JURNAL CITRA AGRITAMA
CAT. Vol. 13, (1), Pp: 15-20
, Juni 2023
ISSN: 2089-5437
Website: https://ejurnal.unmura.ac.id/index.php/citraagritama

ANALISIS USAHA TANI DAN STRATEGI PEMASARAN BUAH BELIMBING MANIS DI DESA KALIBENING KABUPATEN MUSI RAWAS

FARMING ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY FOR SWEET STAR FRUIT IN KALIBELING VILLAGE, MUSI RAWAS DISTRICT

Febrina Nur Annisa[1*], Ira Primalasari[2]

[1]Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian,Universits PGRI Silampari, Jl. Ibadah Rt. 01 Kel. Watervang, Kec. Lubuklinggau Timur I, Kota Lubuklinggau
[2]Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian,Universits PGRI Silampari, Kel.O Mangunharjo, Kabupaten Musirawas
e-mail*febrinanurannisa21@gmail.com

ABSTRACT

In Kalibening Village,Musi Rawas District, the community has a high need for the star fruit cultivation industry. The purpose of this study was to evaluate starfruit cultivation and promotion methods used in Kalibening Village Musi Rawas District, The literature study method was used in this study. According to the findings of the study, one harvest of star fruit yields a total profit of IDR 5,039,094 after deducting the total production cost (IDR 4,412,938) of the total production and farm income (IDR 9,452,031). In Rawas District, there are three different ways to market star fruit. Carambola was originally sold by farmers directly to consumers. On the main road, sales of starfruit take place. Second, retailers buy products from farmers directly and resell them to customers. Third, star fruit will be distributed to retailers by wholesalers. Carambola then reaches consumers from retail traders.

Keywords: starfruit, farming, marketing

PENDAHULUAN

Perkebunan, kehutanan, peternakan, dan perikanan semuanya dianggap sebagai bentuk pertanian. Indonesia memiliki berbagai macam usaha pertanian dengan berbagai corak. Selain itu, ada berbagai ukuran bisnis, termasuk yang besar, sedang, dan kecil (Humamy, 2013). Aspek pemasaran produksi pertanian terkait erat. Karena sebagian besar produksi pertanian dijual ke pasar, pertanian produk pertanian umumnya dianggap sebagai pertanian komersial. Pemasaran dan produksi pertanian saling bergantung dalam banyak hal.

Tanpa dukungan sistem pemasaran yang memberikan hasil yang baik dengan harga yang wajar, peningkatan produksi pertanian tidak akan bertahan lama. Sebaliknya, pada akhirnya akan menurun sebagai akibat dari pertanian untung-rugi. Agroindustri dan agribisnis adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan bisnis pertanian. Istilah "agribisnis" mengacu pada keseluruhan konsep, termasuk awal dan akhir produksi, pengolahan hasil, pemasaran, dan kegiatan terkait lainnya. Kemajuan industri pertanian sangat terbantu oleh kegiatan agribisnis ini. Kegiatan dalam agroindustri memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan industri pertanian. Semua kegiatan yang dilakukan dalam rangka pengolahan hasil pertanian yang besar dan mudah rusak untuk memberikan nilai tambah pada produk pertanian itu sendiri termasuk dalam agroindustri.

Padahal, kurangnya fokus pada pemasaran merupakan titik lemah sistem pertanian di negara berkembang, termasuk Indonesia. Fungsi pemasaran pertanian seringkali berjalan di bawah ekspektasi, yang berdampak negatif pada efektivitas pemasaran. Oleh karena itu, menurut Soekartawi (2002), keterampilan melakukan efisiensi pemasaran dan keterampilan mempraktekkan unsur-unsur manajemen memang sangat terbatas, seiring dengan kurangnya penguasaan informasi pasar, sehingga sulit untuk meraih peluang

ekonomi. Sebagian besar perkebunan buah-buahan di Indonesia menghasilkan buah-buahan khas Indonesia yang juga menjadi ciri khas produk pertanian pada umumnya.

