

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian utama dari mayoritas penduduknya. Pada kenyataannya sebagian besar penggunaan lahan diwilayah Indonesia di pergunakan untuk lahan pertanian, disamping itu lebih dari separuh masyarakat indonesia menggantungkan hidupnya dalam sektor pertanian. Untuk itulah pertanian perlu dikembangkan agar menciptakan kesejahteraan perekonomian masyarakat.

Di antara berbagai komoditas pertanian yang dapat tumbuh di Indonesia khususnya di Provinsi Sumatera Utara, Tanaman Holtikultura merupakan salah satu komoditas yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan. Ketersediaan beragam jenis tanaman holtikultura yang meliputi tanaman buah-buahan, sayuran, biofarmaka, dan bunga (tanaman hias) yang dapat menjadi kegiatan usaha ekonomi yang sangat menguntungkan apabila dapat di kelola secara baik dan optimal (Badan Pusat Statistik, 2014).

Salak termasuk tanaman asli dari Indonesia yang produksinya tersebar di beberapa wilayah. Jenis salak sangat bervariasi, masyarakat menamai jenis salak berdasarkan tempat di mana salak tumbuh. Sebagai komoditas yang berasal dari daerah tropis, buah salak cukup populer dan digemari masyarakat Indonesia. Anarsis (2006) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketika umur tanaman salak mencapai empat tahun, maka salak mulai berbuah dan dari 1 batang tanaman mampu menghasilkan 1 kg buah salak. Pada umur lima tahun menghasilkan 2,5

kg buah per batang, tahun ke-enam 3,5 kg buah per batang, serta pada tahun ke-tujuh yaitu 5 kg buah per batang.

Produksi buah salak Indonesia selama lima tahun terakhir mengalami fluktuatif, pada tahun 2015 sebesar 965.205 ton, lalu mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 702.350 ton, selanjutnya mengalami peningkatan kembali pada tahun 2017 menjadi sebesar 953.853 ton dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2018 menjadi 896.504 ton serta mengalami kenaikan lagi pada tahun 2019 menjadi sebesar 955.768 ton (Badan Pusat Statistika, 2019).

Berdasarkan Statistik Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara (2019) Salah satu komoditi yang berpotensi menjadi komoditi unggulan di Sumatera Utara dalam sektor hortikultura adalah buah salak. Produksi salak Sumatera Utara tahun 2019 naik 21,11 % dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan tersebut ditopang peningkatan produktivitas tanaman salak. Produksi salak tahun 2019 di Sumatera Utara 235.506 ton yang dihasilkan dari 8.053.644 rumpun tanaman salak. Maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian mengenai tanaman salak dengan judul “Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Serta Sistem Pemasaran Usaha Tani Salak Di Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan.

Humbang Hasundutan memiliki beberapa kecamatan, diantaranya Kecamatan Pakkat yang merupakan kecamatan penghasil salak terbesar di Kabupaten Humbang Hasundutan. Perkembangan luas panen, produksi dan produktivitas salak di Kabupaten Humbang Hasundutan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Perkembangan luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Salak di Kabupaten Humbang Hasundutan Tahun 2020.

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2016	7.287	190.554	26.14
2017	7.410	193.772	26.15
2018	11.589	301.314	26
2019	9.200	162.091	17.61
2020	11.874	165.208	13.91

Sumber :Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 Luas panen, produksi,dan produktivitas salak di Kabupaten Pakkat mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 dengan jumlah produksi sebesar 162.600 ton dan produksi terendah terdapat terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah produksi sebesar 160.760 ton.

Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara merupakan sentra produksi salak. Tanaman salak banyak di tanam di Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan. Luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman salak di Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasun dutan dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2 Rata-Rata Luas Panen, Produksi Dan Produktivitas Tanaman Salak Menurut Kecamatan di Kabupaten Humbang Hasundutan 2020

Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produksi /Luas Panen(Ton/Ha)
Pakkat	570,38	3.185,07	5,58
Onan Ganjang	2,45	7,57	3,89
Parlilitan	0,85	8,50	10
Tarabintang	4,94	23,29	4,71
Jumlah	578,17	3,224.43	10,42

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Humbang Hasundutan,2021

Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa produksi salak di Kecamatan Pakkat merupakan yang terbesar di Kabupaten Humbang Hasundutan sebesar 3,185,07 ton. Oleh karena penjelasan itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pendapatan dan Efisiensi serta Sistem Pemasaran Usahatani Salak di Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan”.

1.2 Rumusan Masalah :

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan usahatani salak di Kecamatan Pakkat?
2. Bagaimana efisiensi usahatani salak di Kecamatan Pakkat?
3. Bagaimana sistem pemasaran (saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran) salak di Kecamatan Pakkat?

1.3 Tujuan Penelitian :

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah, maka tujuan penulisan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pendapatan usahatani salak di Kecamatan Pakkat.
2. Untuk mengetahui efisiensi usahatani salak di Kecamatan Pakkat.
3. Untuk mengetahui sistem pemasaran (saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran) salak di Kecamatan Pakkat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai syarat penyusunan tugas akhir bagi penulis dalam memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Universitas HKBP Nommensen Medan.

