

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmad dan hidayah-Nya sehingga Prosiding Seminar Nasional dengan tema “Menuju Pengembangan Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan Nasional Berkelanjutan Melalui Pasar Virtual” yang diselenggarakan oleh Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, UPN “Veteran” Jawa Timur berkolaborasi dengan Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI) dan Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI) di Surabaya pada 6 Oktober 2021 dapat kami selesaikan.

Pada seminar dipresentasikan hasil penelitian, review, dan hasil pengabdian yang dilakukan oleh peneliti yang berasal dari berbagai instansi yang beragam. Hasil seminar tersebut kemudian didokumentasikan dalam prosiding ini.

Seminar dapat terlaksana dengan sukses atas bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kami sampaikan kepada penulis dan pembahas yang telah menyumbangkan pemikirannya dalam acara seminar nasional ini. Juga kami sampaikan terima kasih kepada para mitra bestari yang telah mereview semua makalah sehingga kualitas isi dari makalah dapat terjaga dan dipertanggungjawabkan. Tak lupa kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan bagi terselenggaranya seminar nasional ini dan atas tersusunnya prosiding ini.

Akhir kata semoga prosiding ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya dalam rangka pengembangan masyarakat.

Surabaya, 17 Oktober 2021

Tim Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	Page ii
DAFTAR ISI	Page iii
(Artikel 1)	Page 1
<i>Pengaruh Kinerja Penyuluh Pertanian Dalam Meningkatkan Produktivitas Jeruk Pamelos (Citrus Maxcima) Di Tambakmas Magetan</i>	
(Artikel 2)	Page 12
<i>Analisis Efisiensi Ekonomi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Industri Kecil Dan Menengah (Ikm) Tahu Bakso Di Kecamatan Ungaran, Kabupaten Semarang</i>	
(Artikel 3)	Page 22
<i>Efisiensi Usaha Lontong Kupang Di “Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang”</i>	
(Artikel 4)	Page 33
<i>Prospek dan Strategi Pengembangan Agroindustri Bawang Merah Goreng (Studi Kasus di CV Indonesia Kita) Kabupaten Nganjuk</i>	
(Artikel 5)	Page 47
<i>Analisis Pendapatan dan Risiko Usaha Perikanan Tambak Polikutur Bandeng - Udang Windu - Rumpit Laut di Kabupaten Sidoarjo</i>	
(Artikel 6)	Page 60
<i>Model Pengembangan UKM Teri Krispi dengan Memanfaatkan E- Commerce di Madura</i>	
(Artikel 7)	Page 69
<i>Elastisitas Transmisi Harga Day Old Duck (DOD) di Desa Modopuro Kabupaten Mojokerto</i>	
(Artikel 8)	Page 76
<i>Pengaruh Cita Rasa, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Agroindustri "Tahu Kopeci" Kuningan</i>	
(Artikel 9)	Page 85
<i>Analisis Pengaruh Experiential Marketing Dan Food Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kentucky Fried Chicken Manyar Surabaya</i>	
(Artikel 10)	Page 90
<i>Pengaruh Margin Pemasaran Terhadap Saluran Distribusi Tataniaga Buncis Di Sentra Produksi Poncokusumo</i>	

PENGARUH KINERJA PENYULUH PERTANIAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS JERUK PAMELO (*Citrus Maxcima*) DI TAMBAKMAS MAGETAN

Pawana Nur Indah, Sumartono, dan Dita Ayu Dwi Mandasari
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, UPN Veteran Jawa Timur
E-mail: pawana_ni@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kinerja penyuluh pertanian di Desa Tambakmas Kabupaten Magetan. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode survey dengan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kinerja penyuluh pertanian dalam meningkatkan produktivitas jeruk pameLO dikategorikan sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial penyuluh pertanian mempunyai pengaruh sangat tinggi terhadap peningkatan Produktivitas di Tambakmas, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,417 (unstandardized coefficients) dan nilai Beta sebesar 0,567 (standardized coefficients) dengan signifikan sebesar 0,000 atau sig. Sebesar 0%.

Kata Kunci: Kinerja, Penyuluh Pertanian, Usahatani Jeruk PameLO

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor penting pada negara karena berguna untuk memperbaiki mutu makanan penduduk dan untuk memenuhi kebutuhan pangan nasional. Dalam membangun sektor pertanian ada beberapa komponen yang sangat fungsional salah satunya adalah penyuluhan pertanian (Katon et al., 2017). Penyuluh pertanian adalah sarana kebijaksanaan yang digunakan pemerintah untuk mendorong pembangunan pertanian upaya untuk terciptanya iklim yang kondusif dalam membantu petani agar dapat berkembang menjadi dinamis (Mahyuddin et al., 2018) (Jalaluddin & Adjie, 2020). Kinerja penyuluh menjadi jembatan penghubung antara lembaga penelitian dan sumber-sumber teknologi lain kepada petani sangat vital. Kinerja penyuluh pertanian merupakan respons atau perilaku individu terhadap keberhasilan kerja yang dicapai dan dilaksanakan secara efektif efisien dalam usahatani (Bahua et al., 2010) (Sugiarta et al., 2017).

Kegiatan penyuluhan pertanian telah banyak dilakukan dengan berbagai macam metode dalam program penyuluhan pertanian diantaranya penyampaian materi (isi pesan) penyuluhan pertanian atau pelatihan yang dilakukan oleh penyuluh pertanian

kepada petani beserta anggota keluarganya baik secara langsung maupun tidak langsung agar mampu menggunakan inovasi baru (Erawan, 2019).

Kabupaten Magetan khususnya Desa Tambakmas merupakan salah satu desa yang mayoritas penduduknya sebagai petani dengan memiliki kebun jeruk 8 varietas dengan jumlah pohon yaitu sebanyak 6561 pohon dengan persentase tertinggi yaitu pada varietas nambangan yaitu sebesar 78,31% atau varietas pamelu. Pertimbangan Jeruk Pamelu menjadi pilihan untuk dikembangkan secara intensif di Magetan adalah karena keadaan tempat yang berada di dataran tinggi, iklim dan kondisi tanah yang cocok dengan memperoleh nilai produksi jeruk pamelu Kabupaten Magetan mencapai 54 miliar per tahun.

Peran penyuluh pertanian di Desa Tambakmas sangat mempengaruhi keberhasilan produksi jeruk pamelu. Keberhasilan penyuluhan pertanian dapat dilihat dengan banyaknya petani, pengusaha pertanian dan pedagang pertanian yang mampu mengelola dan menggerakkan usahanya secara mandiri. Dengan demikian hal itu diyakini bahwa penyuluh pertanian memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan usahatani jeruk pamelu. Oleh karena itu perlunya kajian tentang seberapa besar pengaruh kinerja penyuluh pertanian di Kabupaten Magetan khususnya Desa Tambakmas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Tambakmas Kabupaten Magetan. Penelitian ini menggunakan “metode survey”. Objek dalam penelitian ini hanya dibatasi pada penyuluh yang melakukan kegiatan penyuluhan pertanian sebanyak dua orang penyuluh pertanian dan 28 petani jeruk pamelu. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang terdiri dari lima variabel yang digunakan untuk peningkatan produktivitas. Dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi maka dilakukannya beberapa uji untuk mengetahui signifikansi variabel independen (bebas) secara bersama terhadap variabel dependent (terikat) adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya pada kuesioner.

Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan kuesioner dapat mengungkapkan

sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria untuk penilaian uji validitas sebagai berikut (Gunawan & Sunarfi, 2016):

- 1) Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrument pengukuran data dan data yang dihasilkan reliable jika jawaban seseorang (sampel) terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil waktu ke waktu, dimana untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,60 (Gunawan & Sunarfi, 2016).

3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \dots\dots\dots (Wati et al., 2020)$$

Keterangan:

- Y = Peningkatan produktivitas
- X1 = Kompetensi Penyuluh Pertanian
- X2 = Fasilitas Penyuluh Pertanian
- X3 = Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian
- X4 = Motivasi Penyuluh Pertanian
- X5 = Kepemimpinan Penyuluh Pertanian
- a = Intercept
- b = Koefisien Regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja Penyuluh Pertanian Terhadap Produktivitas Petani Jeruk Pamelon di Tambakmas Magetan

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa Kabupaten Magetan memiliki potensi di bidang pertanian dan pariwisata. Pertanian merupakan sektor yang paling dominan di Kabupaten Magetan, karena sebagian besar penduduk Magetan hidup dari bercocok tanam. Pengaruh kinerja penyuluh pertanian terhadap dalam meningkatkan produktivitas jeruk pamelon dapat dilihat pada rincian dibawah ini:

1. Uji Validitas

Tabel.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	Keterangan
Kompetensi Penyuluh Pertanian (X1)	X1.1	0.628	Valid
	X1.2	0.593	Valid
	X1.3	0.616	Valid
	X1.4	0.572	Valid
	X1.5	0.741	Valid
	X1.6	0.566	Valid
	X1.7	0.562	Valid
	X1.8	0.796	Valid
	X1.9	0.508	Valid
	X1.10	0.568	Valid
	X1.11	0.645	Valid
	X1.12	0.746	Valid
	X1.13	0.600	Valid
	X1.14	0.609	Valid
Fasilitas (X2)	X2.1	0.642	Valid
	X2.2	0.557	Valid
	X2.3	0.616	Valid
	X2.4	0.498	Valid
	X2.5	0.521	Valid
	X2.6	0.629	Valid
	X2.7	0.711	Valid
	X2.8	0.736	Valid
	X2.9	0.796	Valid
	X2.10	0.681	Valid
Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian (X3)	X3.1	0.592	Valid
	X3.2	0.799	Valid
	X3.3	0.517	Valid
	X3.4	0.703	Valid
Motivasi Penyuluh Pertanian(X4)	X4.1	0.646	Valid
	X4.2	0.768	Valid
	X4.3	0.768	Valid
	X4.4	0.606	Valid
	X4.5	0.520	Valid
	X5.5	0.777	Valid
Kepemimpinan Penyuluh Pertanian(X5)	X5.1	0.464	Valid
	X5.2	0.653	Valid
	X5.3	0.594	Valid
	X5.4	0.526	Valid
	X5.5	0.479	Valid
Peningkatan Produktivitas (Y)	Y1	0.457	Valid
	Y2	0.816	Valid
	Y3	0.479	Valid
	Y4	0.868	Valid
	Y5	0.635	Valid

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai r hitung (*Corrected Item-*

Total Correlation) > r tabel sebesar 0,956, artinya sebesar 95,6 persen dipengaruhi oleh variabel variabel yang digunakan dan sisanya 4,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan Tabel 1. Menunjukkan bahwa seluruh butir dinyatakan valid. Dengan demikian seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	Keterangan
Kompetensi Penyuluh Pertanian (X1)	X1.1	0.749	Reliabel
	X1.2	0.725	Reliabel
	X1.3	0.749	Reliabel
Fasilitas (X2)	X2.1	0.709	Reliabel
	X2.2	0.779	Reliabel
Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian (X3)	X3.1	0.756	Reliabel
Motivasi Penyuluh Pertanian(X4)	X4.1	0.761	Reliabel
Kepemimpinan Penyuluh Pertanian(X5)	X5.1	0.697	Reliabel
Peningkatan Produktivitas (Y)	Y1	0.763	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 1. Menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas instrument Kompetensi Penyuluh Pertanian (X1), Fasilitas (X2), Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian (X3), Motivasi Penyuluh Pertanian (X4), Kepemimpinan Penyuluh Pertanian (X5) dan Peningkatan produktivitas (Y) memiliki nilai “ Alpha Cronbach” lebih besar dari 0,600, yang berarti kelima instrumen dinyatakan reliable atau memenuhi persyaratan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan besarnya pengaruh variabel Kompetensi Penyuluh Pertanian, Fasilitas Penyuluh Pertanian, Lingkungan social Penyuluh Petanian, Motivasi Penyuluh Pertanian, Kepemimpinan Penyuluh Pertanian dan Peningkatan Produktivitas di Tambakmas. Adapun hasil Analisis

Linier Regresi Berganda untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Analisis Linier Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
	B		Beta		
(Constant)	3.740	1.174		3.185	.009
X1.1	-.129	.048	-.219	-2.671	.022
X1.2	-.017	.073	-.024	-.232	.821
X1.3	.312	.077	.545	4.076	.002
1 X2.1	.020	.052	.032	.380	.711
X2.2	-.006	.039	-.011	-.154	.880
X3	.417	.060	.567	6.965	.000
X4	.089	.068	.110	1.300	.220
X5	.170	.082	.238	2.066	.063

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.3.740 - 0.129X1.1 - 0.017X1.2 + 0.312X1.3 + 0.020X2.1 - 0.006X2.2 + 0.417X3 + 0.089X4 + 0.170X5$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta regresi sebesar 0.3.740, menunjukkan bahwa pada Kompetensi Penyuluh Pertanian, Fasilitas Penyuluh Pertanian, Lingkungan social Penyuluh Pertanian, Motivasi Penyuluh Pertanian, Kepemimpinan Penyuluh Pertanian dan Peningkatan Produktivitas dengan kondisi konstan atau $X = 0$, maka hasil panen komoditas jeruk pamele sebesar 0.3.740.
- 2) Kompetensi Penyuluh Pertanian (X1) koefisien regresinya sebesar $- 0.129$, mempunyai pengaruh yang negatif, artinya kompetensi penyuluh pertanian mengalami penurunan namun produktivitas jeruk pamele tetap signifikan tidak mengalami penurunan. Hal ini sesuai dengan penelitian (Sudiandnyana & Putra, 2019) menunjukkan bahwa kinerja atau kompetensi penyuluh pertanian memiliki peranan penting dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan dan kemampuan dalam mengamalkan teknologi yang akan berdampak pada peningkatan produktivitas usahatani. (Lindung, 2020) dengan kompetensi yang baik maka petugas penyuluh lapangan akan lebih termotivasi dalam bekerja dibandingkan petugas yang berkompentensi kurang.
- 3) Fasilitas (X2) koefisien regresinya sebesar 0.020, mempunyai pengaruh yang positif, artinya fasilitas yang semakin meningkat namun produktivitas jeruk

pamelo tidak signifikan atau mengalami penurunan. Hasil ini didukung oleh penelitian (Siregar et al., 2020) bahwa semakin terdukungnya fasilitas kerja maka semakin rendah kinerja penyuluh atau sebaliknya, semakin rendah fasilitas kerja maka semakin tinggi kinerja penyuluh

- 4) Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian (X3) koefisien mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0,417 dan signifikan terhadap produktivitas jeruk pamelo. Artinya apabila lingkungan social penyuluh pertanian semakin tinggi dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut dapat meningkatkan produktivitas jeruk pamelo di Tambakmas sebesar 0,417. Aktifnya peran kelompok dalam lingkungan sosial penyuluh petanian akan berimplikasi pada semangat kelompok dalam memotivasi diri untuk berkembang karena adanya peran pemerintah dalam bantuan modal atau program yang menunjang untuk keberhasilan usahatani (Farid & Romadi, 2016).
- 5) Motivasi Penyuluh Pertanian (X4) koefisien mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0.089, artinya apabila Motivasi Penyuluh Pertanian semakin tinggi dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut tidak dapat meningkatkan produktivitas jeruk pamelo di Tambakmas sebesar 0.089. Hal ini sejalan dengan (Khairunnisa et al., 2021) bahwa peran penyuluh pertanian sebagai motivator sangat membantu petani dalam mengarahkan usahatani sesuai anjuran dari Dinas Pertanian, mendorong untuk mengembangkan usahatani yang lebih menguntungkan dengan menerapkan teknologi yang lebih efisien dan efektif dalam berusahatani.
- 6) Kepemimpinan Penyuluh Pertanian (X5) koefisien mempunyai pengaruh yang positif sebesar 0.170, artinya apabila Kepemimpinan Penyuluh Pertanian semakin tinggi dengan asumsi variabel lain konstan, maka hal tersebut tidak dapat meningkatkan produktivitas jeruk pamelo di Tambakmas sebesar 0.170. Hal ini sejalan dengan (Mutmainah & Sumardjo, 2014) bahwa kepemimpinan terhadap kelompok sangat berperan penting dalam suatu kelompok semakin tinggi pendampingan dan tingkat partisipasi petani dalam mengikuti proses pemberdayaan petani dalam berusahatani.

