lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan oleh pengolah kopi. Karena biaya untuk pengolahan kopi juga besar.

Negara perlu memberi solusi bagi permasalahan para petani dan pengolah kopi arabika Kintamani, sehingga produksi kopi arabika Kintamani semakin meningkat dan penurunan jumlah lahan kopi dapat ditekan seminimal mungkin. Negara memiliki strategi dalam menangani permasalahan produk dalam negerinya melalui kegiatan ekspor. Peluang ekspor dapat diperbesar jika negara menciptakan persepsi positif masyarakat internasional terhadapnya (Anholt, 2010). Dalam hal ini, *branding* digunakan untuk meningkatkan status negara melalui identitas yang unik serta upaya untuk menyampaikan kesan tersebut pada negara-negara lainnya. Jika negara mendapat kesan yang positif dari negara lain, maka akses akan semakin terbuka lebar.

Ekspor menjadi aspek penting dalam *nation branding*. Kegiatan ekspor memerlukan akses pasar yang luas serta kebijakan-kebijakan yang mendukung inovasi serta koordinasi yang baik bagi berbagai pihak yang berkepentingan. *Nation branding* memiliki fungsi membangun, mengembangkan dan mempertahankan pencitraan (reputasi) yang positif bagi suatu negara (Prasetya, 2015). Seperti pernyataan Anholt, bahwa reputasi suatu negara diperoleh melalui kompetensi dan kontribusinya terhadap dunia internasional. Sedangkan faktor komunikasi menjadi sarana penting untuk mengirim pesan ke berbagai negara. Mentransfer *image* positif melalui proses komunikasi menjadi muara dari kompetensi dan kontribusi suatu negara dalam kacamata global. Komunikasi menjadi kunci dalam meningkatkan popularitas dan peluang perluasan pasar untuk produk yang dihasilkan.

Contoh negara yang berhasil mengelola dan menjual *nation branding*-nya adalah Korea Selatan. *Korean wave* menjadi bentuk kebudayaan populer negara tersebut yang diperkenalkan ke berbagai belahan dunia melalui musik, film, hingga drama televisi. Kekuatan utama dari *Korean wave* adalah perpaduan unsur tradisional dan modern dari budaya Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan

mendukung secara maksimal *Korean wave* melalui kebijakan, penelitian, pendidikan dan pelatihan masyarakatnya secara profesional. Kemudian dibantu dengan pendanaan yang maksimal *Korean wave* dikomunikasikan dan disebarluaskan ke penjuru dunia. Bersamaan dengan itu, pemerintah Korea Selatan mendorong produk-produk komersial yang dihasilkan oleh Korea Selatan untuk ikut dipasarkan, misalnya saja produk teknologi seperti Samsung, LG, ataupun produk otomotif seperti KIA dan lain-lain. Masyarakat internasional yang telah mengenal *Korean wave* dengan baik dapat menerima bahkan menjadi fanatik terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh Korea Selatan. Hal inilah yang menjadikan *nation branding* Korea Selatan berhasil dalam mendukung peningkatan perekonomian negara tersebut.

Bentuk komunikasi Indonesia dalam membangun *nation branding* saat ini terkesan masih terkotak-kotak, misalnya saja dari sektor perdagangan yang menggunakan *brand* “*Remarkable Indonesia*” sedangkan sektor pariwisata menggunakan *brand* “*Wonderful Indonesia*” (Sudarwati, 2016). Hal ini dapat memperlambat upaya *nation branding* Indonesia. Berkaca upaya Korea Selatan yang telah menemukan strategi yang tepat dalam menggambarkan keunikan negaranya, ditambah dukungan yang maksimal dari pemerintah dalam proses promosi ke luar negeri menunjukkan dilaksanakannya strategi *nation branding* yang ketiga yaitu komunikasi. Sehingga Korea Selatan telah menjalankan ketiga *nation branding* strategi yang dipaparkan Anholt yaitu kompetensi, kontribusi dan komunikasi melalui *Korean wave*.

Kementerian Luar Negeri melalui Direktorat Diplomasi Publik menampilkan Indonesia yang moderat, demokratis dan progresif sebagai bentuk komunikasi *nation branding* kepada masyarakat internasional (Sudarwati, 2016). Namun hal ini belum mampu menandingi *nation branding* seperti Korea Selatan dan Malaysia. Masih diperlukannya penggalan konsep yang tepat yang dapat digunakan oleh seluruh pihak dan koordinasi yang baik antar kementerian dalam kegiatan promosi dan pameran keluar negeri untuk dapat menunjang proses *nation branding* Indonesia.

Country of Origin (COO) berhubungan dengan merek suatu produk yang didalamnya terdapat letak geografis, kondisi ekonomi, politik, sosial dan budaya masyarakat. Sehingga jika dihubungkan dengan COO maka konsumen yang mencari kopi Arabika Gunung Catur akan mengkaitkan produk tersebut dengan tempat asal (daerah maupun negara) dan segala atribut yang melekat pada produk tersebut. Sertifikat IG menjadi *brand* kopi arabika Gunung Catur yang mampu meningkatkan daya tawar yang lebih tinggi untuk produk ini. Pak Ketut Jati yang diwawancara menyebutkan bahwa sertifikat IG memang berdampak pada peningkatan harga kopi arabika Kintamani. Kopi arabika Kintamani yang saat ini telah bersertifikat IG untuk *green bean* harga mencapai Rp.100.000 perkilogram, sedangkan jika dalam bentuk sangrai harganya Rp.200.000 perkilogram. Jika dibandingkan dengan kopi biasa atau yang tidak bersertifikat IG dalam bentuk *green bean* rata-rata hanya Rp.27.000 perkilogram sedangkan dalam bentuk sangrai harganya Rp.60.000 perkilogram. Perbandingan harga tersebut menunjukkan bahwa kopi yang memiliki sertifikat IG harganya jauh lebih tinggi sehingga membuat petani kopi termotivasi untuk membudidayakannya. Walaupun begitu, harga kopi arabika Kintamani masih saja berfluktuasi tiap tahun. Hal ini disebabkan harga

kopi Arabika Kintamani masih dipengaruhi harga kopi dunia. Harga kopi secara global dikendalikan oleh bursa berjangka dari negara lain yang justru tidak menjadi produsen kopi. Sehingga pemerintah perlu mendorong Bursa Berjangka Indonesia seperti Bursa Berjangka Jakarta (BBJ) dan Bursa Komoditi dan Derivatif Indonesia (BKDI) untuk dapat membentuk dan menentukan harga komoditas kopi.

