

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu komoditas yang memiliki potensi menjadi komoditas ekspor di Sumatera Utara adalah asam gelugur. Sebenarnya tanaman ini merupakan tanaman yang telah lama ada di daerah ini, namun pemanfaatannya hanya untuk keperluan saja yang sederhana. Buah asam gelugur di daerah Sumatera Utara terutama digunakan oleh masyarakat sebagai bahan makanan. Di Sumatera, pohon ini banyak terdapat pada hutan primer, hutan sekunder, dan kebun-kebun campuran serta agroforestry pada daerah-daerah dengan ketinggian 15-475 meter di atas permukaan laut. Tanaman asam gelugur menghendaki kondisi yang lembab, tanah yang subur dan gembur dengan tekstur tanah yang paling sesuai adalah lempung berpasir (Rauf, 2009).

Tanaman asam gelugur (*Garcinia atroviridis* Griff) merupakan tanaman yang sudah lama dikenal di daerah Sumatera Utara. Tanaman ini sebagian besar sebagai tanaman hutan, masih sedikit dibudidayakan oleh petani. Tanaman asam gelugur tumbuh di daerah dengan ketinggian 5-800 meter di atas permukaan laut. Di Sumatera Utara banyak petani beranggapan bahwa asam glugur hanya tumbuh baik di tepi jurang, di pinggir sungai dan di hutan yang langka di kunjungi orang. Memang pada kenyataannya pohon asam glugur yang sudah lama berbuah banyak terdapat di tepi jurang. Tanaman asam glugur terbatas zonanya atau daerahnya untuk dapat berproduksi. Buah asam gelugur ini masih baru dibudidayakan dan diolah petani karena baru

sejak tahun 2000 harga buah asam gelugur berarti bagi petani (Kelin Tarigan, 2006 dalam Ikhwanuddin,2017).

Perkembangan produksi Asam Gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru-Biru Kabupaten Deli Serdang mulai meluas. Hal ini mulai terlihat dari adanya petani yang mulai membudidayakan Asam Gelugur. Kondisi ini didukung oleh faktor alam yang sesuai bagi pertumbuhan Asam Gelugur di daerah ini. Sekarang buah asam gelugur sudah menjadi mata pencaharian sampingan petani khususnya petani di Desa Penen Kecamatan Biru - Biru dan mereka sangat senang karena bisa menghasilkan per- hari 1 ton dan dijual kepada pedagang pengumpul dan langsung ke pengolah. Tanaman buah asam gelugur sudah dibudidayakan oleh masyarakat Desa Penen Kecamatan Biru – Biru.

**Tabel 1.1. Luas Lahan dan Produksi buah Asam Gelugur menurut
Desa/Kelurahan Kecamatan Biru – Biru Tahun 2019**

No	Desa/Kelurahan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ Ha)
1.	Ajibaho	22,5	643,61	28,61
2.	Kuala Dekah	90	2.547,42	28.31
3.	Tanjung Sena	30	858,14	28,61
4.	Mbuarai	75	2.145,4	28.61
5.	Penen	225	6.436,1	28.61
6.	Rumah Gerat	75	2.145,4	28.61
7.	Namo tualang	22,5	643,61	28.61
8.	Biru – Biru	75	2.145,4	28.61
9.	Sari Laba Jahe	90	2.574,42	28.31
10.	Namosuro Baru	30	858,14	28,61
11.	Mardinding	150	4.290,7	28.61
12.	Peria – Ria	75	2.145,4	28.61
13	Kuta Mulyo	150	729,42	28.61

Sumber : Kecamatan Biru Biru dalam angka 2020

Dari tabel 1.1. dapat dilihat bahwa luas lahan asam gelugur tertinggi berada di Desa Penen sebesar 225 Ha dengan produksi sebesar 6.436,1 ton.