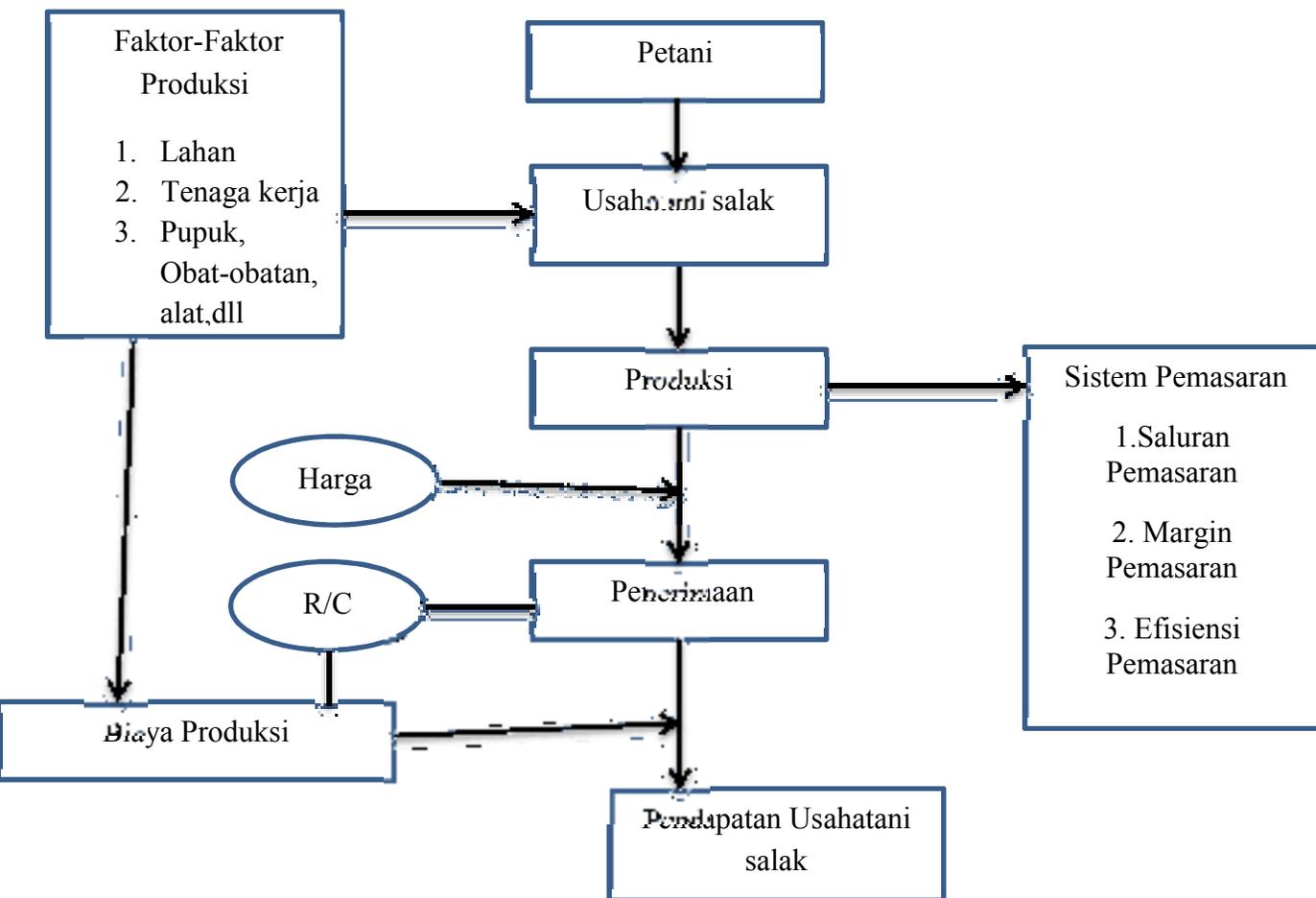
2. Bahan referensi dalam menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak - pihak yang membutuhkan.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui distribusi saluran pemasaran usahatani Salak di desa Pakkat Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Petani salak tidak selamanya mengalami keuntungan meskipun tanaman salak merupakan salah satu komoditas yang sangat potensial untuk dibudidayakan. Perkembangan teknologi menjadi salah satu penentu pada peningkatan produksi dan produktivitas budidaya tanaman salak.

Permasalahan yang dihadapi petani salak yaitu produksi salak yang tak selalu meningkat namun juga terkadang juga mengalami penurunan. Hal ini berdampak pada penurunan penerimaan dan pendapatan usahatani. Pendapatan yang diterima petani merupakan jumlah penerimaan petani salak yang dikurangi oleh total biaya produksi. Usahatani salak ini nantinya akan dianalisis dengan menghitung R/C ratio dan B/C ratio. Jika usahatani salak sesuai dengan kriteria kelayakan secara finansial maka usahatani ini layak untuk dikembangkan dan menguntungkan atau memberi manfaat bagi petani salak.