Fluktuasi harga kopi arabika desa Catur Kintamani juga dipengaruhi oleh kelemahan yang dimiliki oleh kelompok MPIG. Idealnya MPIG yang melibatkan organisasi petani, instansi pembina dan mitra (*buyers*) diharapkan dapat meningkatkan kualitas kopi serta kesejahteraan petani kopi. Belum maksimalnya kesadaran petani kopi untuk memanfaatkan koperasi MPIG karena masih ada petani-petani yang menjual biji kopinya sendiri-sendiri. Hal ini menyebabkan koperasi ini tidak berkembang pesat. Unit Pengolahan hasil (UPH) yang dulunya berjumlah 33 sangat ini turun hanya menjadi 10 (Ardana, 2017). Penyebabnya adalah kurangnya modal yang dimiliki koperasi untuk membeli hasil panen anggota. Dukungan pemerintah untuk meningkatkan kapasitas SDM dalam pengelolaan MPIG, penambahan infrastruktur, serta dorongan kepada para petani kopi untuk memanfaatkan koperasi sangat diharapkan oleh Pak Ketut Jati.

Dalam mempromosikan dan memasarkan kopi Indonesia, para produsen dan eksportir kopi masih menggunakan nama daerah tempat kopi berasal pada kemasan masing-masing, misalnya kopi Sumatra, Kopi Bali, Kopi Jawa dan lain-lain. Akibatnya para penikmat kopi cenderung lebih mengenal nama daerah penghasilnya dibandingkan dengan nama negaranya yaitu Indonesia. Hal ini kadang dapat membuat importir kebingungan karena pihak importer lebih mengenal nama negara dibandingkan nama daerah penghasil kopi. Sehingga Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Speciality Coffee Association of Indonesia (SCAI) memutuskan untuk meluncurkan logo “Kopi Indonesia” yang diharapkan dapat menjadi *generic branding* bagi kopi-kopi yang dimiliki oleh Indonesia. Logo ini sebenarnya tidak menghilangkan nama daerah asal kopi karena dalam desainnya nama daerah tetap bisa dicantumkan (Highlish Media, 2019). Tujuan *branding logo* “Kopi Indonesia” kedepannya diharapkan dapat memperkuat jati diri dari bangsa Indonesia di ranah internasional dengan kopi-kopi yang berkualitas tinggi.

Sosialisasi penggunaan logo “Kopi Indonesia” menjadi penting untuk dilakukan. Hal ini dapat mencegah klaim dari negara lain. Ketika nama negara digunakan dalam merek kopi, maka ciri khas identitas suatu bangsa dan kekuatan politik dalam memasarkan kopi Indonesia di kancah internasional semakin besar. Berkaca pada kasus klaim kopi dari Indonesia pernah terjadi pada kopi Toraja yang pernah dimasukkan dalam label Key Coffee (perusahaan milik Jepang). Hal ini berdampak pada para eksportir kopi dari Indonesia. Mereka tidak bisa langsung menjual kopi ini di Jepang kecuali melalui Key Coffee. Jika eksportir mengeksport langsung ke Jepang, maka mereka akan dituding melanggar merek Key Coffee yang telah mendaftarkan kopi Toraja terlebih dahulu di Jepang sebagai kopi miliknya. Akibatnya ekspor langsung dari Indonesia tersendat karena harus melalui Key Coffee. Volume dan harga kopi Toraja yang masuk ke Jepang diatur oleh Key Coffee, hal ini berdampak pada rendahnya keuntungan yang didapat oleh eksportir Indonesia karena harus dibagi dengan Key Coffee (Devi, 2004). Hal ini juga berdampak pada penurunan devisa negara.

Kopi arabika Kintamani Gunung Catur belum menggunakan logo “Kopi Indonesia”, dan hal yang sama juga terjadi pada kopi dari wilayah lain di Indonesia. Pak Ketut Jati mengatakan telah ada sosialisasi dari Bekraf tentang kemasan dan merek untuk produk kopi namun dalam penggunaannya menjadi pilihan masing-masing. Mendorong kesadaran para petani dan pengolah kopi seperti Pak Ketut Jati mengenai pentingnya penggunaan *brand* Kopi Indonesia perlu dijalankan secara konsisten, sehingga potensi klaim produk Indonesia oleh negara lain dapat diminimalisir.

Jika dilihat dari peraturan ekspor kopi saat ini ternyata sudah lebih memudahkan petani, pengusaha ataupun perusahaan kopi di Indonesia untuk melakukan ekspor. Peraturan terbaru tentang ekspor yaitu Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Republik Indonesia (RI) No.109 Tahun 2018 yang memuat ketentuan ekspor kopi yang merupakan perbaikan dari Permendag RI No.10 Tahun 2011. Berdasarkan wawancara dengan Staf Seksi Fasilitasi Ekspor Impor Disperindag Provinsi Bali, I Gde Bayu Kamayana menyebutkan bahwa ada beberapa poin dalam Permendag RI No.109 Tahun 2018 yang dapat mempermudah syarat pengekspor kopi. Saat ini untuk terdaftar sebagai Eksportir Terdaftar (ET) harus melengkapi dokumen-dokumen: (1) memiliki akta pendirian perusahaan, namun bukan perusahaan perseorangan, (2) memiliki surat rekomendasi dari Disperindag Provinsi, (3) perusahaan harus melampirkan surat permohonan kepada Disperindag Provinsi, fotocopi legalitas perusahaan, fotocopi Surat Ijin Usaha Perusahaan (SIUP), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Nomor Induk Berusaha (NIB) dari Dinas Perijinan untuk ekspordapat mendaftar melalui Layanan Perijinan di bidang perdagangan secara elektronik (INATRADE).