**Tabel 1.2. Luas Panen, dan Produksi Tanaman Lain Menurut Jenis
Tanaman di Kecamatan Biru- Biru Tahun 2019**

No	Jenis Tanaman	Luas Panen (Ha)	Produksi/Tahun (ton)
1.	Karet	240,10	135,20
2.	Jengkol	40	38,58

Sumber: Kecamatan Biru - Biru dalam angka 2020

Dari tabel 1.2. dapat dilihat bahwa di Kecamatan Biru – Biru diusahakan usahatani lain selain asam gelugur yaitu Karet , dimana usahatani karet luas lahannya 240,10 Ha dengan produksi 135,20 ton dan jengkol luas lahannya 40 Ha dengan produksi 38,58 ton.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah

1. Berapakah pendapatan usahatani Asam Gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru-Biru Kabupaten Deli Serdang ?
2. Berapakah kontribusinya terhadap pendapatan total keluarga di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deli Serdang ?
3. Bagaimana memasarkan Asam Gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deli Serdang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pendapatan usahatani Asam Gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deliserdang.

2. Untuk mengetahui kontribusinya terhadap pendapatan total keluarga di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deliserdang.
3. Untuk mengetahui Saluran, Margin dan Efisiensi pemasaran Asam Gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deliserdang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Desa, Kecamatan, Kabupaten dan semua pihak yang telah ikut serta dalam proses mengembangkan Asam Gelugur. Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Produsen Asam Gelugur, sebagai referensi dalam mengambil keputusan dalam hal budidaya pemasaran produksi.
2. Masyarakat umum, sebagai referensi ilmiah bila ingin mendalami bidang budidaya dan pemasaran Asam Gelugur.
3. Pemerintah Kecamatan Biru - Biru sebagai referensi ilmiah bagi pihak-pihak dalam tata pemerintahan terkait yang bertujuan mengembangkan asam gelugur sebagai di Kecamatan Biru-Biru.

1.5. Kerangka Pemikiran

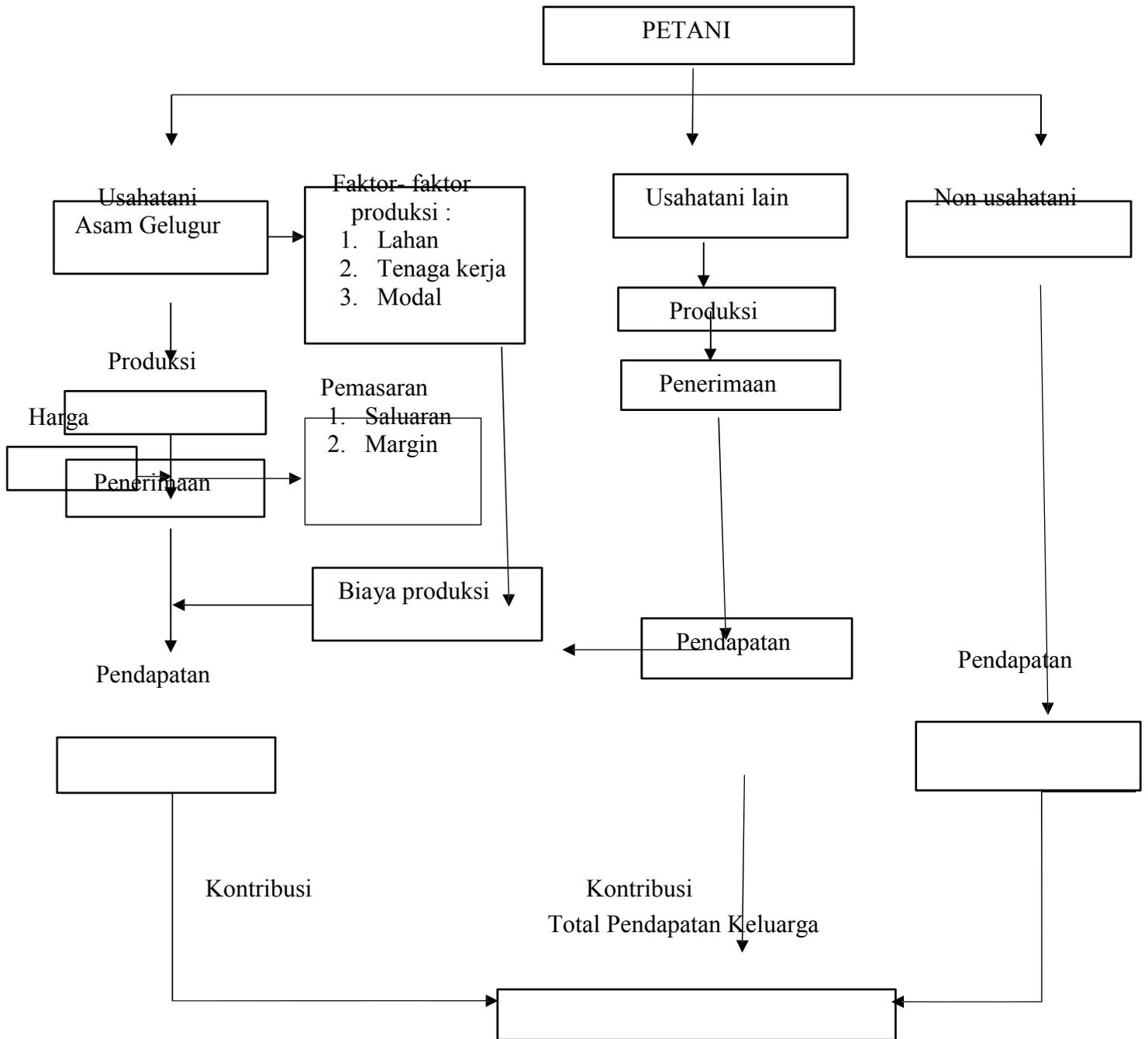
Dalam mengembangkan Asam Gelugur dibutuhkan faktor – faktor produksi yang menunjang dan memaksimalkan hasil usahatani yang maksimal. Hasil dari produksi Asam Gelugur akan di pasarkan atau di jual ke pedagang pengumpul atau juga langsung ke tangan konsumen dengan harga pasar tertentu sehingga dapat dilihat total penerimaan.