Setelah melakukan kegiatan usahatani petani perlu melakukan kegiatan pemasaran. Harga di tingkat petani dan di tingkat konsumen berbeda nyata, sehingga perlu dilakukannya analisis pemasaran dengan melihat efisiensi pemasarannya. Secara skematis kerangka pemikiran dapat dilihat pada skema dibawah ini.



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Serta Saluran Pemasaran Usaha Tani Salak Di Kecamatan Pakkat Kabupaten Humbang Hasundutan.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usahatani Salak

Menurut Suratiyah (2015), usahatani adalah suatu tempat dimana seseorang atau sekumpulan orang mengusahakan dan mengkoordinir faktor-faktor produksi berupa lahan dan alam sekitarnya sebagai modal sehingga dapat memberikan manfaat sebaik- baiknya.

Ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari cara-cara menentukan, mengorganisasikan dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin sehingga produksi pertanian menghasilkan pendapatan petani yang lebih besar. Ilmu usahatani juga didefinisikan sebagai ilmu mengenai cara petani mendapatkan kesejahteraan (Wanda, 2015).

Salak merupakan salah satu buah hasil perkebunan di kawasan tropis dan hasil dari tanaman asli khas Indonesia yang menguntungkan dari segi usahatani dan salak ini juga menarik untuk dikembangkan sebagai komoditi untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri maupun komoditi ekspor. Berdasarkan Statistik Indonesia (2020), komoditi salak menempati urutan enam terbesar dari 23 buah yang ada di Indonesia dengan produksi sebesar 955.763 ton.

Salak merupakan tanaman musiman yang cukup produktif yang dapat menghasilkan buah sepanjang tahun dan sangat melimpah. Buah salak dalam satu tandan memiliki tingkat kematangan dan ukuran yang tidak seragam. Buah salak yang sudah siap panen berumur antara 6-7 bulan dan memiliki ciri yaitu sudah masak, rasanya manis, beraroma salak, dan masir. Selain itu buah salak yang sudah masak juga dapat dilihat dari fisiknya yaitu, warna kulit buah coklat kehitaman, mempunyai sisik yang jarang dan bulu-bulu pada kulit sudah berkurang.

Tanaman salak mulai berbuah pada umur 4-5 tahun dan mulai menghasilkan 1 bulan setelah buah muncul. Tanaman salak berproduksi 10.000 kg – 15000 kg per ha dalam satu musim tanam. Tanaman salak berproduksi maksimal hingga umur 15 tahun.

2.2 Produksi Usahatani

Proses produksi adalah suatu kegiatan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa dari bahan-bahan atau faktor-faktor produksi dengan tujuan untuk mendapatkan nilai yang lebih besar. Keputusan dalam berproduksi ini terdiri dari keputusan dalam jangka waktu yang pendek dan jangka waktu yang panjang. Menurut Maharani (2020), produksi adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengubah input menjadi output atau dapat dipahami dengan kegiatan untuk menambah nilai pada suatu barang atau jasa dengan melibatkan faktor produksi sebagai inputnya. Kegiatan ini merupakan mata rantai dari kegiatan ekonomi sehingga sangatlah penting

bagi kelangsungan hidup masyarakat dan sebaiknya tetap dijalankan dengan baik oleh pihak swasta maupun pemerintah.

Produksi juga merupakan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaatnya atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini terdiri dari beberapa macam, misalnya faedah bentuk, faedah waktu, faedah tempat, serta kombinasi dari beberapa faedah tersebut di atas. Dengan demikian produksi tidak terbatas pada pembuatan, tetapi sampai pada distribusi. Namun komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa.

Fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (output) dengan faktor-faktor produksi (input). Fungsi produksi yaitu juga merupakan semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik.

2.3 Faktor Produksi Usahatani

Menurut Suratiyah, (2015) faktor yang sangat mempengaruhi kegiatan usahatani adalah faktor alam. Faktor alam dibagi menjadi dua, yaitu: (1) faktor tanah. Tanah merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan usahatani karena tanah merupakan tempat tumbuhnya tanaman. Tanah merupakan faktor produksi yang istimewa karena tanah tidak dapat diperbanyak dan tidak dapat berubah tempat, (2) faktor iklim sangat menentukan komoditas yang akan diusahakan harus sesuai agar dapat memperoleh produktivitas yang tinggi dan manfaat yang baik. Faktor iklim juga dapat mempengaruhi penggunaan teknologi dalam usahatani. Petani akan menghasilkan produktivitas usahatani yang tinggi apabila mereka dapat mengalokasikan sumberdaya dengan seefisien dan seefektif mungkin. Faktor produksi usahatani memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk memproduksi secara berkelanjutan, namun nilai

produktivitas dapat ditingkatkan apabila dengan pengelolaan yang sesuai. Unsur usahatani meliputi :