Salah satu tugas utama yang harus diselesaikan oleh bisnis apa pun, baik yang menyediakan barang atau jasa, agar operasinya tetap berjalan adalah pemasaran. Hal ini disebabkan karena salah satu kegiatan usaha yaitu pemasaran berhubungan langsung dengan pelanggan. Maka aktivitas manusia yang terjadi dalam kaitannya dengan pasar dapat dilihat sebagai aktivitas pemasaran. Menurut Kotler (2001), pemasaran adalah proses kerjasama dengan pasar sasaran untuk menjalin hubungan bisnis potensial dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dalam pemasarannya sangat menentukan.

Petani di Indonesia mengandalkan buah belimbing sebagai sumber pendapatan. Meskipun belimbing merupakan tumbuhan penghasil buah dengan bentuk yang aneh, namun masyarakat tetap menikmati buahnya. Akibatnya terus berkembang sejalan dengan perkembangan pertanian. Prospek pemasaran belimbing di dalam negeri diperkirakan akan meningkat, seperti yang dikemukakan oleh Rukmana (1999). Hal ini sebagian disebabkan oleh pertumbuhan populasi dan meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya makan dan buah yang sehat. Pertambahan penduduk akan berdampak pada seberapa banyak buah yang dihasilkan seiring dengan meningkatnya permintaan. Luas lahan atau luas tanam dan panen buah-buahan Indonesia pada umumnya cukup kecil, klaim Daniel (2002). Musim yang terlalu ekstrim, penanganan pascapanen yang tidak memadai dan minim, dan lain-lain. Akibatnya, produksi dan produktivitas sangat bervariasi dari satu tempat ke tempat lain dan sangat kecil.

Buah merupakan komponen makanan yang tinggi lemak, protein, serat, vitamin, dan mineral. Setiap varietas buah memiliki kualitas dan daya pikat tersendiri, antara lain nasa yang lezat, aroma yang mudah dikenali, dan bentuk yang menarik. Sebagai bahan makanan dan komoditas, buah-buahan saat ini semakin mendapat perhatian masyarakat (Widodo, 1996). Menurut penjelasan Rahardi dari tahun 2004 belum ada budidaya belimbing komersial di Indonesia. Masih ada beberapa taman yang dikelola dengan cara kuno. Dibandingkan lima hingga sepuluh tahun lalu, belimbing sudah tersedia di supermarket dan kios buah lebih banyak akhir-akhir ini. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan masyarakat terhadap teknologi budidaya belimbing cukup kuat. Namun tidak semua daerah berpotensi menghasilkan buah-buahan terkenal. Karena buah belimbing tidak bisa ditanam pada suhu yang tidak sesuai, begini. Dengan demikian, hanya beberapa daerah saja yang memiliki tanaman belimbing yang baik.

Kabupaten Musi Rawas Desa Kalibening, merupakan rumah bagi banyak daerah penghasil belimbing. Salah satu kota setingkat kabupaten, terletak di . Menurut Dinas Komunikasi dan Informatika Lubuklinggau (2017), terbagi menjadi delapan kecamatan yaitu Lubuklinggau Barat I, Lubuklinggau Barat II, Lubuklinggau Selatan I, Lubuklinggau Selatan II, Lubuklinggau Timur I, Lubuklinggau Timur II, Lubuklinggau Utara I , dan Lubuklinggau Utara II.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk meneliti fenomena yang terjadi pada pemasaran buah belimbing di Desanya kalibening Kabupaten Musi Rawas dengan judul "Analisis Usaha Tani dan Strategi Pemasaran Buah Belimbing di Kabupaten Musi Rawas. , Desanya kalibening".

Identifikasi Masalah

Analisis Usaha Tani dan Strategi Pemasaran Buah Belimbing di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas.

Tujuan Penelitian

Mengetahui Usaha Tani dan Strategi Pemasaran Buah Belimbing di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas.