Setiap petani didalam menjalankan usahatannya, sudah pasti memperhitungkan masalah biaya yang dikeluarkan serta keuntungan yang

diperoleh. Biaya merupakan salah satu komponen yang sangat penting di dalam proses produksi karena biaya produksi berada pada posisi yang langka dan harus digunakan seefisien mungkin agar membuahkan pendapatan yang optimal. Untuk menilai seberapa besar pendapatan petani dapat diketahui dengan cara penerimaan dikurangi dengan biaya total. Biaya total didapatkan dari semua biaya yang dikeluarkan oleh petani asam gelugur di Desa Penen Kabupaten Biru - Biru Kecamatan Deli Serdang Setelah memperoleh total pendapatan dari usahatani asam gelugur, pendapatan luar usahatani asam gelugur dan pendapatan luar usahatani (pertanian), maka dapat di hitung kontribusinya terhadap pendapatan total keluarga dengan rumus yang sudah ditentukan.

Marjin pemasaran (marketing max) adalah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang di terima oleh produsen. Tinggi rendahnya marjin pemasaran asam gelugur yang dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran tergantung dari fungsi pemasaran yang dijalankan. Semakin besar marjin pemasaran yang terdapat pada pemasaran asam gelugur maka semakin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Hasil yang diharapkan yaitu dengan melihat pola saluran pemasaran serta efisiensi asam gelugur di Kabupaten Biru-Biru.

Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini maka dapat di gambarkan skema kerangka pemikiran , seperti terlihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1. bagan kerangka pemikiran “**Analisis Pendapatan Petani Asam Gelugur dan Kontribusya Terhadap Total Pendapatan Keluarga Serta Pemasarannya di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deli serdang**”

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Asam Gelugur

Asam gelugur (*Garcinia atroviridis*) merupakan salah satu tanaman yang banyak di budidayakan di Indonesia, diantaranya adalah di propinsi Sumatera Utara. Selain populer sebagai konten masakan, asam gelugur juga dimanfaatkan untuk keperluan medis dan kosmetika [Mackeendkk, 2000; Elfita dkk, 2009]. Asam gelugur diketahui mengandung asam buah seperti asam sitrat, asam tartarat, asam malat dan asam askorbat yang memiliki akitivitas antioksidan. Meskipun belum ada hasil klinis mengenai manfaat asam gelugur, namun dari generasi ke generasi telah digunakan untuk mengobati sakit telinga, iritasi tenggorokan, batuk, ketombe dan gastralgia yang terkait dengan kehamilan. Asam gelugur juga telah dikaitkan seperti anti-inflamasi dan anti-jerawat. [Tisdale dkk, 2003]. Sebagai saah satu komoditi ekspor , asam gelugur dituntut harus memiliki beberapa persyaratan tertentu.