Pada peraturan ekspor yang lama, harus ada dua dokumen sebagai syarat multak eksportir yaitu Eksportir Kopi Sementara (EKS) dan Eksportir Kopi Terdaftar (ETK) yang setelah tahun 2018 dipangkas hanya menjadi ET. Peraturan sebelumnya juga menyebutkan EKS hanya bersifat sementara yaitu 1 tahun dan dapat diperpanjang. Aturan tersebut dapat ditingkatkan menjadi ETK jika telah melakukan ekspor sekurangnya 200 ton dalam 1 tahun. Hal ini menjadi hambatan bagi pengusaha kecil untuk melakukan ekspor. Namun pada peraturan yang baru hal ini sudah tidak diberlakukan lagi. Sehingga perubahan aturan ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja Usaha Menengah Kecil (UKM). Peraturan yang lama membuat UMKM hanya *undername* dan harus menyalurkan ke perusahaan terlebih. Hal ini terjadi karena jumlah kopi yang dihasilkan harus besar jika ingin menjadi eksportir. Tetapi dalam peraturan yang baru bahkan petani kopi pun bisa langsung melakukan ekspor dengan berapapun jumlah kopi yang mereka punya. Tentunya harus tetap mengikuti standar kualitas yang diinginkan oleh *buyers*. Menurut Bayu perubahan ke peraturan yang lama ke peraturan yang baru ini dapat meningkatkan semangat UMKM untuk ekspor.

Kemendag RI melalui Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN) menjadi jendela Indonesia terkait dengan pengembangan ekspor. DJPEN melakukan identifikasi pasar dan melihat peluang baru di luar negeri bagi calon ataupun para eksportir kopi. DJPEN memberi informasi tentang akses negara tujuan tradisional maupun ceruk pasar baru. Ekspor kopi saat ini banyak meningkat ke Cina, karena pergeseran pergaulan anak muda Cina dari minum teh ke kopi, bahkan banyak pengusaha muda Indonesia membuka *coffee shop* di Cina dengan

menyajikan kopi-kopi dari Indonesia. Selain Cina, kopi juga banyak diekspor ke Guam, dan saat ini eksportir kopi Bali mencoba menegosiasikan agar kopi Bali bisa masuk ke pasar Dubai.

Semakin dipermudahnya aturan ekspor dari pemerintah pusat tidak serta merta membantu petani kopi Desa Catur. Akses pasar keluar negeri masih menjadi keluhan para petani disana. Hingga saat ini produk kopi arabika Kintamani yang dihasilkan lebih banyak diekspor oleh pihak ketiga. Petani seperti Pak Ketut Jati belum mengekspor produknya secara langsung. Kemudahan akses pasar yang disediakan oleh kemajuan TI belum sepenuhnya termanfaatkan oleh para petani desa Catur. Belum meratanya pendidikan hingga ke jenjang perguruan tinggi membuat para petani masih tidak terlalu aktif memanfaatkan TI.

Petani-petani kopi Desa Catur mengatakan sudah pernah ada pendampingan dan bantuan pembuatan situs web ataupun media sosial dari beberapa institusi. Namun situs web ataupun media sosial tersebut baru sampai pada tahap menampilkan profil Desa Catur ataupun pengenalan produk kopi seperti Kopi Gunung Catur. Namun yang dibutuhkan saat ini jika ingin bersaing dengan eksportir lainnya adalah kemampuan *technopreneurship*. Kemampuan ini menggabungkan penguasaan teknologi yang baik dengan jiwa wirausaha modern yang berdaya saing global. *Technopreneurship* menerima investasi dan berinovasi dalam penggunaan teknologi, kemudian pengaplikasiannya dilakukan pada tenaga kerja, cara pemasaran produk serta pengaturan keuangan melalui sistem online. Belajar dari *start-up coffee shop* seperti Fore Coffee dan Fore Coffee yang menggunakan sistem aplikasi internet dalam pemasaran dan penjualan kopinya kepada konsumen, tentunya dapat menjadi inspirasi dalam modernisasi bentuk pemasaran produk oleh petani ataupun produsen kopi.

Namun sampai saat ini hal tersebut belum dapat terealisasi dengan baik. Pak Ketut Jati masih menganggap sulit untuk berhadapan dengan investor. Karena investor pasti menginginkan keuntungan yang besar dari penjualan kopi. Terkadang hal ini dianggap dapat menekan petani kopi. Di lain sisi kemampuan bahasa asing dan daya tawar langsung dengan *buyers* belum dimiliki kebanyakan petani kopi di Desa Catur: "*Banyak yang datang kemari untuk tawar menawar, ada yang dari Jepang dan beberapa negara lainnya, namun yang harganya mereka inginkan masih rendah, dan tidak sesuai dengan pengeluaran kami dari memanen hingga pengolahan, makanya beberapa diantaranya kami tolak.* Lemahnya penguasaan bahasa asing menjadi penghambat produsen kopi untuk berbicara langsung dengan *buyers* dari luar negeri untuk melakukan tawar-menawar. Sehingga para petani kopi harus berbicara melalui *guide* dari para *buyer* yang datang ke tempat pengolahan kopinya.

Anak muda lokal Desa Catur sudah saatnya melirik pertanian kopi dan saling bekerjasama dengan petani kopi yang telah senior. Para anak muda lokal tersebut dapat berlatih dan bertukar pikiran dengan petani lainnya untuk meningkatkan kemampuan, profesionalitas dan keahlian. Hal ini penting dalam membantu kelangsungan pertanian kopi di Desa Catur Kintamani. Generasi muda biasanya lebih dekat dengan penggunaan teknologi, sehingga dapat membantu mengembangkan pemasaran kopi Desa Catur yang berbasis TI.