METODE PENELITIAN

Pendekatan studi kasus, yaitu melakukan penelitian dengan mengkaji secara seksama permasalahan yang muncul di lapangan, digunakan dalam penelitian ini. Karena metode studi kasus dapat diartikan sebagai suatu metode yang menjelaskan jenis penelitian terhadap suatu subjek tertentu dalam kurun waktu tertentu atau suatu fenomena yang ditentukan di suatu lokasi yang tidak selalu sama dengan di daerah lain.

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (sengaja), khususnya dengan pertimbangan bahwa kawasan tersebut dipilih secara cermat agar sesuai dengan kondisi yang diantisipasi. Penelitian dilakukan di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas . Sebanyak 30 petani belimbing di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas . Desanya kalibening menjadi sampel penelitian ini. Data primer dan data sekunder digunakan dalam

penelitian ini. Data primer adalah informasi yang dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder adalah informasi yang mendukung penelitian yang dikumpulkan dari organisasi, organisasi pemerintah seperti Dinas Pertamanan dan Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Sekatan, serta literatur.

$$LogY = Log\ a + Log\ b1X1 + Log\ b2X2 + Log\ b3X3 + Log\ b4X + Log\ b5X5 + e$$

Dimana:

Y = Produksi (Rp)

xl = Luas Lahan (Ha)

x2 = Jumlah Pohon (Pohon)

x3 Pupuk (Rp/Kg)

x4 = Pestisida (Rp/Ltr)

x5-Tenaga Keija (Rp/HKO)

a = Konstanta

b1 —b5 =Nilai Efisiensi

e =Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Keuntungan Usahatani belimbing

Dengan menggunakan rata-rata luas lahan 0,3 Ha dan rumus keuntungan total (ii) yang dihasilkan setelah dikurangi pendapatan total (TR) dari total biaya produksi (1'C), hipotesis kedua dapat dijawab.π =TR-TC

Dimana = Rp. 9.452.031-Rp. 4.412.938

π = Rp.5.039.094

Menurut rumus di atas, nilai panen dari total produksi dan pendapatan usaha tani adalah sebesar Rp. 9.452.031; ini dipotong dari Rp. 4.412.938 untuk total biaya produksi; hasil bersihnya adalah Rp. 5.039.094 untuk total keuntungan usahatani belimbing.

Perbandingan Produksi, Biaya Produksi, Penerimaan dan Produksi

Perbandingan rata-rata produksi, biaya produksi, penerimaan dan produksi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Perbandingan Rata-rata Produksi, Biaya Produksi,dan Produksi

No	Uraian	Belimbing di desa kalibening
1	Produksi (Kg)	3.150,6
2	Biaya Produksi (Rp)	4.412.938
3	Harga Jual petani (Rp)	3.000
4	Penerimaan (Rp)	5.039.094
5	Produksi (Rp)	5.039.094

Produksi

Produksi adalah suatu proses yang digunakan untuk menciptakan produk atau meningkatkan kegunaan produk dan jasa yang ada guna memenuhi kebutuhan manusia (Prishardoyo.B, 2005). Proses perbanyakan hasil pertanian atau perusahaan pertanian, baik berupa tumbuhan, hewan, maupun barang lainnya, disebut sebagai produksi pertanian. Pada penelitian ini rata-rata produksi buah belimbing yang dipanen petani selama satu musim panen adalah 3.150,6kg.

Biaya Produksi

Menurut Sukimo (1994), biaya produksi adalah semua uang yang dikeluarkan petani untuk memperoleh fasilitas yang mereka perlukan untuk menghasilkan suatu produk. Biaya produksi merupakan

biaya yang dikeluarkan petani sampel selama pengelolaan budidaya belimbing sehari-hari. Biaya yang terkait dengan produksi meliputi biaya tenaga kerja, biaya sewa lahan, biaya pestisida, pupuk, dan benih. Berdasarkan temuan penelitian lapangan, petani sampel di Kabupatn Musi Rawas memiliki biaya produksi rata-rata tahunan sebesar Rp. 4,412,938 pada buah belimbing.