Dari hasil estimasi regresi terlihat bahwa Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian mempunyai pengaruh lebih tinggi dibandingkan faktor lainnya terhadap

Peningkatan Produktivitas di Tambakmas, yang didasarkan pada nilai koefisien regresi sebesar 0,417 (*unstandardized coefficients*) dan nilai Beta sebesar 0,567 (*standardized coefficients*) dengan signifikan sebesar 0,000 atau sig. Sebesar 0%.

4. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Adapun hasil analisis statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel. 4 Hasil SPSS One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.24139893
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.087
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4. Menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200. Karena nilai Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari alpha 5% (0,050) maka dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Adapun nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF) disajikan pada tabel berikut ini:

Berdasarkan Tabel 5. Menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF < 10. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi penelitian ini adalah terbebas dari multikolinieritas atau dapat dipercaya dan obyektif.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	3.740	1.174			3.185	.009		
X1.1	-.129	.048	-.219		-2.671	.022	.598	1.671
X1.2	-.017	.073	-.024		-.232	.821	.381	2.625
X1.3	.312	.077	.545		4.076	.002	.226	4.434
X2.1	.020	.052	.032		.380	.711	.584	1.711
X2.2	-.006	.039	-.011		-.154	.880	.726	1.378
X3	.417	.060	.567		6.965	.000	.608	1.645
X4	.089	.068	.110		1.300	.220	.566	1.765
X5	.170	.082	.238		2.066	.063	.304	3.291

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah, 2020

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah menggunakan gletser test disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-.450	.637			-.708	.494
X1.1	-.030	.026	-.398		-1.135	.280
X1.2	.002	.040	.018		.041	.968
X1.3	-.018	.041	-.250		-.438	.670
X2.1	.006	.028	.075		.211	.837
X2.2	.001	.021	.017		.053	.959
X3	.021	.032	.228		.656	.525
X4	.014	.037	.141		.391	.703
X5	.049	.045	.537		1.091	.299

a. Dependent Variable: Res2

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6. Menunjukkan bahwa Pengetahuan Penyuluh Pertanian, Keikutsertaan Dalam Merancang Program (X1.2), Cara Penyampaian Materi (X1.3), Fasilitas Penyuluh Pertanian (X2.1), Alat Bantu (X2.2), Lingkungan Sosial Penyuluh Pertanian (X3), Motivasi Penyuluh Pertanian (X4), Kepemimpinan Penyuluh Pertanian (X5) disimpulkan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heteroskedastisitas. Artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual

sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar.

KESIMPULAN

Pengaruh kinerja penyuluh pertanian dalam meningkatkan produktivitas jeruk pamelo (*Citrus maxcima*) di Desa Tambakmas Magetan dalam menjalankan tugasnya sebagai komunikator, konsultan dan organisator dikategorikan sangat baik dan penilaian petani terhadap kinerja penyuluh pertanian dikategorikan baik dengan meningkatnya produktivitas jeruk pamelo disetiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial penyuluh pertanian mempunyai pengaruh sangat tinggi terhadap peningkatan Produktivitas di Tambakmas, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,417 (*unstandardized coefficients*) dan nilai Beta sebesar 0,567 (*standardized coefficients*) dengan signifikan sebesar 0,000 atau sig. Sebesar 0%.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahua, M. I., Jahi, A., Asngari, P. S., Saleh, A., & Purnaba, I. G. P. P. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Penyuluh Pertanian dan Dampaknya pada Perilaku Petani Jagung Di Provinsi Gorontalo (Factors Affecting the Performance of Agricultural Extension and Its Impact on the Behavior of Maize Farmers in Gorontalo Province). *Jurnal Ilmiah Agropolitan*, 3(1), 293–303.
- Erawan, N. (2019). Kinerja Penyuluh Pertanian Terhadap Keberhasilan Usahatani. *Journal of Agrifish*, 1(1), 25–30.
- Farid, A., & Romadi, U. (2016). Faktor-Faktor Berpengaruh Dalam Pengembangan Motivasi Anggota Kelompok tani Di Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Triton*, 7(2), 1–10.
- Gunawan, A. A., & Sunarfi, H. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1), 1–7.
- Jalaluddin, & Adjie, G. (2020). Analisis Kinerja Penyuluh Pertanian dalam Memberdayakan dan Memandirikan Petani Padi (*Oryza Sativa*) Sawah Di Kelurahan Kempas Jaya Kecamatan Kempas Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Selodang Mayang*, 6(2), 78–83.
- Katon, J. S., Eddy, B. T., & Mardiningsih, D. (2017). *Pengaruh Kinerja Penyuluh Pertanian Terhadap Perilaku Petani Padi Sawah Di Kecamatan Gabus Kabupaten Pati*. 1–9.
http://eprints.undip.ac.id/54394/1/jkosinarkaton_socialekonomi.pdf

- Khairunnisa, N. F., Saidah, Z., Hapsari, H., & Wulandari, E. (2021). Persepsi Petani Tentang Peran Penyuluh Pertanian dalam Peningkatan Pendapatan Petani Jagung Hibrida. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(1), 486–498.
- Lindung. (2020). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Di Provinsi Jambi. *Jurnal Kewidyaiswaraan*, 5(2), 76–86.
- Mahyuddin, T., Hanisah, & Rahmi, C. L. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Penyuluh Pertanian Di Kabupaten Aceh Timur. *AGRISAMUDRA*, 5(1), 22–29.
- Mutmainah, R., & Sumardjo. (2014). Peran Kepemimpinan Kelompok Tani Dan Efektivitas Pemberdayaan Petani. *Urnal Sosiologi Pedesaan* , 2(3), 182–199.
- Siregar, A. Z., Yahya, M., & Rozi, F. (2020). Kinerja Penyuluh Pertanian Dalam Pengembangan Usahatani Minapadi Di Desa Denai Lama Kecamatan Pantai Labu. *AGROHITA JURNAL AGROTEKNOLOGI*, 5(1), 257–268. <https://doi.org/10.31604/jap.v5i2.2419>
- Sudiandnyana, I. K. A., & Putra, I. G. S. A. (2019). Pengaruh Kinerja Penyuluh Pertanian Terhadap Perilaku Petani Pada Penerapan Tanam Jarwo 2:1di Kecamatan Banjarangkan Kabupaten Klungkung. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 7(1), 30–41.
- Sugiarta, P., Ambarawati, I., & Putra, I. G. S. A. (2017). Pengaruh Kinerja Penyuluh Pertanian Terhadap Perilaku Petani Pada Penerapan Teknologi Ptt Dan Produktivitas Padi Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 5(2), 34–43.
- Wati, A. N. R., Supriyono, & Daroini, A. (2020). Pengaruh Penyuluhan Pertanian Terhadap Perilaku Sosial Ekonomi Dan Teknologi Petani Padi Di Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 4(2), 353–360. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.02.13>

ANALISIS EFISIENSI EKONOMI PENGGUNAAN FAKTOR-FAKTOR PRODUKSI INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH (IKM) TAHU BAKSO DI KECAMATAN UNGARAN, KABUPATEN SEMARANG

Farida Yuanar Rahmawati, A. Setiadi E.Prasetyo

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

Email: faridayuanar@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan guna mengetahui apakah penggunaan faktor-faktor produksi Industri Kecil dan Menengah (IKM) tahu bakso sudah efisien secara teknis dan ekonomi, penelitian juga bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi teknis dan efisiensi ekonomi penggunaan faktor-faktor produksi Industri Kecil dan Menengah (IKM) tahu bakso yang berada di Ungaran, Semarang, Jawa tengah. Faktor-faktor produksi yang dianalisis meliputi jumlah tahu yang digunakan, jumlah bakso yang digunakan, tenaga kerja, gas, dan kemasan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik sampel jenuh, dimana menjadikan keseluruhan anggota populasi sebanyak 28 orang pemilik IKM menjadi sampel. Metode pengolahan data menggunakan Microsoft excel dan SPSS 23. Pengolahan data meliputi uji regresi linear berganda, uji t, uji f, analisis efisiensi teknis, dan analisis efisiensi ekonomi. Hasil penelitian ini adalah faktor produksi tahu bakso berupa jumlah tahu yang digunakan, bakso, tenaga kerja, gas, dan kemasan secara serempak berpengaruh terhadap produksi, faktor produksi bakso yang digunakan, tenaga kerja, dan kemasan berpengaruh secara parsial terhadap produksi. Faktor produksi tahu bakso Industri Kecil Menengah (IKM) di Ungaran yang berupa jumlah tahu yang digunakan, bakso, tenaga kerja, gas, dan kemasan belum efisien secara ekonomi dikarenakan nilai EE lebih/kurang dari 1.

Kata Kunci : faktor produksi, efisiensi teknis, efisiensi ekonomi

PENDAHULUAN

Sektor industri pangan di Indonesia saat ini sudah berkembang secara pesat beriringan dengan meningkatnya pendapatan penduduk tiap kota. Pada era globalisasi saat ini, sudah banyak industri makanan olahan yang populer diantara masyarakat dan menjadi peluang bisnis yang menjanjikan setiap tahun bersamaan dengan semakin sering berubahnya preferensi pilihan olahan makanan masyarakat, sumbangan industri olahan pangan kepada PDB terus meningkat setiap tahunnya, dimana dapat terlihat (tabel 1) PDB Industri Makanan terus naik setiap tahunnya. Menurut Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto, berpendapat bahwa IKM yang mendominasi populasi industri di dalam negeri adalah IKM pangan dan berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional.

Salah satu pihak yang juga berperan terhadap peningkatan perkembangan sektor pangan di Indonesia adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM). Menurut

Peraturan Kementerian Perindustrian No.64 tahun 2016 industri kecil adalah industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang, memiliki nilai investasi kurang dari 1 miliar rupiah, tidak termasuk tanah bangunan tempat usaha. Sedangkan, yang dimaksud dengan industri menengah adalah industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang dan nilai investasi minimal 1 miliar rupiah atau memiliki karyawan minimal 20 orang dan nilai investasi maksimal 15 miliar rupiah.

Sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah sektor industri yang paling banyak terdapat di Kabupaten Semarang. Menurut Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Semarang pada tahun 2020 terdapat 9.558 unit industri skala rumah tangga, 1.614 unit industri skala menengah, dan 190 unit industri skala besar di Kabupaten Semarang. Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Semarang menetapkan setiap kecamatan untuk menjadi sentra bagi produk olahan tertentu. Kecamatan Ungaran Barat dan Ungaran Timur merupakan sentra tahu bakso di Kabupaten Semarang.

Salah satu Industri Kecil dan Menengah (IKM) pangan olahan yang populer di Pulau Jawa khususnya Kabupaten Semarang yaitu adalah Industri Tahu Bakso. Industri tahu bakso berkembang pesat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk. Kecamatan Ungaran merupakan daerah yang terkenal dengan industri pembuatan tahu baksonya, sentra tahu bakso yang terdapat di Kecamatan Ungaran dari 28 unit usaha bakso yang berada di Kabupaten Semarang, 25 unit usaha berada di Kecamatan Ungaran, sedangkan 3 unit lainnya berada di Kecamatan Bergas.

Kegiatan industri pengolahan pangan tahu bakso merupakan kegiatan industri yang mengolah bahan baku menjadi produk akhir yaitu tahu bakso. Produksi tahu bakso yang menurun maupun meningkat dipengaruhi oleh beberapa faktor produksi, salah satunya yaitu dengan mengurangi maupun menambahkan penggunaan bahan baku. Bahan baku yang digunakan seperti jumlah tahu, bakso, gas, tenaga kerja, dan kemasan yang digunakan mempengaruhi hasil produksi tahu bakso. Kegiatan usaha akan berkembang dengan baik jika penggunaan faktor-faktor produksi dapat digunakan secara efisien.

Tingkat efisiensi faktor-faktor produksi terjadi apabila penggunaan beberapa faktor produksi yang digunakan dalam usaha sudah optimal baik secara teknis maupun secara ekonomis, agar menghasilkan produk yang maksimal. Pemilik Industri Kecil dan Menengah (IKM) tahu bakso sebagian besar belum memahami cara memaksimalkan penggunaan input produksi secara efisien dan optimal sehingga output yang dihasilkan belum atau bahkan tidak maksimal. Output dapat dicapai secara maksimal dengan cara diteliti penggunaan faktor produksinya yang belum optimal dan dihitung efisiensi ekonomi sehingga produksi tahu bakso memperoleh output produksi secara maksimal.