Melihat pergeseran perdagangan kopi global yang mulai bergerak ke arah penggunaan teknologi dan aplikasi, maka seharusnya pendampingan-

pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah untuk kopi arabika kintamani tidak hanya bantuan pembuatan situs web ataupun media sosial untuk pengenalan produk ataupun wilayah saja. Pendampingan sebaiknya difokuskan untuk penggunaan TI baik bagi petani dan pengusaha kopi Desa Catur yang lebih diarahkan pada aktivitas penjualan dan pemasaran kopi berbasis internet dan aplikasi. Berkaca pada keberhasilan gerai-gerai *coffee shop* yang menggunakan TI untuk mempermudah menjangkau konsumen. Tentunya pelatihan kewirausahaan modern berbasis teknologi perlu dilakukan dengan segera agar petani kopi dan pengolah kopi Gunung Catur dapat merasakan keuntungan lebih besar dari penjualan kopi mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Merangkum kembali strategi *nation branding* yang diungkapkan Anholt, untuk membentuk persepsi masyarakat internasional terhadap reputasi Indonesia maka diperlukan penggalan ide-ide yang relevan terkait pengembangan produk kopi Gunung Catur. Berbagai cara dilakukan mulai dari memberikan kemudahan peraturan ekspor, mengajak BUMN-BUMN untuk membantu permodalan kepada untuk pembudidayaan kopi serta pelatihan terhadap petani. Hal tersebut dapat meningkatkan kompetensi kopi Gunung Catur dari segi kualitas. Kemudian penggunaan proses pertanian organik serta penerapan Tri Hita Karana dalam pembudidayaan kopi ini, membuat produk kopi arabika Gunung Catur diakui kontribusinya dalam menjaga lingkungan. Maka strategi *nation branding* yaitu kompetensi dan kontribusi telah dipenuhi oleh Kopi Gunung Catur. Namun sampai saat ini akses pasar internasional masih sulit dijangkau oleh petani dan pengolah kopi Gunung Catur karena masih belum maksimalnya strategi komunikasi. Kurangnya kemampuan berbahasa asing serta penggunaan TI yang belum maksimal melemahkan strategi komunikasi sehingga akses pasar global masih sulit untuk dijangkau secara langsung oleh petani dan pengolah kopi Gunung Catur

Saran

Melihat strategi *nation branding* Anholt yang ketiga, yaitu komunikasi, tampaknya teknologi menjadi alat utama untuk akses pasar. Disaat memasuki era industrialisasi 4.0 strategi komunikasi menjadi hal yang krusial. Komunikasi adalah menyampaikan pesan kepada konsumen mengenai kompetensi dan kontribusi yang dimiliki kopi Gunung Catur. Perlu pendampingan pemerintah kepada para petani dan pengolah kopi Desa Catur Kintamani untuk lebih serius dalam penguasaan TI dan mengasah jiwa *entrepreneurship* modern. Petani kopi Gunung Catur tidak selamanya dapat bergantung pada pemerintah hanya melalui promosi ataupun pameran. Mereka harus mandiri sesegera mungkin dengan cara mengasah kemampuan komunikasi. Maka pendampingan pemerintah untuk penguasaan komunikasi secara *online* dan *off line* perlu dilaksanakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada team peneliti, para informan serta Universitas Udayana dalam membantu pelaksanaan penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Alfons, Maria. 217. *Implementasi Hak Kekayaan Intelektual Dalam Negara Hukum*. Jurnal Legislasi Indonesia, Vol.14, No.3 – September 2017, 357-368
- Andri DP, Yustisianus, 2019. *Indonesia Terpilih Sebagai Ketua Dewan Kopi Internasional*. Bisnis.com
- Anholt, 2003. *Brand The New Justice: The Upside of Global Branding*. London: Butterworth-Heinemann.
- Anholt, 2010. *Places: Identity, Image and Reputation*. London: Palgrave: Macmillan
- Buku Persyaratan Indikasi Geografis. 2007. *Kopi Arabika Kintamani*. Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG) Kopi Arabika Kintamani
- Devi, A.R dkk. 2004. *Hak Kekayaan Intelektual: Siapa Bilang Dibajak Itu Enak?* www.haki.lipi.go.id
- Highlish Media. 2019. *Menyatukan Keragaman Kopi di Indonesia Melalui Logo Generik*.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2017. *Pentingnya Indikasi Geografis (IG) Produk Pertanian*. www.pertanian.go.id
- Kristianto, Feri. 2019. *Difasilitasi BI Tokyo Kopi Kintamani Jajaki Pasar Jepang*. Bisnis.com
- Mopangga, Herwin. 2015. *Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo*. Trikonomika. Volume 14, No.1 Juni 2015. Hal.13-24, ISSN.2355-7737 (online)
- Pitoko Ridwan Aji, 2018. *Ekspor Kopi Olahan Nasional Tembus 469 Juta Dollar AS*. Kompas.com
- Priantara, I Dewa Gede Yoga, dkk., 2016. *Analisis Nilai Tambah Pengolahan Kopi Arabika Kintamani*. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Industri. ISSN: 2503-488X, Vol.4, No.4, Desember 2016 (hal, 33)
- Rahayu, Sri dan Reni Kristina Arianti. 2014. *Persepsi Nation Branding Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Ekspor ke Jepang dan Australia*. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan. Vol.8, No.2, Tahun 201, ISSN: 1979-9187
- Sari, Ferrika, 2019. *Ratusan Miliar Dana Investor Mengalir Deras ke Start-Up Kopi*. Kontan.co.id
- Yuliandri, Mustika Treisna. 2015. *Sejarah "First, Second and Third Wave Coffee"* Majalah. ottencoffe.co.id

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan diberikan kepada para penulis dan mitra bestari, yang telah membantu mensukseskan terbitnya jurnal SOCA Vol. 13, No. 2 31 Agustus 2019. Berikut adalah daftar nama penulis dan mitra bestari yang berpartisipasi:

1. Juli Yusran, Yonariza, Elfindri, dan Mahdi (Universitas Andalas, Padang, Provinsi Sumatera Barat).
2. Wardatul Muna, Siwi Gayatri dan Sriroso Satmoko (Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro).
3. Eunice Gabriella, Sriroso Satmoko dan Dyah Mardiningsih (Program Studi Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro).
4. Ariani Trisna Murti, Karunia Setyowati Suroto, dan Hidayati Karamina (Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi dan Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi).
5. Ida Riana Wati, Bayu Nuswantara dan Hendrik Johannes Nandapdap (Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Jawa Tengah).
6. Lea Miftahuddin, Titik Ekowati dan Bambang Mulyatno Setiawan (Program Studi S1 Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro).
7. Anak Agung Keswari Krisnandika, Lury Sevita Yusiana, I Made Agus Dharmadiatmika, dan Mar'ie Abda U'Zal (Prodi Arsitektur Pertamanan, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana, Denpasar, Bali).
8. I Putu Cakra Putra Adnyana, Tanda Panjaitan, Luh Gde Sri Astiti dan Awaludin Hipi (Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Nusa Tenggara Barat).
9. Soleha, Yudi Sapta Pranoto, dan Evahelda (Universitas Bangka Belitung, Kota Pangkalpinang, Provinsi Kep. Bangka Belitung).
10. Sella Setya Sahanaya, Sriroso Satmoko, dan Tutik Dalmiyatun (Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro).
11. Lili Suryati, Eva Dolorosa, dan Shenny Oktoriana (Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura Pontianak, Kalimantan Barat).
12. Supardi Rusdiana dan Tike Sartika (Balai Penelitian Ternak Ciawi, Bogor).
13. Ida Ayu Listia Dewi dan I Made Sudarma (Universitas Udayana, Denpasar, Bali).
14. Gede Mekse Korri Arisena dan Dwi Putra Darmawan (Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana).
15. Ni Wayan Rainy Priadarsini Sukiada dan Anak Agung Ayu Intan Parameswari (Universitas Udayana, Denpasar, Bali).
16. Prof.Dr.Ir. Wayan Windia, SU (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
17. Prof.Dr.Ir. I Gde Pitana, M.Sc (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
18. Prof.Dr.Ir. Made Antara, MS (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
19. Prof.Ir. IGAA Ambarawati, M.Ec.Ph.D (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
20. Prof.Dr.Ir. Ketut Budi Susrusa, MS (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)

21. Prof.Dr.Ir. Dwi Putra Darmawan, MP (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
22. Dr.Ir. I Dewa Putu Oka Suardi, M.Si (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
23. Dr.Ir. Nyoman Gede Ustriyana, MM (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
24. Dr.Ir. I Ketut Suamba, MP (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)
25. Dr.Ir. I Made Sudarma, MS (PS. Agribisnis, Universitas Udayana)

TEMPLATE

JUDUL Mencerminkan inti dari isi tulisan, spesifik, dan efektif Informatif dan Tidak Lebih dari 15 Kata, huruf Bookman Old, ukuran font 14

(Space After Paragraph)

Tulis Nama Penulis Pertama¹, Penulis Kedua², Penulis Ketiga³, **Penulis Selanjutnya**⁴

¹Penulis pertama, Nama Instansi, Kota, Provinsi

²Penulis kedua, Nama Instansi, Kota, Provinsi (Apabila nama penulis 1, 2, dst. sama, tidak perlu diulang, cukup 1 saja)

³Penulis ketiga, Nama Instansi, Kota, Provinsi

Email korespondensi: Penulis-1 @email.com, Penulis-2 @email.com, Penulis-3 @email.com

Telepon/HP: 081...Penulis-1, 081...Penulis-2, 081...Penulis-3, **081...Penulis Selanjutnya**

(Space After Paragraph)

ABSTRAK

(Space After Paragraph)

Kata Kunci:

Merupakan kata atau istilah yang mencerminkan konsep penting dalam naskah dan mengandung cukup informasi untuk indeks dan membantu dalam penelusuran. Penulisan kata kunci minimal **tiga** kata, maksimal **lima** kata.

Abstrak

Dalam Bahasa Indonesia yang secara ringkas, jelas, utuh, mandiri dan lengkap menggambarkan esensi isi keseluruhan tulisan (bukan ringkasan yang terdiri atas beberapa paragraf). Abstrak diketik satu spasi, tanpa sitasi pustaka, dan tanpa catatan kaki. Abstrak harus mencakup permasalahan pokok, tujuan penelitian atau *review*, metodologi, hasil utama, serta implikasi kebijakan. Semua ditulis dalam bahasa yang singkat padat, tidak lebih dari **250 kata**.

(Space After Paragraph)

JUDUL (Bahasa Inggris) Mencerminkan inti dari isi tulisan, spesifik, dan efektif Informatif dan Tidak Lebih dari 15 Kata

(Space After Paragraph)

ABSTRACT

(Space After Paragraph)

Kata Kunci:

Penulisan kata kunci minimal

Abstrak

Dibuat dalam **Bahasa Inggris**, bisa dari terjemahan **ABSTRAK** yang telah di buat, tidak lebih dari **250 kata**.

tiga kata,
maksimal lima
kata dalam
bahasa Inggris.

(Space After Paragraph)

PENDAHULUAN

(Space After Paragraph)

Memuat latar belakang dan kondisi saat ini dari topic yang dibahas, dengan menyajikan/kajian sebelumnya, rumusan masalah, tujuan penulisan dan keterbaruan/keunikan penelitian. Pendahuluan menjelaskan: (i) latar belakang umum penelitian (ringkas), (ii) review hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dan mutakhir, (iii) pernyataan kebaruan (*gap analysis*) yang mengandung urgensi dan kebaruan penelitian, dan (iv) tujuan penelitian. Jika ada hipotesis, dinyatakan tidak tersurat dan tidak perlu dalam kalimat tanya. Pendahuluan ditulis **tanpa** penomoran dan atau *pointers*. Dalam pendahuluan tidak memuat tulisan dengan bentuk **pembaban** (baca: pem-bab-ban) seperti penulisan skripsi atau laporan teknis.