Harga Jual

Menurut Hansen dan Mowen (2001), "harga jual" adalah uang yang dibebankan unit bisnis kepada klien atau pelanggan sebagai ganti barang atau jasa yang diserahkan atau dijual. Jumlah uang yang diperlukan untuk membeli berbagai barang dikenal sebagai harga jual. Di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas, petani sampel belimbing mendapatkan harga rata-rata Rp. 3.000 per kilo untuk produksi belimbing mereka, menjual langsung ke pengepul dengan harga rata-rata Rp. 8000 per kilo, pengumpul menjual ke pedagang besar dengan harga Rp 10.000 per kilo, pedagang besar menjual ke pengecer sebesar Rp 12.000 per kilo dan harga jual buah belimbing kekonsumen sebesar Rp15.000 per kilo nya.

Penerimaan

Penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga per satuan berat pada saat panen dapat digunakan untuk menghitung penerimaan, yang didefinisikan sebagai seluruh produksi yang diperoleh petani dalam usahatani selama satu tahun tertentu (Gustiyana, 2004). Hasil petani adalah sisa setelah buah belimbing diproduksi, dijual, dan biaya produksinya dikalikan dengan harga jualnya. Jumlah yang diterima adalah harga jual petani dikalikan produksi (kg) yang dihitung selama satu musim panen. Berdasarkan temuan lapangan, petani sampel di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas , rata-rata memperoleh pendapatan Rp. 9.452.031 dari budidaya belimbingnya.

Pendapatan

pendapatan, atau semua uang yang dihasilkan petani pada tahun tertentu dikurangi biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Menurut Gustiyana (2004), biaya produksi tidak termasuk biaya tenaga kerja dan tidak ada biaya fasilitas. Dalam usahatani belimbing, pendapatan merupakan selisih antara pendapatan dengan biaya produksi. Satu musim panen digunakan untuk menghitung pendapatan pertanian sampel. Berdasarkan temuan studi lapangan, rata-rata pendapatan per tahun petani sampel belimbing di Desa Kalibening Kabupaten Musi Rawas adalah Rp. 5.039.093.

Pengaruh Biaya Produksi Belimbing terhadap Pendapatan Petani Belimbing Biaya Bibit

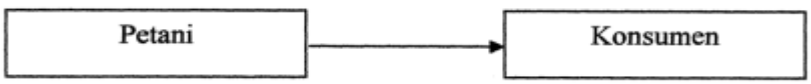
Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan benih yang mahal akan menghasilkan produksi yang lebih tinggi karena lebih banyak benih yang ditanam. Benih yang baik dan unggul serta varietas unggul dapat meningkatkan produksi belimbing yang selanjutnya dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup. penting untuk kebun uji belimbing. Menurut teori Warisno (2009), varietas unggul dan benih bermutu tinggi berperan besar dalam menentukan tingkat hasil tanaman. Upaya lain seperti remediasi, teknik tanam gagak, pengairan yang baik, pemupukan berimbang, serta pengendalian hama dan penyakit, hanya akan memberikan hasil terbaik jika dipadukan dengan penggunaan bibit unggul.

Biaya Pupuk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pupuk yang mahal akan menurunkan pendapatan petani karena semakin banyak pupuk yang digunakan maka semakin tinggi biaya produksinya. Pupuk memegang peranan penting sebagai salah satu faktor dalam meningkatkan produksi komoditas pertanian, menurut Lingga et al. (2001). Pupuk yang diberikan tidak tepat jenis, jumlah (dosis), kualitas, harga, atau rekomendasi, serta kurang efektif mempengaruhi hasil petani sampel. Sementara penggunaan pupuk kimia, pemberian pupuk buatan secara terus menerus tanpa penambahan bahan organik akan merusak lingkungan dan menurunkan produktivitas tanah. Akibatnya, petani belimbing belum bisa memperoleh pendapatan yang cukup besar dari hasil panennya.