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui pengaruh penggunaan faktor input produksi agar optimal dalam penggunaan sarana produksi tahu bakso, dengan harapan nantinya pemilik Industri Kecil dan Menengah (IKM) dapat memproduksi makanan olahan tahu bakso dengan efisiensi terbaik.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2020 di wilayah Kecamatan Ungaran, Kabupaten Semarang. Pertimbangan memilih lokasi di daerah Kecamatan Ungaran karena menurut Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Semarang bahwa Kecamatan Ungaran sebagai sentra produksi sentra tahu bakso di Kabupaten Semarang.

Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik sampel jenuh. Teknik sampel jenuh adalah teknik yang penentuan sampel yang menjadikan seluruh anggota populasi sebagai sampel dengan syarat populasi yang ada kurang dari 30 orang. Metode pengambilan jumlah anggota populasi dalam penelitian ini diambil semua anggota populasi sebanyak 25 responden yang merupakan pemilik Industri Kecil dan Menengah (IKM) tahu bakso di Kecamatan Ungaran. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Sugiono (2015) yang menyatakan bahwa sampling jenuh atau sensus adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara yaitu mengajukan pertanyaan langsung ke responden pemilik IKM tahu bakso di Kecamatan Ungaran berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan. Observasi dilakukan dengan cara melihat langsung ke lapangan untuk mendapat gambaran tentang objek penelitian. Data sekunder yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari lembaga atau instansi terkait objek penelitian.

Metode Analisis Data

Metode pengolahan data menggunakan *Microsoft Excel* dan SPSS (*Statistic Program for Social Science*), variable pengamatan meliputi Produksi Tahu Bakso (Y), Tahu (X₁), Bakso (X₂), Tenaga Kerja (X₃), Gas (X₄), dan Kemasan (X₅).

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh terlebih dahulu akan ditabulasi di Ms. Excel dan kemudian akan di analisis menggunakan SPSS 23. Teknik analisis yang dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

Uji Regresi Linear Berganda.

Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Variabel Bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi penyebab bagi variabel lain (Siswanto, 2012). Variabel bebas pada penelitian ini adalah jumlah tahu yang digunakan (X₁), bakso (X₂), tenaga kerja (X₃), gas (X₄), dan kemasan (X₅) Variabel Terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain (Siswanto, 2012). Variabel terikat penelitian ini adalah produksi tahu bakso (Y) produsen IKM yang berada di Ungaran, Semarang. Persamaan regresi linier berganda yang digunakan mengacu pada Nachrowi dan Usman (2006) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Analisis Efisiensi Teknis dan Efisiensi Ekonomi.

Tujuan 3 dianalisis menggunakan efisiensi teknis dan efisiensi ekonomi. Efisiensi teknis penggunaan faktor produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus elastisitas produksi (Ekowati *et al.*, 2014 dalam Alvianto, 2017):

$$\text{Efisiensi Teknis} = \frac{\text{MPP}_{xi}}{\text{APP}_{xi}} = \frac{\text{B}_{xi} \cdot y_i/x_i \cdot x_i}{y_i} = \text{B}_{xi}$$

Keterangan :

B_{xi} : Elastisitas produksi x_i

APP_{xi} : produksi rata-rata faktor produksi ke i

MPP_{xi} : produksi marjinal faktor produksi ke i

x_i : faktor produksi i

y_i : hasil produksi i

i : 1,2,3,4,5

Efisiensi ekonomis tercapai bila Nilai Produk Marginal (NPM) sama dengan Biaya Korbanan Marginal (BKM) (Yousuf, 2012)

$$EE = \frac{NPM_{xi}}{BKM_{xi}} = \frac{MPP \cdot P_y}{P_{xi}} = 1$$

$$\text{Dan NPM} = \frac{b_{xi} \cdot Y \cdot P_y}{x_i}$$

Keterangan :

NPM : Nilai Produk Marginal

BKM : Biaya Korbanan Marginal

b_{xi} : Koefisien regresi masing-masing faktor produksi

Y : Hasil produksi rata-rata

X_i : Nilai rata-rata faktor produksi ke- i

P_y : Harga rata-rata hasil produksi

P_{xi} : Harga rata-rata masing-masing faktor produksi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji analisis variabel fungsi faktor produksi tahu bakso

Tabel 1. Output Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t
Konstanta (a)	0,085	
Tahu (LnX1)	0,527	0,000
Bakso (LnX2)	-0,008	0,566
Tenaga Kerja (LnX3)	-0,086	0,005
Gas (LnX4)	-0,036	0,326
Kemasan (LnX5)	0,426	0,000

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,085 + 0,527 \text{LnX1} - 0,008 \text{LnX2} - 0,086 \text{LnX3} - 0,036 \text{LnX4} + 0,426 \text{LnX5}$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diperoleh nilai konstan sebesar 0,085, hal ini menandakan bahwa jika variabel independen dianggap constant, maka rata-rata produksi tahu bakso sebesar 0,085.
2. Banyaknya tahu yang digunakan (LnX1) berpengaruh positif terhadap produksi tahu bakso (LnY) dengan koefisien regresi sebesar 0,527, apabila jumlah tahu dinaikan sebesar 1% maka akan meningkatkan jumlah produksi sebesar 0,527%, semakin tinggi penambahan jumlah tahu maka akan meningkatkan produksi tahu bakso.
3. Banyaknya bakso yang digunakan (LnX2) berpengaruh negatif terhadap produksi tahu bakso (LnY) dengan koefisien regresi sebesar -0,008, apabila penambahan bahan baku bakso ditambah 1% maka akan menurunkan jumlah produksi tahu bakso sebesar 0,008%.
4. Tenaga kerja (LnX3) berpengaruh positif terhadap produksi tahu bakso (LnY) dengan koefisien regresi sebesar 0,086, apabila jumlah tenaga kerja dinaikkan sebesar 1% maka akan meningkatkan tingkat produksi tahu bakso sebesar 0,086%, semakin tinggi jumlah tenaga kerja yang digunakan maka akan meningkatkan produksi tahu bakso, namun apabila semakin rendah tenaga kerja yang digunakan maka akan menurunkan produksi tahu bakso.
5. Banyaknya gas yang digunakan (LnX4) berpengaruh negatif terhadap produksi tahu bakso (LnY) dengan koefisien regresi sebesar -0,036, apabila jumlah tabung gas yang digunakan ditambah sebesar 1% maka akan menurunkan produksi sebesar 0,036%, semakin tinggi jumlah gas yang digunakan maka akan menurunkan produksi tahu bakso.

Efisiensi Teknis dan Ekonomi

Berdasarkan analisis efisiensi teknis, dapat diketahui bahwa :

1. Bahan baku tahu dapat diketahui bahwa nilai elastisitas bertanda positif sebesar 0,527 yang berarti bahwa setiap penambahan sebesar 1% dari rata-rata penggunaan tahu sekali produksi sebesar 93 buah akan meningkatkan produksi tahu bakso sebesar 0,527% dari produksi sebanyak 93,2 buah per-sekali proses produksi dengan asumsi faktor-faktor produksi lainnya konstan.

2. Bahan baku bakso dapat diketahui bahwa nilai elastisitas bertanda negatif sebesar -0,008 yang berarti bahwa setiap penambahan sebesar 1% dari rata-rata penggunaan bakso sekali produksi sebanyak 2,6kg per sekali proses produksi akan menurunkan produksi tahu bakso sebesar 0,008% dari produksi sebanyak 93,2 buah per sekali proses produksi dengan asumsi faktor-faktor produksi lainnya konstan.
3. Penggunaan tenaga kerja dapat diketahui bahwa nilai elastisitas bertanda negatif sebesar -0,086 yang berarti bahwa setiap penambahan sebesar 1% dari rata-rata penggunaan tenaga kerja sekali produksi sebanyak 7 hok akan menurunkan produksi tahu bakso sebesar 0,086% dari produksi sebanyak 93,2 buah per sekali proses produksi dengan asumsi faktor-faktor produksi lainnya konstan.
4. Penggunaan bahan baku gas dapat diketahui bahwa nilai elastisitas bertanda negatif sebesar -0,036 yang berarti bahwa setiap penambahan sebesar 1% dari rata-rata penggunaan gas sekali produksi sebanyak 4,68 kg akan menurunkan produksi tahu bakso sebesar 0,036% dari produksi sebanyak 93,2 buah per-sekali proses produksi dengan asumsi faktor-faktor produksi lainnya konstan
5. Penggunaan kemasan dapat diketahui bahwa nilai elastisitas bertanda positif sebesar 0,426 yang berarti bahwa setiap penambahan sebesar 1% dari rata-rata penggunaan kemasan sekali produksi sebanyak 120 buah akan menaikkan produksi tahu bakso sebesar 0,426% dari produksi sebanyak 93,2 buah per sekali proses produksi dengan asumsi faktor-faktor produksi lainnya konstan.

Tabel 2. Hasil perhitungan efisiensi teknis tahu bakso Ungaran

Faktor Produksi	MPP	APP	ET	EE
Tahu	0,612342	1,161939	0,527	5,011501
Bakso	-2,2E-05	0,002717	-0,008	-1,94825
Tenaga Kerja	-1,46888	17,08	-0,086	-0,27054
Gas	-0,70796	19,66556	-0,036	-0,39595
Kemasan	0,325569	0,764246	0,426	1,435467

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan analisis efisiensi ekonomi, dapat diketahui bahwa :

1. Nilai efisiensi ekonomi penggunaan faktor produksi tahu pada produksi tahu bakso sebesar 5,01 dimana lebih dari 1. Maka penggunaan faktor produksi tahu

belum efisien sehingga penggunaan faktor produksinya perlu ditambah. Penggunaan bahan baku tahu akan lebih efisien secara ekonomi apabila jumlah penggunaan tahu ditingkatkan, sehingga nilai produk marjinal (NPM) akan menurun dan sebanding dengan nilai biaya korbanan marjinal (BKM). Penggunaan bahan baku tahu rata-rata sebesar 93 buah bahan tahu digunakan per-sekali proses produksi.

Pengurangan dan penambahan jumlah tahu yang digunakan dapat disesuaikan, salah satunya dengan cara menggunakan tahu yang dibagi dua dibandingkan dengan menggunakan tahu utuh dalam penyajian produk tahu bakso atau dengan menggunakan variasi bahan tahu lain yang lebih murah.

2. Nilai efisiensi ekonomi penggunaan faktor produksi bakso pada produksi tahu bakso sebesar -1,49 dimana kurang dari 1. Maka penggunaan faktor produksi tahu belum efisien sehingga penggunaan faktor produksinya perlu dikurangi. Penggunaan bahan baku bakso akan lebih efisien secara ekonomi apabila jumlah penggunaan bakso dikurangi, sehingga nilai produk marjinal (NPM) akan meningkat dan sebanding dengan nilai biaya korbanan marjinal (BKM) maka grafik berada di daerah II nilai MPP dengan nilai positif.

Rata-rata penggunaan faktor produksi bakso yang digunakan oleh produsen tiap sekali proses produksi adalah sebanyak 2,6 kg. Penggunaan bahan baku bakso tidak efisien secara ekonomi, diduga karena penggunaan bahan baku bakso yang masih berlebihan sebagai *filler* untuk memikat perhatian konsumen. Penggunaan bakso sebagai *filler* dapat digunakan dengan lebih dari takaran dengan alternatif lain mengubah takaran daging yang digunakan untuk memperkecil biaya produksi.

3. Nilai efisiensi ekonomi penggunaan faktor produksi tenaga kerja pada produksi tahu bakso sebesar -0,27 dimana kurang dari 1. Maka penggunaan faktor produksi tenaga kerja belum efisien sehingga penggunaan faktor produksinya perlu dikurangi. Penggunaan tenaga kerja akan lebih efisien secara ekonomi apabila jumlah penggunaan tenaga kerja dikurangi, sehingga nilai produk marjinal (NPM) akan meningkat dan sebanding dengan nilai biaya korbanan marjinal (BKM). Penggunaan tenaga kerja perlu dikurangi agar grafik berada di

daerah II dan nilai MPP mencapai nilai positif sehingga tercapai efisiensi ekonomi.

Rata-rata penggunaan tenaga kerja yang digunakan oleh produsen Industri Kecil menengah (IKM) tahu bakso Ungaran sebanyak 7 hok per sekali proses produksi, mereka menggunakan tenaga kerja rumahan dimana ikut mengikutsertakan anggota keluarga sendiri untuk membantu proses produksi tahu bakso dari awal hingga akhir. Penggunaan tenaga kerja tidak efisien secara ekonomi, diduga penggunaan masih berlebihan sehingga perlu dikurangi mulai dari proses pengolahan bahan hingga pemasaran. Jumlah tenaga kerja dapat dikurangi dengan memanfaatkan teknologi mesin produksi berupa mesin giling tahu bakso dan lebih memfokuskan proses penjualan melalui online sehingga dapat menghemat penggunaan tenaga kerja dan meningkatkan produksi.

4. Nilai efisiensi ekonomi penggunaan faktor produksi gas pada produksi tahu bakso sebesar $-0,39$ dimana kurang dari 1. Maka penggunaan faktor produksi gas tidak efisien sehingga penggunaan faktor produksinya perlu dikurangi. Penggunaan bahan baku gas akan lebih efisien secara ekonomi apabila jumlah penggunaan gas dikurangi, sehingga nilai produk marjinal (NPM) akan meningkat dan sebanding dengan nilai biaya korbanan marjinal (BKM).

Rata-rata penggunaan bahan baku gas yang digunakan tiap sekali proses produksi adalah sebanyak 4kg gas yang digunakan. Penggunaan gas sebagai bahan bakar yang digunakan tidak efisien secara ekonomi, diduga karena produsen tahu bakso IKM yang berada di Ungaran umumnya menggunakan gas hanya pada waktu perebusan tahu bakso dan gas digunakan seperlunya. Penggunaan gas yang digunakan juga dapat diganti dengan menggunakan kayu bakar pada umumnya.