(Space After Paragraph)

METODE PENELITIAN

(Space After Paragraph)

Metodologi memuat rancangan penelitian meliputi: populasi/sampel penelitian, data & teknik/ instrumen pengumpulan data, alat analisis dan model yang digunakan. Metode yang sudah umum tidak perlu dituliskan secara detil, tetapi cukup merujuk ke buku acuan (Misal: rumus uji F, uji t). Keterangan simbol pada model dituliskan dalam kalimat.

Metodologi memuat informasi mengenai kerangka pemikiran, lingkup bahasan, cakupan lokasi, waktu penelitian, atau rentang waktu analisis, jenis data yang digunakan baik primer maupun sekunder, cara pengumpulan data, dan metode atau cara menganalisis data (analisis data di rinci per tujuan penelitian). Kelengkapan informasi metodologi yang disajikan dapat disesuaikan dengan jenis tulisan hasil penelitian primer atau *review* mendalam. Pada metodologi tidak memuat tulisan dengan bentuk **pembaban** (baca: pem-bab-ban) seperti penulisan skripsi atau laporan teknis.

(Space After Paragraph)

HASIL DAN PEMBAHASAN

(Space After Paragraph)

Bagian ini memuat hasil analisis data (dalam bentuk tabel atau gambar, bukan data mentah, serta **bukan printscreen** hasil analisis), kaitan antara hasil dan konsep dasar dan atau hipotesis (jika ada), dan kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya. Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian baik teoritis maupun penerapan. Setiap gambar dan tabel harus diacu di dalam teks.

Untuk maksud kejelasan dan sistematika penulisan, dalam bagian tulisan ini dapat dibuat subjudul. Penulisan naskah dituntut untuk menggunakan semua sarana pelengkap (seperti ilustrasi, gambar foto, tabel dan grafik). Pada hasil dan pembahasan, tidak memuat tulisan dengan bentuk **pembaban** (baca: pem-bab-ban) seperti penulisan skripsi atau laporan teknis.

(Space After Paragraph)

Subjudul Subjudul Subjudul

(Space After Paragraph)

Subsubjudul subsubjudul subsubjudul

(Space After Paragraph)

KESIMPULAN

(Space After Paragraph)

Kesimpulan ditulis secara singkat yaitu hanya menjawab tujuan atau hipotesis penelitian, tidak mengulang pembahasan. Kesimpulan ditulis secara kritis, logis dan jujur berdasarkan fakta yang ada, serta penuh kehati-hatian jika terdapat generalisasi. Bagian ini ditulis dalam bentuk paragraf, tidak menggunakan penomoran atau *bullet*. Untuk maksud kejelasan dalam penyajian, kesimpulan dan saran perlu secara jelas ditulis terpisah.

(Space After Paragraph)

UCAPAN TERIMA KASIH (Jika Diperlukan)

(Space After Paragraph)

Merupakan wujud penghargaan kepada semua pihak (instansi atau perorangan) yang berkontribusi atau membantu dalam pendanaan (dicantumkan id/no SK **bila ada**), pelaksanaan penelitian, dan penulisan naskah jurnal. Juga untuk pernyataan apabila artikel merupakan bagian dari tesis/disertasi.

(Space After Paragraph)

DAFTAR PUSTAKA

(Space After Paragraph)

Untuk naskah berupa hasil penelitian primer, jumlah pustaka yang diacu minimal 10 pustaka, sedangkan untuk naskah yang merupakan ulasan (*review*) minimal 25 pustaka, dengan 80% dari pustaka tersebut merupakan pustaka primer (terutama jurnal internasional dan jurnal primer terakreditasi nasional). Hendaknya pustaka acuan diterbitkan paling lama dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Jumlah pustaka acuan yang merupakan tulisan sendiri dibatasi paling banyak 30% dari total jumlah pustaka.

(Space After Paragraph)

KETERANGAN TEMPLATE

NASKAH. Naskah diketik 1,15 spasi (*Font Bookman Old* dan *Font Size 11*), minimal 10 halaman dan maksimal 20 halaman (termasuk tabel, grafik dan gambar). Ditulis dengan *Microsoft Word 2010-2016*.

BAHASA. Naskah menggunakan bahasa Indonesia atau Inggris yang baku. Untuk naskah dalam bahasa Indonesia disarankan untuk mengurangi pemakaian istilah asing dan disesuaikan dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan dan Kamus Besar Bahasa Indonesia.

SATUAN UKURAN. Tatacara penulisan satuan ukuran dalam teks, grafik dan gambar memakai sistem internasional (SI), misalnya cm, kg, km, ha, t, dan lain sebagainya. Khusus untuk l yang merupakan singkatan dari liter, digunakan L untuk menghindari kemungkinan tertukar dengan angka 1. Penulisan angka desimal dipisahkan dengan tanda koma (,) untuk naskah dalam bahasa Indonesia, sedangkan untuk bahasa Inggris dengan titik (.). (.) untuk naskah berbahasa Indonesia, sedangkan untuk naskah dalam bahasa Inggris ditulis dipisahkan dengan tanda koma (,).

TABEL. Tata cara penulisan tabel harus mencakup aspek judul, teks isi, lokasi, tahun, dan sumber data. Tabel harus ringkas dan informatif dan merupakan alat bantu mempertajam penyampaian informasi atau hasil analisis. Posisi Tabel dan judul Tabel ditempatkan di bagian tengah naskah. Sumber data ditempatkan di bagian tengah bawah tabel. Garis pemisah dibuat dalam bentuk horizontal. Setiap penulisan tabel harus disertakan sumber data yang dicantumkan di tabel.