1. Tanah (Land)

Tanah merupakan bagian yang paling penting dalam pembentuk usahatani karena tanah merupakan media yang digunakan sebagai media tumbuh bagi tanaman. Besar kecilnya luas lahan yang dimiliki oleh petani dapat mempengaruhi dalam menerapkan cara berproduksi. Luas lahan kecil menjadikan petani sulit untuk mengkombinasikan cabang usahatani sedangkan luas lahan besar memudahkan petani dalam mengkombinasikan cabang usahatani yang bermacam macam sehingga lebih menguntungkan bagi petani.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah energi yang dikeluarkan pada suatu kegiatan untuk menghasilkan suatu produk. Jenis tenaga kerja dalam usahatani dapat dibedakan menjadi tiga yaitu : manusia, hewan dan mesin. Tenaga kerja manusia terdiri dari tenaga kerja laki-laki dan wanita. Tenaga kerja laki-laki, umumnya dapat mengerjakan seluruh pekerjaan sedangkan tenaga kerja wanita biasanya hanya membantu pekerjaan laki-laki, pekerjaan yang biasa dikerjakan oleh tenaga kerja wanita misalnya menanan, menyang tanaman dan panen.

3. Modal

Modal merupakan hal terpenting selain tanah dalam usahatani. Beberapa jenis modal dalam usahatani yaitu tanah, bangunan (gudang, tempat seleb, kandang dan sebagainya), alat pertanian (traktor, garu, sprayer, sabit, cangkul dan sebagainya), sarana

produksi (pupuk, benih, obat-obatan), uang tunai dan uang pinjaman dari bank. Sumber modal dapat berasal dari modal sendiri, pinjaman, warisan dan kontrak sewa.

2.4 Biaya Produksi, Penerimaan, dan Pendapatan Usahatani

2.4.1 Biaya Produksi

Biaya produksi adalah semua faktor produksi yang digunakan, baik dalam bentuk benda maupun jasa selama produksi berlangsung. Biaya produksi adalah sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai (Faisal, 2015).

Biaya produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Keterangan :

TC = Total Biaya (Rp)

FC = Biaya tetap (Rp)

VC = Biaya variabel (Rp)

2.4.2 Penerimaan

Penerimaan petani dipengaruhi oleh hasil produksi. Petani menambah hasil produksi bila tiap tambahan produksi tersebut menaikkan jumlah penerimaan yang di peroleh. Penerimaan (revenue) adalah penerimaan dari hasil penjualan outputnya (Faisal, 2015).

Penerimaan dapat dihitung dengan Rumus.

$$\mathbf{TR = Y.PY}$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total Perusahaan

Y = Produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani (kg)

PY = Harga Y (Rp/kg)

2.4.3 Pendapatan Usahatani

Pendapatan adalah hasil dari usaha tani, yaitu hasil kotor (bruto) dengan produksi yang dinilai dengan uang, kemudian dikurangi dengan biaya produksi dan pemasaran sehingga diperoleh pendapatan bersih usaha tani. Pendapatan dibidang pertanian adalah produksi yang dinyatakan dalam bentuk uang setelah dikurangi dengan biaya selama kegiatan usaha tani (Faisal, 2015).

Menurut Sadono Sukirno (2016) dalam teori ekonomi mikro bahwa pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pendapatan adalah seluruh perolehan baik yang berasal dari biaya faktor produksi maupun total output yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka tertentu (Siti, 2016)

Pendapatan sebagai salah satu unsur kesejahteraan. Harga dan Pendapatan merupakan faktor yang menentukan besar kecilnya permintaan barang dan jasa. Pendapatan menurut pengertian umum adalah balas jasa yang diterima oleh seorang individu setelah melaksanakan suatu pekerjaan atau nilai barang dan jasa yang diterima oleh seorang individu melebihi hasil penjualannya (Siti, 2016).

Pendapatan dapat diperoleh dengan Rumus.

$$\pi = \text{TR} - \text{TC}$$

Keterangan :

π = Income (Pendapatan)

TR = Total Revenue (Total Penerimaan)

TC = Total Cost (Total Biaya)

2.5 Efisiensi Usahatani

Efisiensi usahatani adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui apakah usahatani yang dilakukan oleh petani sudah efisien, impas, atau tidak efisien. Analisis efisiensi dilakukan dengan membandingkan penerimaan yang diterima oleh petani dengan biaya usahatani yang dikeluarkan (Putra, 2016)

Efisiensi merupakan perbandingan antara sumber-sumber yang digunakan dengan output yang dihasilkan. Beberapa faktor yang ikut menentukan efisiensi sebuah usaha seperti biaya tenaga kerja, produktivitas, biaya input dan kemajuan teknologi yang dimiliki. Suatu unit kegiatan ekonomi dikatakan efisien secara teknis apabila menghasilkan output maksimal dengan sumber daya tertentu atau memproduksi sejumlah tertentu output menggunakan sumber daya yang minimal.