Tumbuhan asam gelugur berkayu keras, dapat tumbuh menjadi besar dan tinggi. Diameter batang mencapai 0,5 M, dan tinginya bisa mencapai 20 M. Tumbuhan ini mempunyai perakaran tunggal yang kuat serta daunnya selalu hijau disepanjang tahun sehingga dapat berfungsi sebagai penahan erosi atau longsor. Pohonnya bercabang – cabang, daunnya berbentuk lonjong sempit, berukuran 20-30 cm x 6-8 cm, berwarna hijau tua.

2.2 Faktor Produksi

Usahatani Suatu fungsi produksi akan berfungsi ketika terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi output produksi. Dalam sektor pertanian, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi produksi yaitu sebagai berikut:

1. Lahan

Lahan merupakan penentu dari pengaruh faktor produksi komoditas pertanian. Secara umum dikatakan, semakin luas lahan (yang digarap/ditanami), maka semakin besar jumlah produksi yang dihasilkan oleh lahan tersebut. Menurut Mubyarto (2008) lahan sebagai salah satu faktor produksi yang merupakan pabriknya hasil pertanian yang mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap usahatani.

2. Modal

Setiap kegiatan dalam mencapai tujuan membutuhkan modal apalagi kegiatan proses produksi komoditas pertanian. Dalam kegiatan proses produksi, modal dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu modal tetap (fixed cost) dan modal tidak tetap (variable cost). Modal tetap terdiri atas tanah, bangunan, mesin dan peralatan pertanian dimana biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi tidak habis dalam sekali proses produksi, sedangkan modal tidak tetap terdiri dari benih, pupuk pestisida dan upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja.

3. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang memegang peran penting didalam kegiatan usaha tani. Tenaga kerja dapat juga berupa sebagai pemilik (pertanian tradisional) maupun sebagai buruh biasa (pertanian komersial). Di Indonesia, kebutuhan akan tenaga kerja dalam pertanian dibedakan menjadi dua yaitu kebutuhan akan tenaga kerja dalam usaha tani pertanian rakyat dan kebutuhan akan tenaga kerja dalam perusahaan pertanian yang besar seperti perkebunan, kehutanan, peternakan dan sebagainya.

2.3 Biaya Usahatani

Biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani, menurut Soekartawi (1995). Biaya usahatani dibedakan menjadi dua, yaitu biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang dihasilkan dan sifatnya habis dalam satu kali musim tanam. Sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh volume produksi.

Biaya merupakan total pengeluaran dalam bentuk uang yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk selama satu periode. Dalam biaya yang dimaksud adalah sarana produksi yang habis terpakai misalnya, bibit, pupuk dan obat-obatan, lahan serta biaya dasar alat-alat produksi (Syafriwadi et al., 2012). Biaya produksi merupakan semua faktor produksi yang digunakan baik dalam bentuk benda maupun jasa selama produksi berlangsung. Menurut Wanda (2015) biaya produksi merupakan keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan produksi dapat berupa barang maupun jasa. Biaya produksi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{TC} = \text{TFC} + \text{TVC}$$

Keterangan :

$$\text{TC} = \text{Biaya Total (Rp)}$$

$$\text{TFC} = \text{Biaya Tetap Total (Rp)}$$

$$\text{TVC} = \text{Biaya Variabel Total (Rp)}$$

2.4 Penerimaan Usahatani

Penerimaan usahatani adalah hasil perkalian antara hasil produksi yang telah dihasilkan yang telah dihasilkan selama produksi dengan harga jual produk, menurut Amabarsari (2014). Penerimaan usahatani di pengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu luas usahatani, jumlah produksi, jenis dan harga komoditas usahatani yang diusahakan. Faktor – faktor tersebut berbanding lurus, sehingga apabila salah satu faktor yang mengalami kenaikan atau penurunan maka dapat mempengaruhi penerimaan yang diterima oleh produsen atau petani yang melakukan usahatani. Semakin besar luas lahan yang dimiliki oleh petani maka hasil produksinya akan semakin banyak, sehingga penerimaan yang akan diterima oleh produsen atau petani semakin besar juga (sundari, 2011), yang dapat ditulis secara matematis sebagai berikut :

$$\text{TR} = \text{Y} \cdot \text{PY}$$

Keterangan :

$$\text{TR} = \text{Total Penerimaan (Rp)}$$

Y = Produksi yang diperoleh (Rp)