Contoh Tabel:

Tabel 1. Analisis R/C Rasio Usahatani Padi Sawah Subak Sembung per Hektar pada Musim Tanam Juli-Oktober 2016
(*Space After Paragraph*)

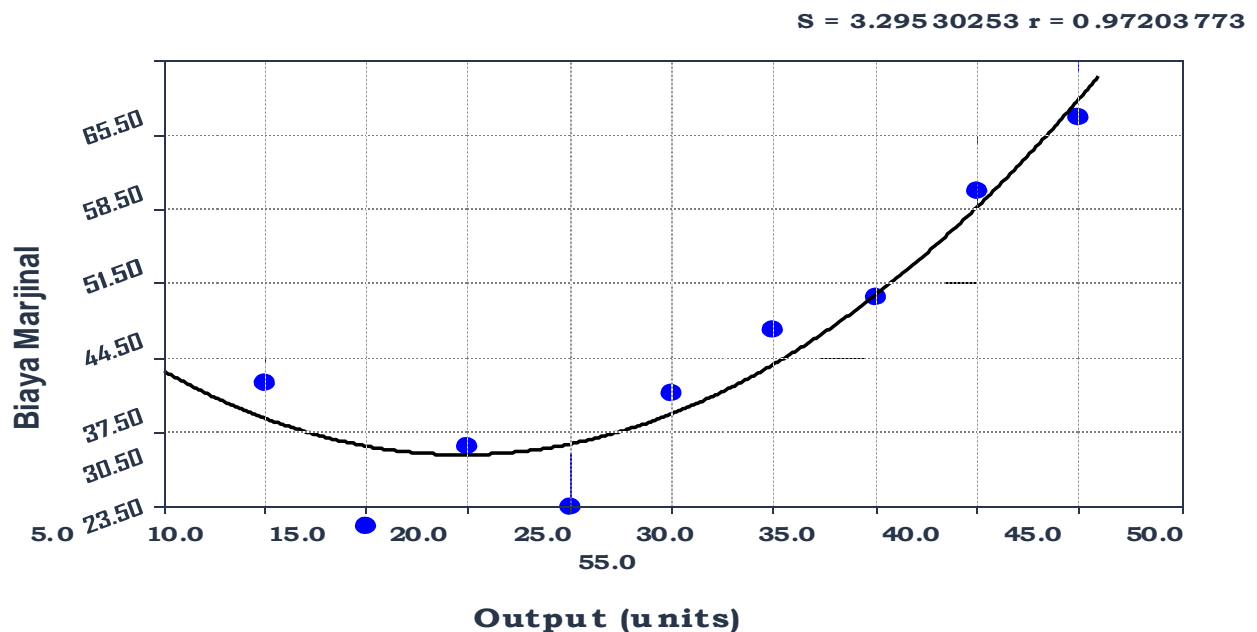
No.	Uraian	Jumlah (Rp/Ha)
1	Penerimaan	10.711.363,64
2	Biaya tunai	2.217.198,48
3	Biaya yang diperhitungkan	1.497.380,95
4	Total biaya	3.714.597,44
5	R/C rasio atas biaya total	2,88

Sumber: Diolah dari data primer (2019)

GAMBAR DAN GRAFIK. Gambar harus dicetak tebal sehingga memungkinkan diperkecil menjadi 50-60% dari teks asli. Gambar bukan merupakan komplemen dari tabel (pilih salah satu yang paling relevan). Judul gambar dan grafik diletakan dibawahnya tanpa

mempengaruhi bagian gambar atau grafik. Posisi Gambar dan judul Gambar ditempatkan di *center* naskah. Sumber gambar ditempatkan tepat di bawah gambar sebelum judul.

Contoh Gambar



Gambar 1. Kurva Biaya Marginal dan Output suatu proses produksi

$$\text{Persamaan: } y = 44,3476 - 1,4381x + 0,0366x^2$$

Sumber: data primer (diolah), 2016

SATUAN UKURAN. Tatacara penulisan satuan ukuran dalam teks, grafik dan gambar memakai sistem internasional (SI), misalnya cm, kg, km, ha, t, dan lain sebagainya. Khusus untuk l yang merupakan singkatan dari liter, digunakan L untuk menghindari kemungkinan tertukar dengan angka 1. Penulisan angka decimal dipisahkan dengan tanda koma (,) untuk naskah dalam bahasa Indonesia, sedangkan untuk bahasa Inggris dengan titik (.). (.) untuk naskah berbahasa Indonesia, sedangkan untuk naskah dalam bahasa Inggris ditulis dipisahkan dengan tanda koma (,)

PENGUTIPAN PUSTAKA. Gaya pengutipan yang digunakan dalam naskah mengacu pada Council of Science Editors (*name-year system*) dengan mencantumkan nama (keluarga/akhir) penulis dan tahun penerbit, contoh: Listia (2017), Wulandira (2018), Arisena dan Ustriyana (2016). Jika ada lebih dari dua penulis maka nama (keluarga/akhir) penulis pertama diikuti dengan et al., contoh: Suardi et al. (2018), Suamba et al. (2017). Jika terdapat lebih dari satu pustaka yang diacu secara bersamaan harus diurut berdasarkan tahun terbitan, contoh: (Arisena 2006; Listia dan Wulandira 2012). Jika terdapat dua pustaka atau lebih pustaka dengan nama yang sama, tetapi berbeda tahun terbitan, pisahkan tahun dengan koma, contoh: (Ustriyana 2013, 2014). Untuk dua kutipan dengan nama penulis dan tahun yang sama, tambahkan huruf

setelah tahun baik dalam pengutipan dalam teks maupun dalam daftar pustaka, contoh: (Windia 2014a, 2014b). Untuk penulis dengan nama keluarga/akhir, dan tahun terbitan yang sama, tambahkan inisial pertama pada nama keluarga/akhir dan pisahkan kedua nama penulis dengan semikolon, contoh: (Agus B 2009; Agus T 2010). Disarankan menggunakan program perangkat lunak Mendeley (<http://mendeley.com> APA 6th Style) untuk menghindari kesalahan dalam pengutipan dan penyusunan daftar pustaka yang dipakai.