Untuk mengetahui apakah usahatani menguntungkan atau tidak secara ekonomi, dapat dianalisis dengan menggunakan analisis Return Cost Ratio (R/C) yaitu perbandingan antara jumlah penerimaan dengan jumlah biaya. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$\text{R/C} = \text{TR/TC}$$

Keterangan :

R/C = Nisbah penerimaan dan biaya

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $R/C > 1$, maka usahatani memperoleh keuntungan karena penerimaan lebih besar dari biaya.
- b. Jika $R/C < 1$, maka usahatani mengalami kerugian karena penerimaan lebih besar dari biaya.
- c. Jika $R/C = 1$, maka usahatani mengalami impas karena penerimaan lebih besar dari biaya.

2.6 Saluran Pemasaran

Pemasaran atau tataniaga adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud menciptakan permintaan efektif. Tataniaga atau pemasaran adalah proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan melibatkan pihak produsen, konsumen, dan lembaga perantara pemasaran dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di satu pihak dan kepuasan di pihak lain (Saputra, 2017).

Pemasaran yaitu aliran produk secara fisik dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu/kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada orang lain (Ginting, 2018).

Menurut Abidin (2015), saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar produk atau jasa tersedia untuk dikonsumsi. Keputusan saluran pemasaran termasuk diantara keputusan paling penting yang dihadapi konsumen. Saluran yang dipilih sangat mempengaruhi keputusan pemasaran lainnya. Saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen Hal itu mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya.

Menurut Pranatagama (2015), saluran distribusi pemasaran pertanian menyelenggarakan komoditas pertanian dari produsen ke konsumen. Alur komoditas dari produsen sampai ke konsumen disebut saluran pemasaran. Setiap macam komoditas pertanian mempunyai saluran pemasaran yang berlainan satu dengan yang lain, bahkan satu macam komoditas yang sama mempunyai saluran dari yang paling sederhana sampai dengan saluran yang kompleks. Adapun tingkatan mata rantai saluran pemasaran tersebut ada empat yaitu :

- a. Saluran tingkat nol lebih dikenal juga dengan sebutan saluran langsung. Dikatakan saluran langsung karena produsen langsung menjual barangnya kepada konsumen, jadi tidak menggunakan perantara sama sekali.



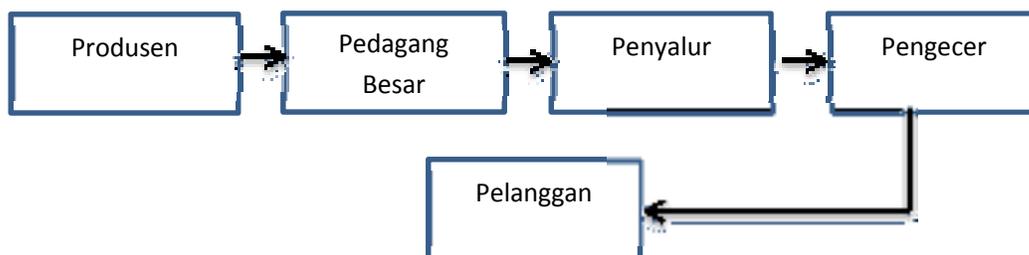
- b. Saluran tingkat satu hanya satu lembaga perantara untuk barang konsumen pada umumnya adalah pengecer, sedangkan untuk barang industri pada umumnya adalah agen penjualan



- c. Saluran tingkat dua memiliki dua perantara. Lembaga perantaranya adalah pedagang besar dan pengecer, sedangkan untuk barang industri lembaga perantaranya adalah distributor dan dealer.



- d. Saluran tingkat banyak memiliki saluran yang bertingkat banyak karena menggunakan banyak perantara, biasanya diantara pedagang besar dan pengecer terdapat pedagang pengumpul yang terstruktur, dimana setiap perantara membawahi beberapa perantara lain. Oleh karena itu saluran pemasaran ini dischut sebagai "Multi Level Marketing". Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan barang konsumsi dan bukan barang industry.



Pranatagama (2015), mengatakan bahwa semakin pendek rantai tata niaga suatu barang hasil pertanian maka: (1) biaya tata niaga semakin rendah; (2) margin tata niaga juga semakin rendah; (3) harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah; dan (4) harga yang diterima produsen semakin tinggi.

2.7 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 :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP =Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr =Harga di tingkat lembaga tujuan pemasaran petani(Rp/kg)

Pf =Harga yang diterima produsen (Rp/kg)

2.8 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran adalah Peningkatan rasio output/input yang umumnya didapat didapat dengan salah satu dari empat :

1. Output tetap konstan, sedangkan input turun,
2. Output naik, sedangkan input tetap konstan,
3. Output naik dalam tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan input, dan

4. Output turun dalam tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat penurunan input.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan rumus:

$$EP = \frac{\textit{Total Biaya Pemasaran}}{\textit{Harga Produk yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan efisien atau tidak yaitu :

- EP sebesar 0-50% maka saluran pemasaran efisien
- EP lebih besar 50% maka saluran pemasaran kurang efisien

2.9 Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian yang relevan merupakan deskripsi hubungan antara masalah yang diteliti dengan kerangka/landasan teoritik yang dipakai dalam penelitian serta hubungannya dengan penelitian yang terdahulu. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

Neni Widaningsih dkk, (2013) Analisis Pendapatan Usahatani Salak Di Desa Batu Nindan Kecamatan Basarang. Metode yang digunakan adalah metode survei. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan efisiensi dan tingkat kelayakan usahatani. Adapun hasilnya adalah Usahatani Salak Bali yang dilaksanakan di Desa Batu Nindan tidak efisien atau tidak layak untuk diusahakan dengan nilai rata rata RCR Rp.0,96,- (<1).