PY = Harga Y (Rp / Satuan)

2.5 Pendapatan Usahatani

Penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi dengan harga jual, biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam suatu usahatani, sedangkan pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan pengeluaran (Soekartawi, 2007). Secara matematis untuk menghitung pendapatan usahatani dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\Pi = TR - TC$$

Dimana:

Π = Pendapatan usahatani (Rp)

TR = Total penerimaan (Rp)

TC = Total biaya (Rp)

2.6 Saluran Pemasaran

Menurut Ali Hasan (2008; 348) Saluran pemasaran merupakan basis lokasi kantor operasional dan administrasi perusahaan yang memiliki nilai strategis yang memperlancar dan mempermudah penyampaian produk dari produsen kepada konsumen melalui transaksi perdagangan. Beberapa pakar marketing mendefinisikan saluran pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran merupakan suatu fungsi dan sistem jaringan perantara (agen, pedagang, retailer) yang terorganisasi melakukan semua aktivitas pemasaran yang diperlukan untuk menghubungkan produsen dengan konsumen.
2. Saluran pemasaran merupakan organisasi kontraktual eksternal yang manajemennya beroperasi untuk membuat pergerakan fisik dan pemindahan kepemilikan produk dari produsen ke konsumen mencapai tujuan pemasaran.
3. Saluran pemasaran suatu bentuk jaringan organisasional yang menghubungkan produsen dengan pengguna atau pembeli baik barang atau jasa.

2.6.1 Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa, dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran ini timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditas yang sesuai dengan waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi – fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen dengan maksimal. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlihat dalam proses pemasaran produk pertanian sangat beragam tergantung dari jenis yang di pasarkan. Ada komoditas yang melibatkan banyak lembaga pemasaran dan ada yang melibatkan sedikit lembaga pemasaran. Lembaga – lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dapat diidentifikasi (menurut Kotler dalam Armstrong,2008),
yaitu

- a. Pedagang Pengumpul adalah lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, dimana pedagang pengumpul melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijin, maupun kontrak pembelian.
- b. Pedagang Besar adalah pedagang besar melakukan proses pengumpulan komoditas dari pedagang pengumpul serta melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.
- c. Agen Penjualan adalah produk pertanian yang belum ataupun sudah mengalami proses pengolahan ditingkat pedagang besar harus didistribusikan kepada agen penjualan maupun pengecer. Agen penjualan ini biasanya membeli komoditas yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relatif murah dibanding pengecer.
- d. Pengecer merupakan ujung tombak dari suatu proses produksi yang bersifat komersil, artinya kelanjutan proses produksi yang dilakukan oleh lembaga – lembaga pemasaran sangat tergantung dari aktivitas pengecer dalam menjual produk kepada konsumen sangat menentukan keberhasilan lembaga – lembaga pemasaran pada rantai pemasaran sebelumnya.

Saluran pemasaran konsumen didefinisikan sebagai masing – masing lapisan perantara pemasaran yang melakukan sejumlah pekerjaan dalam membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat kepada pembeli akhir (Kotler dalam Armstrong 2008). Dari sudut pandang produsen, semakin besar jumlah tingkat berarti semakin sedikit kendali dan semakin besar kompleksitas saluran.

2.6.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu selisih harga ditingkat produsen dengan ditingkat konsumen. Margin pemasaran berbeda dengan biaya pemasaran meskipun ada kemungkinan besarnya margin pemasaran sama dengan biaya pemasaran. Terkadang margin pemasaran lebih kecil dari pada biaya pemasaran karena ada pelaku pasar yang menanggung kerugian (Ginting, 2018).