Saluran pemasaran

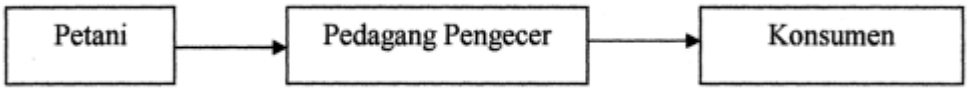
a. Saluran Pemasaran I



Gambar 1: Saluran Pemasaran I

Petani menjual belimbing ke konsumen langsung melalui saluran pertama ini. Di jalan utama, penjualan buah belimbing berlangsung. Petam berperan sebagai pedagang dalam saluran pemasaran ini.

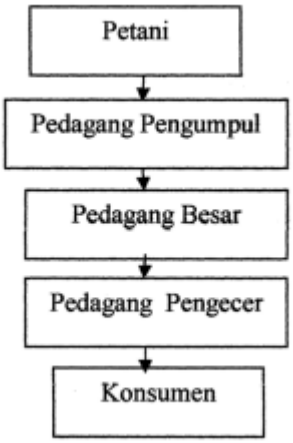
b. Saluran Pemasaran II



Gambar 2 : Saluran Pemasaran II

Pengecer sudah ada di saluran ini antara petani dan konsumen. Pengecer memperoleh produk dari petani dan kemudian menjualnya ke pelanggan. Pengecer beli belimbing dari petani melalui saluran ini dan menjualnya ke pasar Pajak Pancur Batu yang merupakan pasar terdekat.

c. Saluran Pemasaran III



Gambar 3 : Saluran Pemasaran III

Petani memulai saluran pemasaran di saluran ini dan menjual belimbing kepada pengepul sebelum memberikan kepada pedagang besar. Pengecer akan menerima belimbing dari grosir. Belimbing kemudian sampai ke konsumen dari pedagang eceran.

KESIMPULAN

Temuan dari studi tersebut di atas menunjukkan bahwa:

1. Total produksi dan pendapatan usahatani dalam sekali panen adalah Rp. 9.452.031; ini dipotong dari total biaya produksi dalam sekali panen, Rp. 4.412.938; hasilnya total keuntungan Rp 5.039.094 dari budidaya belimbing dalam sekali panen.
2. Di Kabupaten Musi Rawas Desanya kalibening terdapat tiga jalur pemasaran buah belimbing. Belimbing awalnya dijual oleh petani langsung ke konsumen. Di jalan utama, penjualan buah belimbing berlangsung. Kedua, pengecer membeli produk dari petani secara langsung dan menjualnya kembali ke pelanggan. Ketiga, belimbing akan didistribusikan ke pengecer oleh pedagang besar. Belimbing kemudian sampai ke konsumen dari pedagang eceran.

DAFTAR PUSTAKA

Agromedia Editor. (2009). Smart book on the cultivation of superior Indonesian fruit plants. Jakarta: Agromedia Pustaka.

Arikunto, S. (2010) . Research procedure. Jakarta: Rineka Cipta Publisher.

Daniel. (2002). Introduction to Agricultural Economics. Jakarta: Earth Script

Kartasapoetra, G. (1992). Efficacious Plant Cultivation. Jakarta: Rineka Cipta

Kotler, (2000). Indonesian Marketing Management. Jakarta: Salemba Empat

Rahardi, F. (2004). Unraveling the Tangled Threads of Indonesian Fruit Agribusiness. Jakarta: Independent Spreader

Rahmawati, E. (1999). Mangosteen Marketing Channel Analysis. Thesis. Faculty of Agriculture, Bogor Agricultural University.

Sitompul, R.P. (2007). Farming Analysis and Trade System for Oranda Golden Goldfish. Thesis of the Faculty of Agriculture, Bogor Agricultural University.

Soekartawi. (1993). Basic Principles of Agricultural Economics Theory and Applications. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.