Ardiyanta (2011) Analisis Usahatani Salak Ngumut Kabupaten Magelang. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan perbedaan pendapatan petani salak ngumut dengan petani salak pondok. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan pendapatan rata-rata usahatani salak Pondok lebih sedikit dibandingkan salak Ngumut, hal ini

dikarenakan harga salak Ngumut lebih tinggi dan biaya produksi lebih rendah dibandingkan salak Pondok

Wiji Dinda S (2018) Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Salak Di Desa Wonoharjo Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan tingkat kesejahteraan petani salak di Desa Wonoharjo. Penelitian ini menggunakan metode survei dan penentuan sampel dilakukan dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usahatani salak menguntungkan yaitu sebesar Rp10.194.376,75 tahun per luas lahan 0,35 ha. Kontribusi pendapatan usahatani salak terhadap pendapatan rumah tangga petani salak yaitu mencapai 48,53 persen, sedangkan kontribusi pendapatan usahatani on farm non salak sebesar 20,18 persen, untuk off farm sebesar 14,71 persen dan non farm sebesar 18,34 persen. Petani salak di Desa Wonoharjo berada dalam kategori cukup sejahtera.

Cristiani S Tumbulus (2015) Kontribusi Usahatani Salak Terhadap Pendapatan Keluarga Petani Di Wilayah Pangu Kecamatan Ratahan Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana pengaruh kontribusi usahatani salak terhadap pendapatan petani salak. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan rumus kontribusi pendapatan petani salak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa usahatani salak memberikan kontribusi bagi pendapatan keluarga petani di Wilayah Pangu. Masing-masing untuk setiap strata penelitian yakni Pangu Induk kontribusi usahatani salak yaitu sebesar 78.39%, Pangu 1 dengan kontribusi sebesar 71.06% dan Pangu 2 dengan kontribusi sebesar 66.57%. Hal ini berarti usahatani salak menjadi sumber pendapatan petani karena nilai pendapatan petani salak terhadap total pendapatan keluarga sangat besar.

Darsan (2019) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Salak Di Desa Wedi Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh jumlah produksi dan harga terhadap pendapatan petani salak. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen digunakan analisis linier berganda yang penghitungannya dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan variabel jumlah produksi (X1), luas lahan (X2), dan harga (X3) secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan usahatani salak Desa Wedi. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji F dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%. Pengujian secara parsial, menunjukkan variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat diantara seluruh variabel-variabel bebas, hanya variabel luas lahan (X2) saja yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan usahatani salak Wedi.

Aprialdo Ali Akbar (2014) Analisis Pemasaran Usahatani Salak Kelurahan Balohan Kecamatan Sukajaya Kota Sabang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis berapa macam saluran pemasaran salak di kelurahan balohan dan menghitung margin pemasarannya serta tingkat efisiensi pemasarannya. Metode penarikan sampel menggunakan metode survei. Jumlah populasi yang terpilih di Kelurahan Balohan Kecamatan Sukajaya Kota Sabang terdiri dari 35 petani salak 5 pedagang pengumpul, 15 pedagang pengecer, dengan pengambilan sampel berdasarkan homogenitas yang terlibat di dalam pemasaran buah salak yaitu petani 15 orang, pedagang pengumpul 2 orang dan pedagang pengecer 8 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran salak di Kelurahan Balohan Kecamatan Sukajaya Kota Sabang memakai 2 saluran, dan dari tingkat efisiensi

pemasarannya saluran 1 tingkat yang lebih efisien dikarenakan sedikitnya lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya.