Dalam teori harga pada penelitian Menurut Saefuddin dalam (Fardani, 2015), diasumsikan bahwa produsen dan konsumen bertemu secara langsung, tetapi ternyata barang yang diproduksi oleh produsen sampai ketangan konsumen setelah melewati beberapa lembaga pemasaran. Perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen inilah yang disebut dengan margin pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p = Margin pemasaran

P_r = Harga di tingkat konsumen

P_f = Harga di tingkat produsen .

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian Sibuea (2012) “Analisis Usahatani Dan Pemasaran Asam Gelugur Di Kabupaten Deli Serdang”. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis usahatani adalah dengan fungsi Cobb – Douglas, output input

ratio dan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor produksi luas lahan, tenaga kerja, bibit, pupuk berpengaruh nyata terhadap pendapatan pada tingkat kepercayaan 95%. Secara parsial luas lahan dan pupuk berpengaruh nyata terhadap pendapatan, sedangkan tenaga kerja dan bibit tidak berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Nilai output input ratio sebesar 4,43 berarti usahatani asam gelugur sangat layak. Saluran pemasaran di daerah penelitian ada dua saluran, pertama saluran dari petani ke pedagang pengumpul, lalu ke pedagang besar/agen dan ke pengolah; saluran kedua dari petani ke pedagang besar/agen kemudian ke pengolah.

Penelitian Melsje (2020) “Kontribusi Usahatani Padi Sawah Terhadap Pendapatan Keluarga Petani Di Desa Amongena Ii Kecamatan Langowan Timur Kabupaten Minahasa”. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis secara deskriptif, hasil penelitian adalah menunjukkan bahwa usahatani padi sawah dapat memberikan kontribusi yang cukup bagi pendapatan keluarga petani di Desa Amongena II dengan hasil presentase 53 % permusim tanam. Usahatani padi sawah di Desa Amongena II dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi petani untuk memenuhi kebutuhan keluarga petani

Penelitian Hossana (2009) “ Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Usahatani Kopi Di Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo”. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis dengan menggunakan fungsi Cobb-Douglas, hasil penelitian adalah menunjukkan bahwa ada 3 faktor yang mempengaruhi produksi usahatani kopi yaitu pupuk organik, pupuk anorganik dan tenaga kerja. Dilihat dari segi analisis finansial usahatani kopi di daerah

penelitian dikatakan layak di usahakan dan dikembangkan dengan nilai NPV > 0 yaitu sebesar 16,95 % sedangkan nilai Net R/C > 1 yaitu sebesar 30,80. Dengan total biaya produksi per petani adalah sebesar Rp. 3.194.223.89 per hektar dan pendapatan usahatani kopi adalah sebesar Rp. 11.536.269. 54 per petani dan Rp. 15.642.088.95 per hektar.

Penelitian Rohmah (2014)” Analisis Pendapatan Dan Tingkat Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Tebu Tanam Dan Keprasan Di Kabupaten Bantul”. Metode analisis data yang digunakan adalah metode Indeks Gini, metode Pangsa Pengeluaran pangan (PPP) dan Good Service Ratio (GSR). hasil penelitian adalah menunjukkan (1) Faktor-faktor produksi tebu yang berpengaruh positif terhadap produksi usahatani tebu adalah luas lahan, bibit, pupuk ZA, pestisida, tenaga kerja garap, tenaga kerja panen dan sistem penanaman. (2) Faktor-faktor pendapatan tebu yang berpengaruh positif terhadap pendapatan usahatani tebu adalah luas lahan sedangkan yang berpengaruh negatif adalah harga bibit dan upah tenaga kerja garap. (3) Tebu keprasan kedua memiliki risiko produksi dan risiko pendapatan paling tinggi. (4) Pendapatan usahatani tebu memiliki kontribusi yang tinggi terhadap pendapatan total rumah tangga. (5) Pendapatan usahatani tebu dapat memperbaiki ketimpangan distribusi pendapatan rumah tangga petani. (6) Rumah tangga petani tebu di Kabupaten Bantul tergolong rumah tangga yang sejahtera.