5. Nilai efisiensi ekonomi penggunaan faktor produksi kemasan pada produksi tahu bakso sebesar 1,43 dimana lebih dari 1. Maka penggunaan faktor produksi kemasan yang digunakan belum efisien sehingga penggunaan faktor produksinya perlu ditambah. Penggunaan bahan baku kemasan akan lebih efisien secara ekonomi apabila jumlah penggunaan bakso dikurangi, sehingga nilai produk marjinal (NPM) akan menurun dan sebanding dengan nilai biaya korbanan marjinal (BKM).

Rata-rata penggunaan kemasan yang digunakan tiap sekali proses produksi sebesar 121 kemasan. Penggunaan kemasan yang digunakan tidak efisien secara ekonomi, diduga karena penggunaan kemasan yang digunakan lebih dari rata-rata kuota produksi tahu bakso yang dihasilkan tiap sekali produksi yakni 93 buah tahu bakso per-harinya sehingga selalu terdapat kemasan yang berlebih setiap harinya. Kebanyakan produsen Industri Kecil Menengah (IKM) tahu bakso menggunakan kemasan kotak plastik sebagai wadah tahu bakso, ada pula beberapa diantara mereka yang menggunakan plastik dengan dalil menggunakan plastik lebih murah daripada kemasan kotak plastik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa Faktor produksi tahu, bakso, tenaga kerja, gas, dan kemasan secara serempak berpengaruh terhadap produksi tahu bakso di Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang. Faktor produksi bakso, tenaga kerja, dan kemasan berpengaruh secara parsial terhadap produksi tahu bakso di Kecamatan Ungaran, Semarang, sedangkan faktor produksi tahu dan gas tidak berpengaruh secara nyata. Faktor produksi tahu bakso berupa tahu, bakso, tenaga kerja, gas, dan kemasan belum efisien secara ekonomi dikarenakan nilai EE lebih/ kurang dari 1.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekowati, T., D. Sumarjono., H. Setiyawan., dan E. Prasetyo. (2014). Buku Ajar Usahatani. Semarang : UPT UNDIP Press Semarang.
- Nachrowi, D.N., dan H. Usman (2006). Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan. Jakarta : UI Press.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Jakarta : UI Press.
- Yousuf, A, K. 2012. Faktor – Faktor yang mempengaruhi efisiensi teknis pada usahatani padi lahan pasang surut di Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala. *Jurnal Agribisnis Pedesaan*. 2: 35 – 52.

EFISIENSI USAHA LONTONG KUPANG DI “SENTRA KULINER KHAS SIDOARJO LONTONG KUPANG”

Daninda Putri, Setyo Parsudi, dan Sri Widayanti

Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: Putridaninda22@gmail.com

ABSTRAK

Sentra kuliner khas Sidoarjo lontong kupang merupakan tempat berwirausaha lontong kupang terbesar di Jawa Timur, dengan adanya sentra kuliner ini diharapkan ramai pengunjung namun hal sebaliknya terjadi pengunjung sepi. Dengan sepihnya pengunjung menjadi pertanyaan mengapa mereka tetap bertahan di sentra tersebut. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji latar belakang dan permasalahan berwirausaha serta menganalisis efisiensi usaha lontong kupang di sentra kuliner Khas Sidoarjo lontong kupang. Analisis yang digunakan adalah analisis deksriptif, analisis biaya dan analisis R/C Ratio. Proses pengolahan menggunakan tabel presentase karakteristik reponden motivasi dan permasalahan berwirausaha dan menggunakan excel untuk mengolah analisis efisiensi usaha. Faktor yang melatar belakangi berwirausaha lontong kupang bukan dari faktor keluarga karena hanya sedikit yang berwirausaha sama, bukan dari faktor pendidikan maupun lingkungan, naun faktor yang paling melatar belakangi karena ingin mendapatkan keuntungan. Permasalahan yang dihadapi dalam berwirausaha adalah sepihnya pengunjung yang berakibat dengan kecilnya pendapatan. Dalam satu bulan usaha lontong kupang rata – rata biaya total sebesar Rp. 1.926.202,- memperoleh penerimaan rata - rata sebesar Rp. 2.287.500,- dan memperoleh keuntungan rata – rata sebesar Rp. 361.298,-. Tingkat efisiensi sebesar 1.191 dan diartikan usaha lontong kupang tersebut layak dijalankan meskipun pendapatan yang diterima kecil.

Kata Kunci : wirausaha, efisiensi usaha, pedagang

PENDAHULUAN

Sentra kuliner khas Sidoarjo lontong kupang merupakan tempat berwirausaha lontong kupang terbesar di Jawa Timur, sentra kuliner ini didirikan dengan harapan ramainya pengunjung karena menu yang disajikan merupakan makanan khas yang jarang ditemui dikota lainnya. Para pedagang rela merantau dari desa ke kota Sidoarjo ini karena mereka berfikir jika berwirausaha lontong kupang di sentra kuliner ini akan mendapatkan keuntungan yang besar. Namun hal sebaliknya terjadi, sentra kuliner ini sepi pengunjung. Dengan sepihnya pengunjung latar belakang apa yang mendasari para pedagang tetap bertahan bewirusaha di sentra kuliner tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut dilakukan. Penelitian ini bertujuan (1) mengkaji latar belakang dan permasalahan berwirausaha lontong kupang di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong kupang (2) menganalisis efisiensi usaha lontong di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang.

Menurut Ahadiat (2007), latar belakang wirausaha dapat dilihat dari lingkungan keluarga semasa kanak – kanak, riwayat pendidikan, nilai pribadi (*personal value*), usia, pekerjaan, dan motivasi. Motivasi berwirausaha merupakan suatu keadaan yang timbul dalam diri seseorang untuk mengambil tindakan untuk mencapai tujuan dalam bidang kewirausahaan. Menurut Leonardus Saiman (2009) mengemukakan empat motivasi seseorang untuk berwirausaha yaitu: laba, kebebasan, impian personal, dan kemandirian. Sedangkan efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas. Menurut Soekartawi (1995), efisiensi usaha dapat dihitung dari perbandingan antara besarnya penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan untuk berproduksi, yaitu dengan menggunakan R/C rasio atau *Return Cost Ratio*.

Pada tahun 2016 Riza Rofiul dkk meneliti latar belakang berwirausaha pedagang sayur di Pasar induk Puspa Agro Kabupaten Sidoarjo, dan menghasilkan bahwa latar belakang pedagang sayur adalah mempunyai pengalaman berdagang sayur, dan motivasi pedagang sayur adalah untuk mencukupi kebutuhan hidup. Lalu, pada tahun 2006 Susi Suyiowati melakukan penelitian dengan judul motivasi berwirausaha bunga potong di Pasar Kayoon Surabaya, dalam berwirausaha pedagang termotivasi oleh empat faktor yaitu: harga yang tinggi, pemasaran yang relative mudah, pengalaman berusaha menjual, dan pendapat yang tinggi. Dan yang terakhir oleh Dwi Perwitsari dkk pada tahun 2015 yang berjudul Analisis Kelayakan Usaha Warung Nasi Pecel Pincuk Garahan & Strategi Pengembangan disimpulkan bahwa UMKM warung pecel pincuk Garahan berskala rendah dan berskala sedang tidak layak untuk dikembangkan. Dengan demikian UMKM warung pecel pincuk Garahan berskala rendah dan sedang agar usahanya tetap bertahan menggunakan strategi penciutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang. pertimbangan bahwa lontong kupang merupakan makanan khas dari Kota Sidoarjo yang mempunyai daya tarik seseorang untuk ingin mencobanya. Dan sentra kuliner khas Sidoarjo ini merupakan tempat penjualan lontong kupang

terbesar di Jawa Timur karena terdapat 16 orang pedagang yang berjualan disana. Penentuan sampel diteliti dengan jenis *Non Probability Sampling* yang dipilih dengan Sampling Jenuh (sensus) dimana seluruh pedagang lontong kupang mendapatkan kesempatan menjadi sampel.

Data dan Sumber Data

Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan para pedagang lontong kupang yang berada di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong kupang.

Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama mengkaji latar belakang dan permasalahan berwirausaha lontong kupang di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang digunakan analisis deksriptif dengan tabel untuk mengetahui berapa presentase paling tinggi yang diberikan oleh responden. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Mathieu (1990) tentang karakteristik yang mencakup usia (tahun), jenis kelamin (laki – laki / perempuan), masa kerja (tahun), tingkat pendidikan (SD, SMP, SMA, S1, dan lain - lain), dan suku bangsa (jawa, madura, batak, dan lain – lain) atau ditinjau dari aspek demografis, sosiologis dan ekonomis. Tentang motivasi berwirausaha menurut Saiman (2009) yang mencakup laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian. Dan hambatan berwirausaha (modal, harga, bahan baku, dan persaingan usaha).

Metode yang digunakan untuk menjawab tuuan kedua menganalisis efisisensi usaha lontong di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang digunakan analisis keuntungan usaha dan analisis efisiensi usaha

1) Analisis Keuntungan Usaha

Keuntungan yang diperoleh adalah selisih antara penerimaan total (TR) dengan biaya total (TC). Secara matematisnya dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan:

π (*Profit*) = keuntungan pedagang lontong kupang (Rupiah)

TR (*Total Revenue*) = penerimaan total pedagang lontong kupang (Rupiah)

TC (*Total Cost*) = biaya total pedagang lontong kupang (Rupiah)

2) Analisis Efisiensi Usaha Lontong Kupang

Untuk mengetahui efisiensi berwirausaha lontong kupang di Sentra Kuliner Lontong Kupang Gedangan yang sedang dijalani selama ini, dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan R/C (*Return Cost*) ratio. Efisiensi pedagang lontong kupang dapat dihitung dengan membandingkan besarnya penerimaan penjualan lontong kupang dengan biaya yang digunakan untuk produksi lontong kupang tersebut. Secara matematis rumusnya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi Usaha} = \frac{R}{C}$$

Keterangan:

R (*Revenue*) = penerimaan pedagang lontong kupang (Rupiah)

C (*Cost*) = biaya total pedagang lontong kupang (Rupiah)

Kriteria penilaian efisiensi usaha adalah:

R/C > 1 berarti pedagang lontong kupang yang dijalani sudah efisien

R/C ≤ 1 berarti pedagang lontong kupang yang dijalani tidak efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Berwirausaha Lontong Kupang

Latar belakang wirausaha dapat dilihat dari lingkungan keluarga semasa kanak – kanak, riwayat pendidikan, usia, pekerjaan, dan motivasi pedagang lontong kupang.

Berdasarkan usia responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden (tahun)	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	30 – 40	2	12.5
2	40 – 50	6	37.5
3	Lebih dari 50	8	50
	Total	16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan bahwa kebanyakan usia pedagang di Sentra Kuliner khas Sidoarjo lebih dari 50 tahun. Hal tersebut dikarenakan bahwa pedagang lontong kupang berkeinginan untuk mandiri dengan cara berpenghasilan dari berjualan lontong kupang untuk memenuhi kebutuhannya dan keluarganya. Dapat

digambarkan bahwa usia bukan faktor pedagang berwirausaha karena jumlahnya sedikit.

Berdasarkan pendidikan responden

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	SD	6	37.5
2	SMP	6	37.5
3	SMA	3	18.75
4	Lainnya	1	6.25
Total		16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tertinggi yang di tempuh oleh pedagang lontong kupang adalah tingkat pendidikan dasar dan menengah, hal ini dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan rata – rata mereka masih tergolong rendah. Faktor pendidikan bisa menjadikan alasan mendasar mereka berwirausaha karena merasa tidak memiliki skill.

Berdasarkan cita – cita menjadi pedagang lontong kupang

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Cita – cita menjadi Pedagang Lontong Kupang

No	Cita – cita menjadi pedagang lontong kupang	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	Mempunyai	9	56.25
2	Tidak mempunyai	7	43.75
Total		16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan bahwa kebanyakan pedagang lontong kupang mempunyai cita–cita berwirausaha lontong kupang. karena mereka berfikir jika berwirausaha lontong kupang menguntungkan untuk menghidupi kebutuhan sehari hari. sebagian besar dari mereka memiliki cita – cita sebagai pedagang lontong kupang.

Hal ini dikarenakan dari 7 orang pedagang lontong kupang memang bercita – cita berwirausaha lontong kupang dan sisanya 2 orang ingin meneuskan usaha dari orang tuanya. Faktor cita – cita berwirausaha bukan alasan mereka berwirausaha lontong kupang.

Berdasarkan pengalaman bekerja sebelum berdagang lontong kupang

Tabel 4 menunjukkan bahwa pekerjaan sebelumnya banyak yang menjadi petani, hal tersebut dikarenakan rata – rata pedagang berasal dari pedesaan yang notabene

pekerjaan utama mereka adalah bertani maupun berkebun. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pedagang yang berprofesi sebagai petani sebanyak 6 orang

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bekerja Sebelum Berdagang Lontong Kupang

No	Pengalaman bekerja sebelum berdagang lontong kupang	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Mempunyai Pengalaman Karyawan di pabrik, karyawan swasta	4	18.75
	Petani	6	12.5
	Rumah makan	3	12.5
2	Tidak Mempunyai Pengalaman	3	56.25
	Total	16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Berdasarkan pekerjaan orang tua sebelumnya

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan Orang Tua Sebelumnya

No	Pekerjaan Orang Tua	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Berdagang lontong kupang	3	18.75
2	Petani	6	37.5
3	Tukang becak	1	6.25
4	Pedagang	4	25
5	Pengepul Padi	2	12.5
	Total	16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan orang tua sebelumnya banyak yang menjadi petani, pekerjaan orang tua responden sebelumnya yang terbanyak adalah berprofesi sebagai petani. hal tersebut terjadi dikarenakan banyak dari mereka bersala dari desa, dimana masyarakat pedesaan dominan berprofesi sebagai petani untuk memnuhi kebutuhan hidupnya. Dari faktor ini dapat dilihat bahwa dari faktor orang tua buka menjadi dasar mereka berwirausaha karena hanya sedikit yang berdagang lontong kupang.

Berdasarkan kepemilikan saudara yang berwirausaha

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Saudara yang Berwirausaha

No	Kepemilikan Saudara	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Memiliki	3	18.75
2	Tidak Memiliki	13	81.25
	Total	16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari faktor lingkungan semasa kecil bukan menjadi dasar mereka berwirausaha karena hanya sedikit berjumlah 3 orang saudara yang

berwirausaha sama yaitu lontong kupang.