Fandhy Achmad Lumban Toruan, Dkk (2018) Analisis Efisiensi Tataniaga Salak Pondok di Kecamatan STM Hulu Kabupaten Deli Serdang Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Saluran pemasaran salak pondoh di Kec. STM Hulu, Kab. Deli Serdang (2) Fungsi pemasaran salak pondoh di Kec. STM Hulu, Kab. Deli Serdang. (3) Biaya, margin, keuntungan pemasaran salak dan farmer's share salak pondoh di Kec. STM Hulu, Kab. Deliserdang. (4) Besarnya efisiensi pemasaran salak pondoh di Kec. STM Hulu, Kab. Deli Serdang. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode survey di Kec. STM Hulu, Kab. Deliserdang. Metode Survey merupakan teknik riset dimana informasi dikumpulkan menggunakan penyebaran kusioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 39 orang. Tiga puluh empat petani, satu orang pedagang pengumpul, satu orang pedagang luar daerah dan tiga orang pedagang pengecer. Hasil penelitian salak pondoh di Kec. STM Hulu, Kab. Deliserdang diketahui bahwa terdapat tiga saluran pemasaran salak pondoh sampai ke tangan konsumen akhir yaitu: 1. Petani - Pedagang pengumpul - Pedagang Pengecer -Konsumen ; 2. Petani - Pedagang pengumpul - Pedagang Luar Daerah - Pengecer - Konsumen; 3. Petani- Pedagang pengecer- Konsumen. Keseluruhan Saluran melakukan fungsi tataniaga baik itu fungsi pertukaran, fungsi fisik maupun fungsi fasilitas. Margin pemasaran terbesar terjadi di saluran ke II dengan nilai Rp.5000/kg, kemudian saluran I dengan nilai Rp. 3.500/kg dan saluran ke III dengan nilai Rp. 3.000/kg. Biaya Tataniaga tertinggi terdapat pada saluran ke II sebesar Rp. 1.230,92/kg, kemudian saluran I sebesar Rp. 802,49/kg dan yang terkecil adalah pada pola saluran ke III sebesar Rp. 721,46. Farmer's share terbesar diperoleh petani pada saluran ke III sebesar 71,43%, kemudian saluran I sebesar 66,67% dan terendah pada saluran ke II sebesar 58,33%. Berdasarkan perhitungan nilai efisiensi pemasaran

diperoleh nilai efisiensi yang beragam dimana nilai efisiensi terendah diperoleh oleh saluran ke III dengan nilai 6,87%, kemudian disusul oleh saluran I dengan nilai 7,64% dan terendah dimiliki saluran ke II dengan nilai 10,26%.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Purba Bersatu, Purba Baringin Dan Parmonangan Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan dengan pertimbangan bahwa daerah merupakan daerah yang mengusahakan tanaman salak dengan produktivitas tertinggi, sedang, dan terendah. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive atau secara sengaja yaitu teknik penentuan suatu daerah berdasarkan pertimbangan tertentu yang telah dibuat terhadap suatu objek yang sesuai dengan tujuan. Yaitu dengan pertimbangan bahwa luas panen dan produksi salak lebih tinggi di Kecamatan Pakkat dibandingkan dengan kecamatan lainnya yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan. Selain itu, penelitian ini sudah pernah ada sebelumnya yaitu mengenai Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Serta Sistem Pemasaran Usaha Tani Salak Di Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan.

Luas panen, produksi dan produktivitas usahatani salak Tahun 2020 di setiap desa di Kecamatan Pakkat dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Luas Panen, Produksi dan Produktifitas Salak Pakkat berdasarkan Desa di Kecamatan Pakkat Tahun 2020.

Nama Desa	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
Pakkat Hauagong	30	180,21	6,50
Hauagong	27	160,30	5,93
Ambobi	12	70,25	5,85
Tukka Dolok	23	135,09	5,87
Lumban TongaTonga	26	128,03	4,92
Sijarango	15	89,20	4,98
Sijarango I	15	90,25	6,01
Purba Bersatu	60	350,03	7,01
Purba Sianjur	57	325,19	5,70
Purba Baringin	81	520,17	6,56
Peadungdung	13	75,09	5,07
Karya	14	78,25	5,06
Manalu	12	70,28	5,08
Sipagabu	18	67,20	5,03
Pulogodang	-	-	-
Panggugunan	-	-	-
Rura Tanjung	31	180,20	5,08
Rura Aeksopang	65	389,3	5,90
Siambaton	18	103,50	5,75
Siambaton Pahae	16	95,44	5,96
Parmonangan	10	56,50	4,88
Banuarea	-	-	-

Sumber : PPL Kabupaten Pakkat 2021

Tabel 3.2 Jumlah Petani Salak Menurut Desa di Kecamatan Pakkat 2020

No	Desa	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Jumah Petani (KK)
1	Pakkat Hauagong	1.392	120
2	Hauagong	3.580	250
3	Ambobi	745	50
4	Tukka Dolok	1.392	178
5	Lumban Tonga Tonga	1.200	98
6	Sijarango	846	60
7	Sijarango I	816	56
8	Purba Bersatu	1.470	154
9	Purba Sianjur	570	60
10	Purba Baringin	1.217	135
11	Peadungdung	835	83
12	Karya	1.199	93
13	Manalu	1.095	65

14	Sipagabu	690	37
15	Pulogodang	781	45
16	Panggugunan	575	40
17	Rura Tanjung	1.869	115
18	Rura Aeksopang	1.474	76
19	Siambaton	833	55
20	Siambaton Pahae	846	43
21	Parmonangan	708	50
22	Banuarea	565	35

Sumber : : PPL Kabupaten Humbang Hasundutan 2021

3.2 Metode Penentuan populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh petani yang berusahatani salak yang berjumlah 319 KK dari Desa Purba Baringin, Purba Bersatu dan Parmonangan di Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan. Dan pada tabel 3.3 dapat kita lihat jumlah masing-masing petani dari ke 3 desa terpilih.

Tabel 3.3 Jumlah Populasi Petani salak menurut desa di Kecamatan Pakkat.