PENYUSUNAN DAFTAR PUSTAKA. Kutipan Pustaka di dalam teks harus ada di dalam Daftar Pustaka dan sebaliknya setiap Pustaka yang tercantum dalam Daftar Pustaka harus dikutip pada teks. Daftar Pustaka disusun menurut abjad sesuai dengan urutan nama (keluarga/akhir) penulisannya. Dalam Daftar Pustaka semua nama penulis dan editor harus ditulis lengkap dan tidak diperkenankan menggunakan et al. Contoh penulisan Daftar Pustaka adalah sebagai berikut:

Artikel Jurnal

Herliani, D. R., Sumarjono, D., & Setiawan, B. M. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Monokultur Kentang dan Tumpangsari Kentang-Carica Desa Sembungan Kecamatan Kejajar Kabupaten Wonosobo. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(3), 291–303. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/SOCA.2019.v13.i03.p01>

Disertasi/Tesis/Skripsi

Julistia, D. R. 2017. Analisis Pendapatan Usahatani Minapadi Di Desa Margoluwih Kecamatan Seyegan Kabupaten Sleman. [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Buku

Mantra, I. B. (2011) *Demografi umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

PENGINDEX JURNAL

Jurnal SOCA telah diindex oleh pengindex jurnal baik dari dalam maupun luar negeri seperti:



Dimensions



Directory of
Research Journal
Indexing



CiteFactor
Academic Scientific Journals



BASE
Bielefeld Academic Search Engine



ISJD



Scilit

INDEX JUDUL

<p>ANALISA KEUNTUNGAN USAHA PETERNAKAN AYAM BROILER POLA MANDIRI DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang)..... 40</p> <p>ANALISIS KEBERLANJUTAN PROGRAM PENGENTASAN KEMISKINAN BERBASIS BANTUAN KOMODITAS AYAM DI NTB 88</p> <p>ANALISIS PERMINTAAN CABAI RAWIT MERAH (<i>Capsicum frutescens</i>) DI KABUPATEN SEMARANG..... 66</p> <p>BAURAN PEMASARAN OLAHAN LIDAH BUAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA E-COMMERCE UKM I SUN VERA132</p> <p>FAKTOR- FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI BANARAN 9 JAMBU GEMAWANG 55</p> <p>FAKTOR- FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI DI BANARAN 9 JAMBU GEMAWANG 55</p> <p>FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHATANI KOPI ARABIKA DI PROVINSI BALI 158</p> <p>IDENTIFIKASI KARAKTER PERMUKIMAN DI TIGA WILAYAH PEMBANGUNAN KABUPATEN BADUNG 76</p>	<p>KAJIAN KARAKTERISTIK PERILAKU KEWIRUSAHAAN DAN KECENDERUNGAN BERMIGRASI PEDAGANG SAYURAN DI KOTA DENPASAR 169</p> <p>KEBANGKITAN LADANG BERPINDAH DI NAGARI SILAYANG KECAMATAN MAPATTUNGGUL SELATAN KABUPATEN PASAMAN PROVINSI SUMATERA BARAT..... 1</p> <p>NATION BRANDING KOPI ARABIKA KINTAMANI (Studi Kasus: Kopi Gunung Catur, Desa Catur, Kintamani, Bangli)..... 180</p> <p>PENGARUH PERAN KELOMPOK TANI TERHADAP KOHESIVITAS DI KELOMPOK TANI TRANGGULASI DESA BATUR, KECAMATAN GETASAN, KABUPATEN SEMARANG 28</p> <p>PENINGKATAN NILAI EKONOMI PADA RTM (<i>Rumah Tangga Miskin</i>) MELALUI PROGRAM BEKERJA KEMENTERIAN PERTANIAN..... 146</p> <p>PERAN ASOSIASI ASPAKUSA MAKMUR BOYOLALI DALAM PEMBERDAYAAN PETANI 14</p> <p>SIKAP PETANI TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH MANDIRI DI KECAMATAN GUBUG KABUPATEN GROBOGAN 114</p> <p>VALUASI EKONOMI OBJEK WISATA HUTAN MANGROVE MUNJANG DI DESA KURAU BARAT KABUPATEN BANGKA TENGAH..... 101</p>
--	--

INDEX NAMA PENULIS

Anak Agung Ayu Intan Parameswari.....	Lea Miftahuddin
180	66
Anak Agung Keswari Krisnandika	Lili Suryati
76	132
Ariani Trisna Murti.....	Luh Gde Sri Astiti
40	88
Awaludin Hipi.....	Lury Sevita Yusiana.....
88	76
Bambang Mulyatno Setiawan....	Made Agus Dharmadiatmika
66	76
Bayu Nuswantara.....	Mahdi.....
55	1
Dwi Putra Darmawan.....	Mar'ie Abda U'Zal
169	76
Dyah Mardiningsih.....	Sella Setya Sahanaya.....
28	114
Elfindri	Shenny Oktoriana.....
1	132
Eunice Gabriella.....	Siwi Gayatri.....
28	14
Eva Dolorosa	Soleha.....
132	101
Evahelda	Sriroso Satmoko
101	14, 28, 114
Gede Mekse Korri Arisena	Supardi Rusdiana.....
169	146
Hendrik Johannes Nandapdap....	Tanda Panjaitan.....
55	88
Hidayati Karamina	Tike Sartika
40	146
I Made Sudarma.....	Titik Ekowati.....
158	66
I Putu Cakra Putra Adnyana.....	Tutik Dalmiyatun
88	114
Ida Ayu Listia Dewi.....	Wardatul Muna.....
158	14
Ida Riana Wati.....	Wayan Rainy Priadarsini Sukiada
55	180
Juli Yusran	Yonariza
1	1
Karunia Setyowati Suroto.....	Yudi Sapta Pranoto.....
40	101