Berdasarkan kepemilikan teman yang berwirausaha

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Teman yang Berwirausaha

No	Kepemilikan Teman	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Memiliki	2	12.5
2	Tidak Memiliki	14	87.5
	Total	16	100

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas dapat dilihat bahwa dari faktor teman bukan menjadi alasan mereka berwirausaha, hal tersebut dikarenakan hanya sedikit berjumlah 2 orang yang berwirausaha lontong kupang.

Motivasi berwirausaha lontong kupang

Tabel 8. Motivasi Berwirausaha Lontong Kupang

No	Motivasi Berwirausaha	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Mendapatkan keuntungan	9	56.25
2	Merasakan kebebasan	5	31.25
3	Impian sejak dahulu	2	12.5
4	Ingin merasakan mandiri	8	50

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan ada beberapa mragam motivasi mereka berwirausaha terdapat 4 motivasi yaitu mendapatkan keuntungan, merasakan kebebasan, impian sejak dahulu, dan ingin merasakan mandiri. Dalam tabel tersebut terlihat bahwa para peadagang termotivasi dalam berwirausaha karena mendapatkan keuntungan. Keuntungan ini pula yang akan membuat pedagang tersebut memilih untuk bertahan atau meninggalkan. Motivasi ini merupakan alasan yang medasar mengapa para pedagang memilih untuk berwirausaha usaha lontong kupang di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo. Banyak para pedagang memilih motivasi mereka dalam berwirausaha utuk mendapatkan keuntungan

Masalah yang Dihadapi dalam Berwirausaha

Tabel 9. Masalah yang Dihadapi Responden Dalam Berwirausaha

No	Masalah yang Dihadapi	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Permodalan	5	31.25
2	Permasalahan Harga	6	37.5
3	Banyak Pesaing	9	56.25
4	Sepi Pengunjung	14	87.5
5	Pendapatan yang Kecil	13	81.25

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan banyaknya responden yang menyatakan bahwa banyaknya pesaing merupakan masalah dalam berwirausaha. Responden yang menyatakan bahwa banyaknya pesaing merupakan faktor yang menjadi suatu permasalahan berwirausaha. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pedagang lontong kupang sehingga membuat konsumen yang akan membeli akan kebingungan dalam memilih

Analisis Efisiensi Lontong Kupang

Analisis Biaya

Biaya variabel, biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi lontong kupang itu sendiri. usaha lontong kupang meliputi biaya – biaya yang digunakan dalam proses produksi dan kupang sebagai bahan utamanya.

Tabel 10. Rata – rata Biaya Total yang Digunakan Dalam Berwirausaha Lontong Kupang Per Bulan

Biaya Total	Jumlah (Rp)
Biaya Variabel Lontong Kupang	1.060.927,
Biaya Tetap	849.420,-
Total	1.910.346,-
Bunga modal	0.083%
Biaya Total	1.926.202,-

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas dapat dilihat bahwa biaya yang dikeluarkan untuk biaya variabel sebesar Rp. 1.060.927,- dan tergolong cukup besar. Besarnya jumlah biaya variable di karenakan jumlah produksi / porsi cukup besar. Biaya – biaya tersebut merupakan biaya yang digunakan untuk penunjang produksi dari lontong kupang tersebut

Tabel diatas juga menjelaskan bahwa jumlah biaya tetap yang dikeluarkan para pedagang lontong kupang dalam satu bulan rata – rata sebesar Rp. 849.420,-/bulan. Dengan ini biaya total dalam usaha lontong kupang merupakan penjumlahan antara biaya variabel, biaya semi variabel dan biaya tetap. Biaya tersebut ditambah lagi dengan bunga modal, dimana besaran bunga modal adalah 0.083% perbulan dan menjadikan rata – rata total biaya sebesar Rp. 1.926.202,-

Analisis Efisiensi Usaha Lontong Kupang (R/C Ratio)

R/C ratio merupakan salah satu analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah

usaha para pedagang lontong kupang pada Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang mengalami kerugian, Dengan cara membandingkan antara jumlah penerimaan (*TR*) dan jumlah total biaya (*TC*).

Tabel 11. Rata – rata Analisis Pendapatan dan Efisiensi Usaha Lontong Kupang Perbulan

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1	Penerimaan	2.287.500,-
2	Biaya total	1.926.202,-
3	Pendapatan / Keuntungan	361.298,-
4	<i>R/C Ratio</i>	1.191

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Responden

Tabel diatas menunjukkan bahwa dengan rata – rata pengeluaran biaya sebesar Rp.1.926.202,-/bulan di Sentra Kuliner Khas sidoarjo Lontong Kupang menghasilkan rata– rata nilai penerimaan sebesar Rp. 2.287.500,-/bulan atau setiap pengeluaran 1 satuan akan memberikan penerimaan sebesar R/C 1.191 satuan. Dengan demikian motivasi berwirausaha lontong kupang untuk mendapatkan keuntungan tercapai. Dimana usaha lontong kupang pada Sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang layak untuk dikembangkan serta efisien dalam penggunaan biaya. Rata – rata pendapatan yang diterima dalam satu bulan yaitu Rp. 361.298, jumlah tersebut sangat kecil untuk memenuhi kebutuhan hidup setiap harinya. Dengan kecilnya keuntungan yang diterima para pedagang menambah pendapatannya dengan menjual menu makanan dan minuman selain lontong kupang, sehingga diterima keuntungan sebesar Rp. 3.938.260,- /bulan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Latar belakang orang berdagang lontong kupang di Sentra Kuliner Khas Sidoarjo, bukan karena faktor keturunan karena hanya sedikit orang tua yang berwirausaha lontong kupang, bukan karena faktor lingkungan (teman dan saudara) karena hanya sedikit yang berwirausaha lontong kupang, bisa dikatakan karena faktor pendidikan yang dimiliki tergolong rendah, faktor yang paling melatar belakangi yaitu faktor motivasi dimana pedagang berwirausaha karena ingin mendapatkan keuntungan. Para pedagang lontong kupang merasakan permasalahan serius yang terjadi pada Sentra Kuliner Khas Sidoarjo adalah masalah sepi pengunjung. Dalam satu bulan usaha lontong kupang membutuhkan rata – rata biaya total

sebesar Rp. 1.926.202,- memperoleh penerimaan rata-rata sebesar Rp. 2.287.500,- dan memperoleh keuntungan rata-rata sebesar Rp. 361.298,-. Tingkat efisiensi sebesar 1.191 dan diartikan usaha lontong kupang tersebut layak dijalankan meskipun pendapatan yang diterima kecil. Dengan kecilnya pendapat para pedagang menjual menu lain dan diterima keuntungan rata-rata perbulan sebesar Rp. 3.938.260,-.

Saran

Para pedagang lontong kupang yang berada di sentra Kuliner Khas Sidoarjo Lontong Kupang untuk bisa menciptakan inovasi baru dari segi fasilitas, pelayanan, penyajian, rasa dan penampilan tempat berwirausaha. Dan sebaiknya meningkatkan pemasaran mereka dengan cara memberi promosi – promosi, memperluas pasar dengan cara menawarkan produknya pada catering dan mempromosikan melalui sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadiat, Ayi. 2007. *Kewirausahaan Dalam Berbagai Perspektif*. <http://cefeindo.wordpress.com/page/30/>. 20 Maret 2018.
- Bateman. and Crant. (1993), “*The proactive component of organizational behavior*”, *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 14,.
- Dewanti, Retno.2008.*Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Dian Nurapriliani, Dian dan Ilyas. (2014). *Strategi Membangun Sikap Berwirausaha (Studi pada Home Industry Pembuatan Telur Asin di Kecamatan Brebes)*. Jurnal Pendidikan Luar Sekolah, Universitas Negeri Semarang.
- Frese, Kring, Soose. and Zempel. (1996), “*Personal initiative at work: differences between East and West Germany*”, *Academy of Management Journal*, Vol. 39 No. 1.
- Kuratko. and Hodgett. (2000). *Entrepreneuership*. Australia: Thompson.
- Lai, Tsung and Chen, 2010, *Moral Intensity and Organizational Commitment: Effects on Whistleblowing Intention and Behavior*, *European Business Ethics Network Ireland Research Conference*, June 8- 10.
- Leonardus Saiman. (2009). *Kewirausahaan* .Jakarta: Salemba Empat.
- Nopirin. 1997. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro dan Mikro*. Yogyakarta: BPFE.
- Parker. (2000), “*From passive to proactive motivation: the importance of flexible role orientations and role breadth self-efficacy*”, *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 49.

- Perwitsari Wiryaningtyas, Dwi., & Ashary, Luckman. (2015). *Analisis Kelayakan Usaha Warung Nasi Pecel Pincuk Garahan & Strategi Pengembangan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH, Vol. 13, No. 2.
- Priyono, S dan Soerata. (2004). *Kiat Sukses Wirausaha*. Yogyakarta: PALEM Pustaka. Robbins, Stephen. dan Coulter, Mary. (2010). *Manajemen* (edisi kesepuluh). Jakarta: Erlangga.
- Robinson. dan Hayes. (1991), "*Kewirausahaan pendidikan di universitas besar Amerika*", *Kewirausahaan Teori & Praktek*, Vol. 15 No 3.
- Rotter, 2006. *Generalized Expectancies for Internal Versus External control of Reinforcement*. Pshycological Monographs.
- Savoiu, Gheorghe. *Enterprise, Entrepreneur, and Entrepreneurship – The Main Semantic Chain In Contemporary Economics (Online)*, diakses 20 Maret 2018 dari [Http://search.proquest.com](http://search.proquest.com).
- Schumpeter, Joseph (1951) "*Change and the Entrepreneur*" in Essays of J.A.
- Soekartawi. 2003. *Agribisnis, Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santi, Susiyowati, 2006. *Motivasi Berwirausaha Bunga Potong di Pasar Kayoon Surabaya, UPN Veteran Jawa Timur*.

PROSPEK DAN STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI BAWANG MERAH GORENG (STUDI KASUS DI CV INDONESIA KITA KABUPATEN NGANJUK)

Fifi Rosyidah, Hamidah Hendrarini, Setyo Parsudi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Email: Setyoparsudi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Menganalisis prospek usaha agroindustri bawang merah goreng (2) Menganalisis nilai tambah pada agroindustri bawang merah goreng (3) Memformulasikan strategi pengembangan pada agroindustri bawang merah goreng CV Indonesia Kita. Metode penelitian ini adalah metode analisis trend, metode analisis hayami dan metode analisis SWOT untuk memformulasikan strategi pengembangannya. Penentuan responden dilakukan secara purposive sampling, data yang didapatkan berasal dari data primer dan sekunder. Hasil Penelitian yang didapatkan yaitu Prospek usaha agroindustri bawang merah CV Indonesia Kita bagus dilihat dari tiga aspek yang pertama prospek produksi didapatkan peramalan dengan persamaan $y = 2.960 + 30x$ dan permalan penjualan dengan persamaan sebesar $y = 2850 + 21,40x$ serta didapatkannya laba bersih sebesar 20.392.503/bulan. sehingga dapat disimpulkan bahwa prospek dalam agroindustri CV Indonesia Kita ini cerah. Nilai tambah pada agroindustri bawang merah CV Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk sebesar Rp 48.760/kg bahan baku. Angka ini merupakan selisih antara nilai produk dengan harga bahan baku sebesar Rp. 15.000/kg dan sumbangan input lain. Rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 36,11 %. Formulasi strategi pengembangan menghasilkan posisi perusahaan CV Indonesia Kita berada pada titik agresif yang mana berada pada kuadran I. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth oriented strategy).

Kata Kunci : Agroindustri Bawang Merah, Prospek, Nilai Tambah, Strategi Pengembangan

PENDAHULUAN

Subsektor hortikultura merupakan komponen penting dalam pembangunan pertanian yang terus bertumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu. Pasar produk komoditas tersebut bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar di dalam negeri saja, melainkan juga sebagai komoditas ekspor yang dapat menghasilkan devisa untuk negara. Bawang merah merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan yang sejak lama telah diusahakan oleh petani secara intensif. Komoditas bawang merah juga merupakan sumber pendapatan dan kesempatan kerja yang memberikan kontribusi cukup tinggi terhadap perkembangan ekonomi wilayah (Rp. 2,7 triliun/tahun), dengan potensi pengembangan areal cukup luas mencapai ± 90.000 ha (Dirjen Hortikultura, 2015).

Menurut Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2015 di kabupaten yang menjadi sentra produksi bawang merah di Jawa Timur ada empat kabupaten. Kabupaten tersebut antara lain Kabupaten Nganjuk, Kabupaten Probolinggo, Kabupaten Sampang dan Kabupaten Bojonegoro. CV Indonnesia Kita merupakan salah satu agroindustri bawang merah goreng di Kabupaten Nganjuk. Agroindustri ini dalam proses usahanya terdapat beberapa kendala, diantaranya adanya pesaing usaha sejenis, dalam proses produksi khususnya dalam pengirisan bawang, masih menggunakan teknologi tradisional. Kelengkapan administrasi yang belum tertata secara kontinyu, belum maksimalnya keterampilan SDM khususnya dalam proses pemasaran, skala usaha yang masih dalam skala lokal dan belum maksimalnya dalam lingkup nasional maupun internasional serta beberapa kendala mengenai proses kelembagaan tenaga kerja. Berdasarkan kondisi ini, peneliti tertarik mengenai seberapa besar nilai tambah bawang merah, keuntungan, potensi maupun pemasarannya sehingga dapat diketahui prospek usaha serta bagaimana strategi pengembangan Agroindustri CV Indonesia

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk menguji tujuan pertama, yaitu mengenai trend produksi dan penjualan agroindustri olahan bawang merah CV. Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk yaitu menggunakan metode *least square* (Metode Jumlah Kuadrat Terkecil) dengan ukuran waktu selama limabelas bulan terakhir. Menurut Siagian dan Sugiarto (2006), aplikasi metode jumlah kuadrat terkecil untuk data deret waktu ditujukan untuk melihat trendnya.