Penelitian Sudiadnyana (2014) “ Analisis Efisiensi Pemasaran Komoditas Anggur Di Desa Banyupoh Kecamatan Gerokgak “. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, hasil penelitian adalah terdapat

tiga saluran pemasaran, yaitu saluran I: Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen, Saluran II yaitu: Petani → pedagang pengecer → konsumen, saluran III yaitu: Petani → pedagang pengumpul → Pedagang besar (luar daerah). Berdasarkan perhitungan margin pemasaran dan farmer share terhadap tiga saluran pemasaran tersebut, saluran I memiliki jumlah margin sebesar Rp. 4.000/kg dan farmer share sebesar 27,69 %, saluran II memiliki jumlah margin sebesar Rp. 7500/kg dn farmer share sebesar 26,53%, saluran III memiliki jumlah margin sebesar Rp. 7000/kg dan farmer share sebesar 21,96%. Dari ketiga salura yang ada, saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I karena merupakan pola saluran pemasaran yang paling pendek serta mamiliki jumlah margin paling kecil yaitu Rp. 4000/kg dan farmer share paling besar yaitu: 27,69%.

Penelitian Amalia (2019) “Kontribusi Pendapatan Ibu Rumah Tangga Pekerja Asam Potong (*Garcinia Astroviridis* Griff) Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Kasus: Kelurahan Pekan Selesai, Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat)” metode analisis data yang digunakan adalah analisis secara deskriptif dan analisis dengan metode deskriptif dengan tabulasi sederhana, hasil penelitian adalah Kontribusi pendapatan tenaga kerja wanita pekerja asam potong terhadap pendapatan keluarga yaitu sebesar 28% dan dapat diambil kesimpulan bahwa kontribusi pendapatan tenaga kerja wanita terhadap pendapat keluarga, kecil yaitu < 50%.

Penelitian Basri (2018) “Analisis Pendapatan Usahatani Jeruk Siam Banjar (*Citrus Nobilis*) Di Desa Sukaramaikcamatan Belawang Kabupaten Berito

Kuala". Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, hasil penelitian adalah biaya per petani usahatani jeruk siam Banjar di Desa Sukaramai Kecamatan Belawang tahun (2017) dengan biaya eksplisit rata-rata sebesar Rp.3.011.476, dan biaya implisit rata-rata sebesar Rp.2.020,781 sehingga biaya total rata-rata sebesar Rp.5.032.257, dan penerimaan rata-rata sebesar Rp.19.031.250, sedangkan pendapatan petani jeruk siam Banjar adalah rata-rata sebesar Rp.16.019.774/petani, dan keuntungan rata-rata sebesar Rp.13.998.993/petani. Kelayakan usahatani jeruk siam Banjar adalah 3,76 dengan demikian bahwa usahatani jeruk siam Banjar di Desa Sukaramai Kecamatan Belawang layak diusahakan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian dipilih secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deli serdang, dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu daerah sentra produksi asam gelugur yang terus berkembang sehingga diharapkan data yang di perlukan dapat diperoleh secara akurat.

1.2 Metode Penentuan Sampel

1.2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang memiliki usahatani asam gelugur dan lembaga – lembaga pemasaran Asam Gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deliserdang.

**Tabel 3.1. Jumlah Petani Asam Gelugur Menurut Desa di Kecamatan Biru
– Biru Tahun 2019**

No	Desa	Jumlah petani Asam Gelugur (KK)
1	Ajibaha	15
2	Kuala Dekah	60
3	Tanjung Sena	20
4	Mbaruai	50
5	Penen	150
6	Rumah Gerat	50
7	Namotuala	15
8	Biru – Biru	50
9	Sari Laba Jahe	60
10	Namasuro Baru	20
11	Mardinding	100
12	Peria – Ria	50
13	Guto Mulio	17
Jumlah		640

Sumber: Kecamatan Biru – Biru dalam angka 2020

Pada tabel 3.1. dapat disimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 kk berada di desa penen.

3.2.2. Sampel

Sampel dalam ini adalah masyarakat yang mengusahakan usahatani asam gelugur di Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deliserdang dan lembaga pemasaran yang terkait dalam pemasaran asam gelugur. Jumlah sampel petani asam gelugur adalah 30 responden yang di ambil dari populasi 150 kk petani dengan metode *Random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak dan sederhana. Dan pengambilan sampel untuk lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul di ambil dengan metode *snowball sampling* yaitu ditelusuri berdasarkan informasi yang diperoleh.