Desa	Jumlah Populasi Petani (KK)
Purba Baringin	135
Purba Bersatu	154
Parmonangan	50
Total	339

Sumber: PPL Kabupaten Humbang Hasundutan 2021

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling* yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian..

Singarimbun dan Efendi (1995) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuisioner adalah minimal 30 responden. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 30 responden dari tiga desa terpilih dengan menggunakan rumus :

$$ni = \frac{Nk}{N} \times n$$

Keterangan :

ni = Jumlah sampel petani pada setiap desa

Nk = Jumlah populasi petani salak dari desa terpilih

N = Total populasi petani

n = Jumlah sampel petani yang akan dikehendaki

Metode ini dipilih karena jumlah sampel yang akan dipilih cukup besar. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 30 responden yang ada di tiga desa terpilih dan penentuan pedagang tanaman salak digunakan *Metode Snowball Sampling* yaitu diterlusrui berdasarkan informasi yang diperoleh dilapangan. Dan didapatkan sebanyak 6 sampel pedagang salak .

Berdasarkan rumus tersebut dapat dilihat jumlah sampel petani salak pada tabel

3.4.

Tabel 3.4 Jumlah Sampel Petani dan Pedagang Salak Di Kecamatan Pakkat

Desa	Jumlah Populasi Petani (KK)	Sampel Petani	Jumlah Sampel Pardagang Salak
Purba Baringin	135	14	2
Purba Bersatu	154	13	2
Parmonangan	50	3	2
Jumlah	339	30	6

Sumber : Data Primer Diolah 2022

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer diperoleh secara langsung dari petani dengan wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik, PPL Pertanian Kantor Kepala Desa, serta instansi lain yang terkait dengan penelitian.

3.4 Metode Analisis Data

a. Untuk menyelesaikan masalah 1 digunakan metode deskriptif yaitu menganalisis tingkat pendapatan usahatani salak di Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

$$TR = Y.PY$$

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

π = Pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

Y = Produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani (kg)

PY = Harga Y (Rp/kg)

TC = Total biaya (Rp)

FC = Biaya tetap (Rp)

VC = Biaya variabel (Rp)

b Untuk menyelesaikan masalah yang kedua digunakan analisis deskriptif yaitu menganalisis tingkat efisiensi petani salak di Kecamatan Pakkat. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Efisiensi} = R/C$$

Keterangan :

R = Total Penerimaan (Rp)

C = Total Biaya (Rp)

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah :

1. Jika $R/C > 1$, maka usahatani memperoleh keuntungan karena penerimaan lebih besar dari biaya.
2. Jika $R/C < 1$, maka usahatani mengalami kerugian karena penerimaan lebih kecil dari biaya.
3. Jika $R/C = 1$, maka usahatani mengalami impas karena penerimaan sama dengan biaya.

c. Untuk menyelesaikan masalah ketiga digunakan analisis deskriptif yaitu dengan mewawancarai langsung petani dan pedagang salak di Kecamatan Pakkat untuk mengetahui bagaimana saluran pemasarannya.

- Menghitung margin pemasaran yaitu untuk mengetahui saluran dan besar margin pemasaran setiap saluran pemasaran yang secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Marjin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga tujuan pemasaran petani(Rp/kg)

Pf = Harga yang diterima produsen (Rp/kg)

- Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan analisis kualitatif dengan rumus :

$$EP = \frac{\textit{Total Biaya Pemasaran}}{\textit{Harga Produk yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan efisien atau tidak yaitu :

- EP sebesar 0-50% maka saluran pemasaran efisien
- EP lebih besar 50% maka saluran pemasaran kurang efisien

3.5 Definisi Dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalah pahaman dalam memaknai penelitian ini, maka perlu dibuat definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

3.5.1 Definisi Operasional

1. Usahatani salak adalah kegiatan budidaya tanaman yang dilakukan petani dengan salak sebagai komoditasnya.

2. Produksi salak adalah hasil panen dari salak yang bernilai ekonomis yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg).
3. Faktor produksi (input) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi untuk menghasilkan output
4. Penerimaan usahatani salak adalah jumlah produksi salak dikali dengan harga jual salak yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp)..
5. Pendapatan usahatani salak adalah selisih dari total penerimaan usahatani salak yang diperoleh dengan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk usahatani salak yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
6. Efisiensi usahatani adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui apakah usahatani yang dilakukan oleh petani sudah efisien, impas, atau tidak efisien. Analisis efisiensi dilakukan dengan membandingkan penerimaan yang diterima oleh petani dengan biaya usahatani yang dikeluarkan.
7. Pemasaran salak adalah proses menyampaikan produksi salak dari petani ke konsumen.
8. Margin Pemasaran adalah selisih harga ditingkat konsumen dengan ditingkat produsen.

3.5.2 Batasan Operasional

Adapun batasan operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara.
2. Sampel dalam penelitian ini adalah petani salak di Kecamatan Pakkat, Kabupaten Humbang Hasundutan, Provinsi Sumatera Utara serta lembaga pemasaran yang terkait
3. Penelitian dilakukan pada bulan september tahun 2022.