Model trend linier deret waktu ditentukan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y = Nilai yang diramalkan a = konstanta

X = Serangkaian tahun yang dihitung b = koefisien

Metode yang digunakan untuk tujuan kedua, yaitu mengenai analisis nilai tambah pada pengolahan bawang merah menjadi olahan bawang merah goreng pada agroindustri CV. Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk menggunakan metode hayami. Menurut Sudiyono (2002) besarnya nilai tambah karena proses pengolahan

didapat dan pengurangan biaya bahan baku dan input lainnya terhadap nilai produk yang dihasilkan, tidak termasuk tenaga kerja.

Tabel 1 Analisis nilai tambah Hayami

Variabel	Notasi
Output, Input, dan Harga	
Output (kg/minggu)	A
Bahan baku (kg/minggu)	B
Tenaga kerja (HOK/minggu)	C
Faktor konversi	$D = A/B$
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E = C/B$
Harga output (Rp/kg)	F
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan nilai tambah	
Harga bahan baku (Rp/kg)	H
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I
Nilai output (Rp/kg)	$J = D \times F$
Nilai tambah (Rp/kg)	$K = I - J - H$
Rasio nilai tambah (%0	$L = (K/J) \times 100\%$
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M = E \times G$
Bagian tenaga kerja (%)	$N = (M/K) \times 100\%$
Keuntungan (Rp/kg)	$O = K - M$
Bagian keuntungan (%)	$P = (O/K) \times 100\%$
Balas Jasa untuk Faktor Produksi	
Margin keuntungan	$Q = J - H$
Keuntungan (%)	$R = O/Q \times 100\%$
Tenaga kerja (%)	$S = M/Q \times 100\%$
Input lain (%)	$T = I/Q \times 100\%$

Sumber : Hayami (1987)

Keterangan :

- A = Output atau total produksi bawang merah yang dihasilkan oleh agroindustri bawang goreng
- B = Input atau bahan baku yang digunakan untuk memproduksi bawang goreng
- C = Tenaga kerja yang digunakan dalam memproduksi bawang merah dihitung dalam bentuk HOK (Hari Orang Kerja) dalam satu periode analisis
- F = Harga produk yang berlaku pada satu periode analisis
- G = Jumlah upah rata-rata yang diterima oleh pekerja dalam setiap satu periode produksi yang dihitung berdasarkan per HOK (Hari Orang Kerja)
- H = Harga input bahan baku utama yaitu bawang merah per kilogram pada saat periode analisis
- I = Sumbangan atau biaya input lainnya yang terdiri dari biaya bahan baku penolong, biaya penyusutan.

Metode yang digunakan untuk menguji tujuan ketiga yaitu mengenai strategi pengembangan pada pengolahan bawang merah menjadi olahan bawang merah goreng pada agroindustri CV. Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk yaitu menggunakan alat analisis SWOT.

Tabel 2. Maktriiks Analisis SWOT

Faktor Internal	Kekuatan (S) Daftarkan 5-10 faktor-faktor internal	Kelemahan (W) Daftarkan 5-10 faktor-faktor eksternal
Faktor Eksternal		
Peluang (O) Daftarkan 5-10 faktor-faktor eksternal	Strategi (SO) Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Buat strategi disini yang memanfaatkan peluang mengatasi ancaman
Ancaman (T) Daftarkan 5-10 faktor-faktor eksternal	Strategi (ST) Buat strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi (WT) meminimalkan kelemahan untuk dan menghindari ancaman

Sumber : (Rangkuti, 2015)

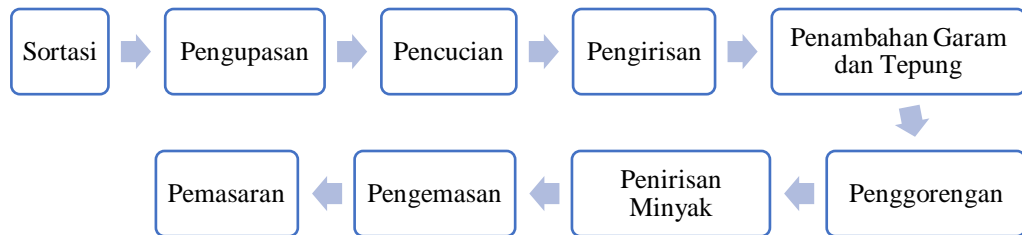
HASIL DAN PEMBAHASAN

CV Indonesia Kita didirikan oleh Bapak Puguh Wicaksono pada 10 Maret 2015. Beliau merupakan pendiri, pemilik serta pengelola usaha ini selain dibantu oleh beberapa petani sebagai mitra kerjanya dalam pengelolaan usaha ini. Awal mulanya beliau memproduksi bawang goreng nabati yang masih dalam lingkup usaha perumahan yang terletak di dua tempat yaitu Jalan Semeru No 76 Kedondong Kecamatan Bagor Kabupaten Nganjuk dan di Perumnas Candi K21 Kecamatan Loceret Kabupaten Nganjuk yang sampai sekarang usaha telah berkembang dengan baik.

Agroindustri bawang merah yang diusahakan oleh CV Indonesia Kita merupakan proses kegiatan pasca panen dengan menambahkan nilai tambah (*value added*) bawang merah, dengan menambahkan bahan baku penolong atau tambahan lainnya, sehingga menghasilkan output berupa bawang goreng. Proses produksi bawang

goreng berlangsung di Jalan Semeru No 76 Kedondong Kecamatan Bagor Kabupaten Nganjuk. Proses produksi diawali dengan pengadaan input yaitu bahan baku bawang merah, proses produksi hingga output yaitu pemasaran bawang goreng.

Berikut merupakan proses agroindustri bawang goreng.



Gambar 1. Proses Produksi Agroindustri Bawang Merah Goreng

Biaya tetap dan biaya variabel dari data di atas, maka dapat diketahui besarnya nilai input yang diterima perusahaan selama satu bulan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$I = Yr - Ye$$

Dimana : I = Laba

Yr = Jumlah total penerimaan

Ye = Jumlah total biaya produksi

Saat $I > 0$, yaitu besarnya laba yang diterima, sehingga agroindustri bawang goreng dinyatakan layak dilakukan dan dilanjutkan (Murliadi, 2010).

1. Penerimaan = Total Produksi x Harga jual

Rasa original : 2000 pcs x 25.000 = 50.000.000

Rasa Pedas manis: 1000 pcs x 27.000 = 27.000.000

Total Penerimaan = 77.000.000

Hasil penerimaan perusahaan menunjukkan sebesar Rp. 77.000.000 perbulan dengan total penjualan 5000 bungkus untuk dua macam rasa.

2. Laba = Total Penerimaan – Total biaya Produksi

I = Yr - Ye

= 77.000.000 – 56.607.497

= 20.392.503/bulan

Terbukti $I > 0$, yaitu besarnya laba bersih yang diterima lebih besar dari nol, sehingga agroindustri bawang goreng dinyatakan layak dilakukan dan dilanjutkan.

$$\begin{aligned} 3. \quad R/C \text{ Ratio} &= \text{Total penerimaan} / \text{Total biaya produksi} \\ &= 77.000.000/56.607.497 \\ &= 1,3 \end{aligned}$$

Artinya, setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan untuk produksi menghasilkan penerimaan sebesar 1,3 rupiah.

$$\begin{aligned} 4. \quad \text{Benefit Cost Ratio} &= \text{Keuntungan} : \text{Biaya produksi} \\ &= 20.392.503 : 56.607.497 \\ &= 0,3 \end{aligned}$$

Artinya, setiap satu rupiah yang dikeluarkan untuk produksi menghasilkan keuntungan sebesar 0,3 rupiah.

$$\begin{aligned} 5. \quad \text{Produktifitas} &= \text{output/input/bulan} \\ &= 56.607.497/77.000.000 \\ &= 0,7/\text{bulan} \end{aligned}$$

Artinya, setiap satu rupiah input yang dikeluarkan untuk produksi menghasilkan produktivitas sebesar 0,7 rupiah/bulan.

Nilai tambah untuk pengolahan dipengaruhi oleh faktor teknis yang meliputi kapasitas produksi, jumlah bahan baku dan tenaga kerja, serta faktor pasar yang meliputi harga output, harga bahan baku, upah tenaga kerja dan harga bahan baku lain selain bahan bakar dan tenaga kerja. Berikut merupakan hasil perhitungan analisis nilai tambah metode Hayami agroindustri bawang goreng CV Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk.

Tabel 3, Analisis Nilai Tambah dalam Sekali Produksi Bawang Merah Goreng

Variabel	Notasi	Perhitungan
Output, Input dan Harga		
Output (kg/produksi)	A	18
Bahan baku (kg/produksi)	B	50
Tenaga kerja (HOK/produksi)	C	13
Faktor konversi	$D=A/B$	0,36
Koefisien tenaga kerja (HOK/kg)	$E=C/B$	0,26
Harga output (Rp/kg)	F	375.000
Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G	13.000
Pendapatan dan Nilai Tambah		
Harga bahan baku (Rp/kg)	H	15.000
Sumbangan input lain (Rp/kg)	I	71.240
Nilai output (Rp/kg)	$J=D \times F$	135.000

Nilai tambah (Rp/kg)	$K=J-I-H$	48.760
Rasio nilai tambah (%)	$L=(K/J) \times 100\%$	36,11
Imbalan tenaga kerja (Rp/kg)	$M=E \times G$	3.380
Bagian tenaga kerja (%)	$N=(M/K) \times 100\%$	6,9
Keuntungan (Rp/kg)	$O=K-M$	45.380
Bagian keuntungan (%)	$P=(O/K) \times 100\%$	93
Balas Jasa untuk Faktor Produksi		
Margin keuntungan (Rp/kg)	$Q=J-H$	120.000
Keuntungan (%)	$R=O/Q \times 100\%$	37,8
Tenaga kerja (%)	$S=M/Q \times 100\%$	2,8
Input lain (%)	$T=I/Q \times 100\%$	59,36

Sumber : data internal (diolah)

Berdasarkan hasil data yang telah didapatkan, bahwasanya dalam sekali produksi kebutuhan akan bahan baku bawang merah adalah sebesar 50 kg, dengan menghasilkan output bawang goreng sebesar 12,5 – 18 kg bawang goreng, dan oleh perusahaan dijual dalam bentuk satuan picis (pcs) dengan ukuran 100 gr/pcs. Output tersebut didapatkan dengan hari kerja lima hari perminggunya mulai hari Senin – Jumat. Bahan baku dalam satu hari membutuhkan 50 kg bawang merah. Total tenaga kerja adalah sebanyak 13 orang yang terdiri dari beberapa tugas.

Faktor konversi merupakan hasil bagi antara hasil produksi/output dengan jumlah bahan baku/input yang digunakan, besarnya faktor konversi pada perhitungan di atas adalah sebesar 0,36 yang berarti 1 kg bahan baku dapat dihasilkan 0,36 kg bawang goreng.

Koefisien tenaga kerja merupakan hasil bagi antara tenaga kerja dengan jumlah bahan baku yang dipergunakan dalam proses produksi. Besarnya nilai koefisien tenaga kerja pada Perusahaan CV Indonesia Kita adalah 0,26 yang berarti untuk mengolah 1 kg bahan baku/input dibutuhkan tenaga kerja sebanyak 0,26 dengan demikian, jika mengolah 100 kg bahan baku/input dibutuhkan tenaga kerja sebanyak 26. Nilai harga output rata-rata bawang goreng pada perusahaan ini adalah Rp. 375.000 per kilogram.

Pendapatan tenaga kerja langsung untuk satu kali proses produksi bagi pengupas bawang merah Rp. 12.250/kg yang terdiri enam orang, tenaga kerja pengiris yang hanya satu orang gajinya sebesar Rp.15.000/kg, Tenaga kerja penggoreng yang terdiri dari dua orang dengan upah sebesar Rp.18.000/kg, terakhir tenaga kerja pengemas dengan jumlah empat orang upahnya sebesar Rp. 5000. Nilai output merupakan perkalian antara faktor konversi dengan harga produk sebesar Rp

135.000/kg bahan baku. Nilai produk ini dipengaruhi oleh besarnya nilai faktor konversi.

Nilai tambah pengolahan bawang merah menjadi bawang goreng sebesar Rp 48.760/kg bahan baku. Angka ini merupakan selisih antara nilai produk dengan harga bahan baku dan sumbangan input lain. Besarnya nilai tambah produk yang diperoleh dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya biaya sumbangan input lainnya selain biaya bahan baku. Rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 36,11 %. Artinya, untuk setiap Rp 100 nilai produk akan diperoleh nilai tambah Rp 3611. Nilai tambah menunjukkan nilai yang besar. Hal ini disebabkan tingginya nilai produk, sementara harga bahan baku dan sumbangan input lain tidak begitu besar.

Imbalan tenaga kerja merupakan hasil perkalian antara koefisien tenaga kerja dengan upah rata-rata yang nilainya Rp 3.380/kg bahan baku. Sedangkan bagian tenaga kerja bernilai 6,9 persen diperoleh dari imbalan tenaga kerja dibagi dengan nilai tambah.

Analisis lebih lanjut menunjukkan keuntungan yang diperoleh adalah Rp 45.380/kg dengan tingkat keuntungan sebesar 93 persen, jumlah ini menunjukkan nilai yang besar dari skala usaha yang ada.

Margin keuntungan sebesar Rp.120.000 yang diperoleh dari nilai output dibagi dengan harga bahan baku. Persentase keuntungan sebesar 37,8% yang diperoleh dari nilai keuntungan dibagi dengan besarnya margin keuntungan. Persentase balas jasa tenaga kerja sebesar 2,8% didapatkan dari besarnya imbalan tenaga kerja dibagi dengan margin keuntungan, selanjutnya adalah posentase input lain sebesar 59,36% yang diperoleh dari sumbangan input lain dibagi dengan margin keuntungan.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, nilai tambah yang diperoleh dari kegiatan pengolahan dalam setiap 1 kg bawang merah menghasilkan 2,7 kg bawang goreng ini mencapai 36,11% sehingga dapat disimpulkan bahwasanya pengolahan bawang merah dengan harga Rp.15.000/kg menjadi bawang goreng 2,7 kg dengan harga Rp. 25.000/gr dengan menggunakan beberapa bahan tambahan lainnya sehingga usaha ini dapat menguntungkan apabila dilanjutkan bagi agroindustri CV Indonesia Kita kedepannya.

Analisis matriks IFAS dan EFAS berikut ini merupakan proses analisis dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang termasuk dalam faktor internal dan proses analisis dengan mengidentifikasi faktor eksternal dalam agroindustri.