1.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa jumlah Produksi Asam Gelugur , Biaya Produksi asam gelugur, harga asam gelugur per unit / kg, peta saluran pemasaran, lembaga pemasaran, harga penjualan asam gelugur di setiap pengumpul, biaya pemasaran di setiap pengumpul dan data lainnya yang diperoleh dari wawancara langsung dengan petani asam gelugur dan lembaga – lembaga pemasaran asam gelugur. Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi terkait, kantor camat, kantor desa dan buku statistik Kecamatan Biru – Biru.

1.4 Metode Analisa Data

- a. Untuk permasalahan 1, digunakan analisis deksriptif yaitu menjelaskan tingkat pendapatan usahatani Asam Gelugur dengan Rumus sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

- b. Untuk permasalahan 2, untuk menganalisis besarnya kontribusi usahatani Asam Gelugur terhadap pendapatan total keluarga dapat di rumuskan secara matematis sebagai berikut :

$$\text{Kontribusi Pendapatan} = \frac{\text{pendapatan usahatani Asam Gelugur}}{\text{pendapatan Total keluarga}} \times 100\%$$

Pendapatan Total Kelurga : Pendapatan Usahatani Asam Gelugur +
 Pendapatan Usahatani Non-Asam Gelugur
 + Pendapatan Non- Usahatani

- c. Permasalahan 3 dianalisa dengan metode deskriptif yaitu untuk menjelaskan saluran pemasaran dan untuk menjelaskan margin serta bagian yang diterima produsen (petani) menurut saefuddin dan Fardani (2015) dan menurut Saefuddin (1983) dengan menggunakan rumus :

Meghitung Margin Pemasaran

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

Mp = Marjin pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga yang diterima produsen (Rp/Kg)

- Menghitung Persentase Margin Pemasaran

$$\text{Persentase Margin Pemasaran} = \frac{\text{Pr}-\text{Pf}}{\text{Pr}} \times 100 \%$$

Dimana :

Pr = Harga di tingkat konsumen

Pf = Harga yang diterima produsen

3.5. Defenisi dan Batasan Operasional

3.5.1. Defenisi

1. Usahatani asam gelugur adalah usaha yang diusahakan oleh masyarakat yang menjadi mata pencarian rumah tangga petani asam gelugur
2. Petani asam gelugur merupakan pihak yang memproduksi langsung asam gelugur sekaligus menjadi orang pertama yang melakukan kegiatan penjualan asam gelugur di setiap saluran pemasaran.
3. Pendapatan usahatani adalah total pendapatan setelah dikurangi dengan total biaya produksi asam gelugur.
4. Produksi merupakan output yang dihasilkan dari usahatani asam gelugur.
5. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan akibat kegiatan tataniaga, seperti biaya bongkar muat, sortasi, penyusutan produk, transportasi, dan komunikasi. Pada pengumpul di setiap tingkat mengeluarkan biaya tataniaga yang berbeda-beda.

6. Pemasaran adalah semua kegiatan bisnis yang terlibat dalam arus barang dan jasa dari titik produksi hingga barang dan jasa tersebut ada di tangan konsumen.
7. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen.
8. Lembaga pemasaran adalah badan-badan atau usaha yang ikut berperan dalam pemasaran asam gelugur
9. Pedagang pengumpul adalah orang yang aktif membeli dan mengumpulkan asam gelugur dari petani dan menjualnya kepada pedagang pengecer.
10. Farmer's Share adalah perbandingan antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir dan yang dinyatakan dalam persentase.

3.5.2 Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian adalah Desa Penen Kecamatan Biru – Biru Kabupaten Deliserdang.
2. Penelitian yang dilakukan adalah “Analisis pendapatan petani asam gelugur dan kontribusinya terhadap total pendapatan keluarga serta pemasarannya”.
3. Responden adalah petani usahatani asam gelugur dan pedagang pengumpul/lembaga pemasaran asam gelugur.
4. Asam Gelugur berbuah tidak mengenal musim, tetapi buah nya setiap saat akan ada.