Berdasarkan perhitungan matriks IFAS, di dapatkan hasil bahwasanya total nilai tertimbang sebesar 3,6348 yang menunjukkan bahwa posisi lingkungan internal perusahaan agroindustri CV Indonesia Kita berada di atas rata-rata karena lebih dari dua. Pada perhitungan matriks IFAS dapat dilihat bahwa faktor internal Promosi dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM) menjadi nilai kekuatan yang paling besar diantara faktor internal yang lain, dengan nilai sebesar 0,936. Faktor kelemahan yang paling utama adalah jabatan rangkap dan bentuk usaha perorangan yang keduanya memiliki nilai skor terkecil yaitu 0,0392. Faktor ini menjadi kelemahan karena tugas pemilik usaha masih sering merangkap yang seharusnya tugas tersebut ada pegawainya sendiri misalnya adalah, dalam hal pemasaran dan distribusi. Selanjutnya disusul dengan sistem administrasi yang masih lemah karena dalam sistem kerjanya sendiri pemilik usaha sering mengalami kelupaan dalam mencatat administrasi.

Tabel 4. Matriks IFAS

No	Faktor Strategi Internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan				
1	Komunikasi baik antar pegawai & pimpinan	4	0,08	0,32
2	Kontinuitas dalam produksi	3,8	0,07	0,266
3	Ketersediaan SDM di lingkungan sekitar	3,6	0,05	0,18
4	Saluran distribusi pendek	3,8	0,046	0,1748
5	Modal usaha sendiri > modal pinjaman	4	0,12	0,48
6	Mudahnya sarana transportasi	3,8	0,046	0,1748
7	Kualitas produk (RnD)	4	0,11	0,44
8	Branding dan Kemasan	4	0,09	0,36
9	Promosi dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM)	4	0,234	0,936
Total Kekuatan				3,3316
Kelemahan				
10	Jabatan rangkap	1,4	0,028	0,0392
11	Kurangnya Keterampilan SDM	1,4	0,028	0,0392
12	Administrasi yang masih lemah	1,2	0,034	0,0408
13	Teknologi yang masih sederhana dalam produksi	1,6	0,03	0,048
14	Pelaksanaan SOP (<i>Standart Operational Prosedure</i>)	2	0,03	0,06
15	Ketersediaan bahan baku yang tidak menentu	2	0,038	0,076
Total Kelemahan				0,3032
TOTAL		44,6	1	3,6348

Sumber : Data internal (diolah)

Proses analisis faktor eksternal dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang termasuk dalam faktor eksternal agroindustri. Rating setiap faktor ditentukan dengan mempertimbangkan tingkat pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan agroindustri. Hasil pengolahan matriks EFAS dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan nilai tertimbang matriks EFAS dapat diketahui bahwa lingkungan eksternal Agroindustri CV Indonesia Kita berada pada posisi di atas rata-rata yaitu dengan skor sebesar 3,6056. Peluang utama yang ada di lingkungan eksternal Agroindustri CV Indonesia Kita yaitu Perkembangan Teknologi Informasi dengan skor 0,84 yang merupakan skor terbesar diantara faktor lainnya. Sementara itu ancaman utama dari lingkungan eksternal Agroindustri ini yaitu Cuaca dan musim. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan skor sebesar 0,01 yang merupakan skor terkecil diantara faktor lain.

Tabel 5 Matriks EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang				
1	Dukungan pemerintah	3,6	0,046	0,1656
2	Jumlah penduduk yang banyak	3,8	0,1	0,38
3	Perkembangan Teknologi Informasi	4	0,21	0,84
4	Bawang goreng sebagai produk unggulan Nganjuk	4	0,1	0,4
5	Kemajuan alat teknologi pengolahan	4	0,05	0,2
6	Agribisnis & UKM mendominasi lapangan pekerjaan	4	0,046	0,184
7	Bergabung dengan komunitas sejenis	4	0,18	0,72
8	Tersedianya pasar	4	0,1	0,4
9	Banyak Objek Wisata Baru di Kabupaten Nganjuk	4	0,036	0,144
Total Peluang				3,4336
Ancaman				
10	Harga BBM	1	0,054	0,054
11	Cuaca dan musim	1	0,01	0,01
12	Fluktuasi harga bahan baku	1	0,014	0,014
13	Tingkat persaingan usaha sejenis (kompetitor)	1,6	0,016	0,0256
14	Kenaikan harga bahan pelengkap atau pendukung	1,8	0,018	0,0324
15	Pesaing produk yang meniru sistem pemasaran	1,8	0,02	0,036
Total Ancaman				0,172
TOTAL		43,6	1	3,6056

Sumber : Data internal (diolah)

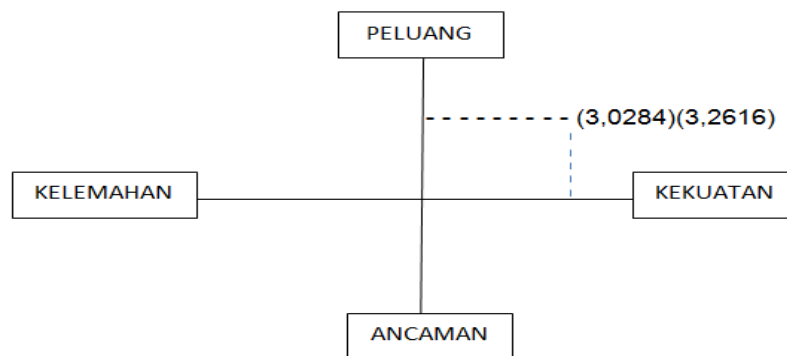
Berdasarkan hasil analisis pengukuran SWOT antara lain faktor internal (IFAS) dan faktor eksternal (EFAS) pada Agroindustri CV Indonesia Kita diperoleh hasil untuk masing-masing faktor adalah sebagai berikut :

- a Skor untuk faktor kekuatan = 3,3316
- b Skor untuk faktor kelemahan = 0,3032
- c Skor untuk faktor peluang = 3,4336
- d Skor untuk faktor ancaman = 0,172

Hasil tersebut kemudian dihitung dan dianalisis untuk mengetahui titik koordinat terhadap faktor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT sebagai berikut:

- a Sumbu koordinat (x) sebagai faktor internal diperoleh hasil sebesar : $3,3316 - 0,3032 = 3,0284$
- b Sumbu koordinat (y) sebagai faktor eksternal diperoleh hasil sebesar : $3,4336 - 0,172 = 3,2616$

Berdasarkan hasil titik koordinat di atas menunjukkan bahwa titik koordinat positif, sumbu koorditas (x) sebesar 3,0284 sedangkan sumbu koordinal (y) sebesar 3,2616. Sehingga titik tersebut berada pada kuadran satu, sebagaimana digambarkan pada diagram SWOT. Diagram SWOT dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini :



Gambar 2 Hasil Diagram SWOT

Berdasarkan hasil diagram SWOT di atas didapatkan bahwa titik koodinat berada pada titik positif yaitu pada kuadran positif peluang dan kekuatan yaitu berada pada kuadran 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*) yaitu memaksimalkan kekuatan yang ada dan mengoptimalkan peluang yang ada. Strategi SO (*Strengths – Opportunities*) adalah strategi dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Posisi perusahaan yang berada pada strategi SO (*Strength-Opportunity*) merupakan berbagai strategi yang dihasilkan melalui suatu cara pandang bahwa suatu

perusahaan atau unit bisnis tertentu dapat menggunakan kekuatan (*strenghts*) yang mereka miliki untuk memanfaatkan berbagai peluang (*opportunities*), dalam hal ini berrarti posisi perusahaan CV Indonesia Kita berada pada titik agresif yang mana berada pada Kuadran 1, situasi ini sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Berikut hasil Matriks SWOT dalam Agroindstri Cv Indonesia Kita :

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>STRENGTH (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komunikasi baik antar pegawai & pimpinan • Kontinuitas dalam produksi • Ketersediaan SDM di lingkungan sekitar • Saluran distribusi pendek • Modal usaha sendiri > modal pinjaman • Mudah nya sarana transportasi • Kualitas produk (RnD) • Branding dan Kemasan • Promosi dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM) 	<p>WEAKNESS (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jabatan rangkap • Bentuk usaha masih perorangan • Administrasi yang masih lemah • Teknologi yang masih sederhana dalam produksi • Pelaksanaan SOP (<i>Standart Operational Prosedure</i>) belum terlaksana dengan baik • Ketersediaan bahan baku yang tidak menentu
<p>OPPORTUNITY (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dukungan pemerintah • Jumlah penduduk yang banyak • Perkembangan Teknologi Informasi • Bawang goreng sebagai produk unggulan Nganjuk • Kemajuan alat teknologi pengolahan • Agribisnis & UKM mendominasi lapangan pekerjaan • Bergabung dengan komunitas sejenis • Tersedianya pasar • Banyak nya objek wisata baru di Kab. Nganjuk 	<p>STRATEGI SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memaksimalkan fasilitas dan dukungan dari pemerintah • Meningkatkan pemanfaatan Teknologi Informasi untuk pemasaran • Memanfaatkan komunitas pengusaha untuk meningkatkan kemajuan usaha • Menjaga kualitas produk dan kepercayaan konsumen 	<p>STRATEGI WO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan Teknologi Informasi dalam pencatatan data keuangan maupun pemasaran • Memanfaatkan SDM di lingkungan sekitar untuk membantu mengelola agroindustri khususnya administrasi • Memperluas mitra dengan petani bawang merah
<p>TREATH (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harga BBM • Cuaca dan musim • Fluktuasi harga bahan baku • Tingkat persaingan usaha sejenis (kompetitor) 	<p>STRATEGI ST</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan peran sumberdaya dan SIM • Meningkatkan kualitas, branding dan kemasan produk • Menyesuaikan harga dengan segmentasi pasarnya 	<p>STRATEGI WT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memperluas mitra dengan petani bawang merah untuk memasok ketersediaan bahan baku • Meningkatkan kualitas produk dan promosi

<ul style="list-style-type: none"> • Kenaikan harga bahan pelengkap atau pendukung • Pesaing produk yang meniru sistem pemasaran 		
--	--	--

Gambar 3. Matriks SWOT

Berdasarkan Matriks SWOT di atas didapatkan alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan agroindustri CV Indonesia Kita dan hasil diagram menunjukkan strategi berada pada Kuadran 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Agroindustri ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Prospek usaha agroindustri bawang merah CV Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk bagus dilihat dari tiga aspek yang pertama prospek produksi didapatkan peramalan dengan persamaan $y = 2.960 + 30x$ dan permalan penjualan dengan persamaan sebesar $y = 2850 + 21,40x$ serta didapatkannya laba bersih sebesar 20.392.503/bulan. sehingga dapat disimpulkan bahwa prospek dalam agroindustri CV Indonesia Kita ini cerah. Nilai tambah pada agroindustri bawang merah CV Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk sebesar Rp 48.760/kg bahan baku. Angka ini merupakan selisih antara nilai produk dengan harga bahan baku sebesar Rp. 15.000/kg dan sumbangan input lain. Rasio nilai tambah terhadap nilai produk sebesar 36,11 %. Artinya, untuk setiap Rp 100 nilai produk akan diperoleh nilai tambah Rp.3611. Formulasi strategi pengembangan pada agroindustri bawang merah CV Indonesia Kita di Kabupaten Nganjuk berdasarkan analisis matriks IFAS dan IFAS menghasilkan posisi perusahaan CV Indonesia Kita berada pada titik agresif yang mana berada pada kuadran 1. Keberadaan perusahaan pada posisi kuadran 1 yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Saran

Agroindustri CV Indonesia Kita sebaiknya memanfaatkan teknologi lebih modern dalam proses pengirisan bawang merah, supaya lebih efektif dan efisien dalam proses produksinya. Perlunya pembenahan usaha khususnya dalam masalah administrasi keuangan maupun pemasaran yang telah dilakukan secara kontinyu, sehingga lebih memudahkan usaha ini dalam menentukan keputusan dalam sistem usahanya. Bagi Agroindustri CV Indonesia Kita sebaiknya mengimplementasikan strategi yang telah diformulasikan sehingga dapat meningkatkan perkembangan agroindustri ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2015. Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura Tahun 2015-2019. Jakarta: Direktorat Jendral Hortikultura.
- Hayami Y, Kawagoe T, Morooka Y, Siregar M. 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective from a Sunda Village*. Bogor The CPGRT Centre.
- Rangkuti, Freddy. 2015. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. PT Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Alfabeta: Bandung.
- Suwandi. Sartono Putrasamedja. 1996. Bawang Merah di Indonesia. Jakarta: Balai Penelitian Tanaman Sayuran Kementerian Pertanian.

ANALISIS PENDAPATAN DAN RISIKO USAHA PERIKANAN TAMBAK POLIKULTUR BANDENG-UDANG WINDU-RUMPUT LAUT DI KABUPATEN SIDOARJO

Miftakhul Fitra, Sri Tjondro Winarno, Sudyarto

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN “Veteran” Jawa Timur

Email : miftakhulfitra@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya dan pendapatan yang diperoleh petani tambak polikultur tiga komoditas di Kabupaten Sidoarjo, untuk mengetahui kelayakan usaha tani polikultur, dan untuk mengetahui tingkat risiko produksi rumput laut, udang windu dan bandeng, serta untuk mengetahui tingkat risiko pendapatan petani tambak. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Lokasi penelitian berada di Desa Kupang Kabupaten Sidoarjo yang merupakan sentra pengembangan pengelolaan usahatani polikultur tiga komoditas. Metode pengambilan sampel menggunakan metode simple random sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, perhitungan biaya operasional, pendapatan, dan pendapatan, analisis R/C ratio dan analisis koefisien variasi (CV). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata total biaya yang dikeluarkan oleh pembudidaya tambak polikultur di Kabupaten Sidoarjo adalah sebesar Rp. 11.249.896/ha. Pendapatan rata-rata yang diterima petani tambak polikultur di Kabupaten Sidoarjo adalah Rp 5.649.294/Ha. Hasil R/C adalah 1,5. Nilai CV risiko produksi rumput laut, udang windu, dan bandeng berturut-turut adalah 0,007, 0,008, dan 0,004. Sedangkan untuk nilai CV, risiko pendapatan adalah 0,01.

Kata Kunci: polikultur, biaya, pendapatan, risiko.

PENDAHULAN

Indonesia memiliki potensi sumberdaya pesisir dan pulau – pulau kecil yang tinggi dengan karakteristik wilayah pesisir dan pulau – pulau kecil yang beraneka ragam. Berdasarkan kondisi geografis tersebut, Indonesia memiliki sumber daya kelautan yang besar. Indonesia memiliki potensi yang besar pada sektor perikanan yang terdiri dari perikanan tangkap dan perikanan budidaya.

Rata-rata peningkatan volume produksi tiap tahun dari tahun 2014-2017 pada komoditas perikanan tangkap yaitu 1,84% sedangkan pada perikanan budidaya yaitu sebesar 2.40%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sektor perikanan budidaya masih dapat dikembangkan secara optimal agar tingkat produksi perikanan nasional mengalami peningkatan setiap tahunnya dan berkontribusi terhadap perekonomian nasional. Perikanan budidaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan secara optimal salah satunya adalah budidaya perikanan tambak.

Tabel 1. Produksi perikanan tangkap dan perikanan budidaya nasional tahun 2013-2017.

Rincian	Tahun (ton)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Perikanan Tangkap	6.105.225	6.358.487	6.677.802	6.580.191	7.071.453
Perikanan Budidaya	13.300.126	14.359.129	15.634.093	16.002.319	16.114.991

Sumber: BPS data diolah, 2018

Kabupaten Sidoarjo merupakan sentra penghasil perikanan. Kontribusi subsektor perikanan (49,7 %) terhadap PDRB Kabupaten Sidoarjo lebih tinggi dibandingkan subsektor pertanian lainnya. Kabupaten Sidoarjo identik dengan tambak (15.530 hektar). Komoditi perikanan tambak memiliki nilai produksi dan menyumbang kontribusi terbesar sepanjang 2005-2008 (Kinseng, 2009). Kabupaten Sidoarjo merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi cukup besar pada sektor perikanan, khususnya sub sektor perikanan budidaya tambak. Hal tersebut terlihat dari ikon Kabupaten Sidoarjo berupa ikan bandeng dan udang.

Salah satu sistem budidaya tambak yang saat ini mulai berkembang dan menjadi salah satu program pengembangan yang dicanangkan oleh pihak Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) adalah sistem budidaya tambak polikultur. Budidaya sistem polikultur guna mengoptimalkan penggunaan lahan agar tercipta efisiensi lahan dan peningkatan produktivitas lahan. Bandeng, udang windu, dan rumput laut *gracillaria sp* merupakan komoditas unggulan dari Desa Kupang. Budidaya ketiga komoditas tersebut dengan cara polikultur.

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa produksi bandeng, udang windu dan rumput laut tidak stabil tiap bulannya. Kegiatan pada sektor pertanian yang menyangkut proses produksi selalu dihadapkan dengan situasi risiko (*risk*) dan ketidakpastian (*uncertainty*). Sumber ketidakpastian yang penting di sektor pertanian adalah fluktuasi hasil pertanian dan fluktuasi harga. Penurunan produksi yang terjadi di bulan-bulan tertentu dapat diakibatkan oleh beberapa faktor seperti hama dan penyakit, iklim dan cuaca, kualitas air, dan pupuk atau pakan. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat risiko yang harus dihadapi petambak, sehingga perlu diamati bagaimana risiko produksi tambak tersebut.

Bulan	Bandeng	Udang Windu	Udang vanamei	Nila	Udang lain	Ikan Lain	Kepiting	Rumput laut
Januari	2.143.300	228.800	419.600	790.000	258.900	388.600	18.500	505.000
Februari	3.647.200	374.300	706.100	692.900	193.900	29.100	18.100	202.000
Maret	4.082.400	436.600	852.500	1.462.300	201.500	302.400	19.200	303.000
April	2.211.400	236.100	433.000	1.635.100	289.000	433.900	19.600	808.100
Mei	2.041.200	218.000	399.700	1.596.400	335.000	503.000	17.700	1.313.200
Juni	2.552.600	272.500	499.500	950.800	318.100	477.500	17.400	1.212.200
Juli	2.721.700	290.600	532.900	861.400	194.900	292.500	18.500	1.717.300
Agustus	3.402.100	326.900	666.000	1.572.400	337.900	507.400	19.600	1.515.200
September	4.150.400	508.700	799.300	1.622.200	340.800	511.500	20.000	909.100
Oktober	2.449.500	261.500	479.500	776.300	181.600	272.100	20.400	1.010.100
November	2.211.300	236.200	433.000	732.400	171.300	257.100	20.700	404.000
Desember	2.481.400	253.500	450.150	723.000	277.600	416.800	17.000	201.500
Jumlah 2018	34.120.500	3.643.100	6.671.250	13.415.200	3.100.500	4.653.900	226.700	10.100.700

Tabel 2. Produksi Ikan di Tambak Menurut Jenis per Bulan (kg) 2018

Sumber: Dinas Perikanan Kabupaten Sidoarjo, 2018

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa produksi bandeng, udang windu dan rumput laut tidak stabil tiap bulannya. Kegiatan pada sektor pertanian yang menyangkut proses produksi selalu dihadapkan dengan situasi risiko (*risk*) dan ketidakpastian (*uncertainty*). Sumber ketidakpastian yang penting di sektor pertanian adalah fluktuasi hasil pertanian dan fluktuasi harga. Penurunan produksi yang terjadi di bulan-bulan tertentu dapat diakibatkan oleh beberapa faktor seperti hama dan penyakit, iklim dan cuaca, kualitas air, dan pupuk atau pakan. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat risiko yang harus dihadapi petambak, sehingga perlu diamati bagaimana risiko produksi tambak tersebut.

Bandeng, udang windu, dan rumput laut *gracillaria sp* merupakan komoditas unggulan dari Desa Kupang. Budidaya ketiga komoditas tersebut dengan cara polikultur. Hal tersebut dilakukan karena di Desa Kupang, secara geografis memenuhi persyaratan tumbuh rumput laut, salah satu diantaranya adalah terdapat hutang mangrove, selain itu, lokasi tambak juga di pantai dekat laut, tanah dari jenis alluvial kelabu dimana bertekstur lempung liat berpasir (Murachman, *et al.*, 2010). Hal tersebut memungkinkan tiga komoditas yakni rumput laut, bandeng, dan udang windu dapat dibudidayakan dengan baik.

Dalam menjalankan usaha tambak polikulturnya, masyarakat dusun Desa Kupang ini sering mengalami masalah, seperti keadaan alam yang tidak menentu yang akan mengakibatkan kegagalan panen, kualitas air yang mempengaruhi

pertumbuhan bandeng, udang windu, dan rumput laut, seringnya terserang hama dan penyakit serta fluktuasi harga yang tidak menentu. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang usaha budidaya tambak polikultur (rumput laut – udang windu – ikan bandeng), mengenai tingkat pendapatan beserta kelayakan usahanya dan tingkat risiko usaha polikultur yang dikembangkan di Desa Kupang.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo dikarenakan hanya di wilayah tersebut dikembangkan budidaya perikanan polikultur tiga komoditas (bandeng-udang windu-rumput laut). Metode yang digunakan dalam penarikan sampel yaitu metode *simple random sampling*, dimana setiap individu memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel, karena individu-individu tersebut memiliki karakteristik yang sama. Jumlah populasi pembudidaya tambak polikultur di Dusun Tanjungsari sebanyak 100 RTP, dilihat dari kemampuan tenaga, dana dan waktu peneliti maka jumlah sampel yang diambil yaitu 25% dari jumlah petambak polikultur. Responden penelitian adalah petani tambak polikultur yang menggunakan budidaya polikultur tiga komoditas (bandeng-udang windu-rumput laut) berjumlah 30 orang.

Analisis data pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis usahatani (Soekartawi, 1995) untuk menganalisis usahatani yaitu menganalisis biaya produksi, penerimaan dan pendapatan usaha tambak polikultur.

Biaya produksi dihitung dengan rumus berikut ini:

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

Dimana :

TC = Total Biaya (Rp)

FC = Biaya Tetap (Rp)

VC = Biaya Variabel (Rp)

Pendapatan kotor atau penerimaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{TR = Y \cdot Py}$$

Dimana :

TR = Pendapatan Kotor / Penerimaan Usahatani (Rp)

Y = Jumlah Produksi Sawi, Bayam dan Kangkung (Kg)

Py = Harga Produksi Sawi, Bayam dan Kangkung (Rp/Kg)

Pendapatan suatu usahatani dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :

Pd = Pendapatan Bersih Usahatani (Rp)

TR = Total Penerimaan Usahatani (Rp)

TC = Total Biaya Usahatani (Rp)

Kemudian untuk kelayakan usaha tambak polikultur di daerah penelitian yakni dengan menggunakan metode analisis R/C. R/C adalah perbandingan antara penerimaan penjualan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi hingga menghasilkan produk.

$$RC \text{ ratio} = TR/TC$$

Dimana :

TR = *Total Revenue* (total penerimaan yang didapat petambak polikultur)

TC = *Total Cost* (biaya total yang dikeluarkan petambak polikultur)

Apabila hasil analisis:

R/C > 1, maka usaha tersebut efisiensi dan menguntungkan untuk diusahakan

R/C = 1, maka usaha tersebut tidak rugi dan tidak untung (impas)

R/C < 1, maka usaha tersebut tidak efisiensi atau tidak menguntungkan untuk diusahakan.

Selanjutnya, menganalisis risiko produksi dan pendapatan usaha tambak polikultur di Desa Kupang. Menurut Hernanto (1999) dilakukan dengan menggunakan analisis risiko. Untuk mengukur risiko secara statistik, dipakai ukuran ragam (*variance*) atau simpangan baku (*standard deviation*) dapat dihitung dengan rumus:

1. Ragam

$$Va^2 = \frac{\sum(Q-Qi)^2}{n-1}$$

Keterangan:

$V\alpha^2$ = Ragam (*variance*)

Q = Hasil Produksi (kg/ha) , Pendapatan (Rp/kg) usahatani

Qi = Hasil Produksi rata – rata (kg/ha) , Pendapatanrata – rata usahatani (Rp/kg).

n = Jumlah Sampel Petani

Simpangan baku (*standard deviation*) dapat dihitung dengan rumus :

$$Va = \sqrt{V\alpha^2}$$

Semakin tinggi nilai ragam ($V\alpha^2$) dan simpangan baku ($V\alpha$) , maka semakin tinggi pula tingkat risiko.

2. Koefisien Variasi (KV)

Menurut Hernanto (1999), koefisien variasi merupakan perbandingan dari risiko yang harus ditanggung dengan besarnya produksi.

$$KV = \frac{Va}{Qi}$$

Keterangan:

KV = Koefisien variasi

V = Simpangan baku

Qi = Hasil produksi rata – rata (kg/ha), pendapatan rata – rata (Rp/kg)

Kriteria yang dipakai adalah apabila $KV \leq 0,5$ maka usahatani yang dianalisis memiliki risiko kecil dan sebaliknya jika $KV \geq 0,5$ maka usahatani yang dianalisis memiliki risiko besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Produksi dan Produktivitas

Hasil produksi dalam hal ini adalah volume hasil produksi rumput laut, udang windu, dan ikan yang dihasilkan dalam usaha tambak untuk 1 kali siklus budidaya. Lamanya 1 siklus budidaya, berbeda-beda untuk jenis komoditi. Dalam analisis berikut ini sehingga diambil siklus pemeliharaan terpanjang yaitu selama 6 bulan.

Tabel 3 Produksi Dan Produktivitas Usaha Tambak Polikultur Per Ha Per Siklus Budidaya

Luas Tambak (ha)	Jenis Komoditi	Jumlah	
		Produksi (Kg)	Produktivitas (Kg/ha)
11,67	Rumput Laut	32.649,99	2.797,78
	Udang Windu	290	24,85
	Ikan Bandeng	1.170	100,26

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Biaya Produksi

Biaya produksi usaha tambak polikultur terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variabel (*variabel cost*). Biaya tetap (*fixed cost*) pada usaha tambak ini terdiri dari biaya penyusutan peralatan, biaya sewa lahan, dan biaya PBB. Biaya variabel (*variabel cost*) terdiri dari biaya bibit, biaya pupuk, biaya obat-obatan dan biaya tenaga kerja. Dimana biaya produksi yang digunakan untuk Usaha Tambak Polikultur (rumput laut – udang windu – ikan bandeng) merupakan semua biaya yang digunakan bersama-sama dalam satu siklusnya.

Tabel 4. Rata-rata Biaya Produksi Usaha Tambak Polikultur Per Hektar Per Siklus

No	Jenis Biaya Produksi	Total Biaya (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya Tetap		
	a. Biaya Sewa Lahan dan PBB		
	- Sewa Lahan	2.918.304	25,94%
	- PBB	200.000	1,78%
	b. Biaya Penyusutan Investasi		
	- Rumah Jaga	123.135	1,09%
	- Pintu Air	32.832	0,29%
	- Perahu Getek	22.168	0,20%
	- Sepeda Motor	41.308	0,37%
	c. Biaya Penyusutan Peralatan		
	- Waring	125.126	1,11%
	- Anjang-anjang	419.718	3,73%
	- Terpal	39.836	0,35%
	- Cangkul	12.944	0,12%
	- Sarap	13.247	0,12%
	- Serok	13.613	0,12%
	- Caruk	10.495	0,09%
	- Ember	6.757	0,06%
	Jumlah	3.151.880	28,02%
2	Biaya Variabel		
	a. Biaya Sarana produksi		
	1. Biaya Bibit		
	- Rumput Laut	42.441	0,38%
	- Udang Windu	222.908	1,98%
	- Ikan Bandeng	419.794	3,73%
	2. Biaya Pupuk		
	- Urea	32.029	0,28%
	- TSP	23.061	0,20%
	- Phonska	14.733	0,13%
	3. Biaya Obat-obatan		
	- Saponin	28.482	0,25%
	- Josban	89.658	0,80%
	4. Biaya Tenaga kerja		
	- Persiapan Tambak	182.562	1,62%
	- Pemeliharaan Tambak	2.260.621	20,09%
	- Pemanenan	4.781.728	42,50%
	Jumlah	8.098.016	71,98%
	Total Biaya (TC)	11.249.896	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Penerimaan

Penerimaan adalah nilai penjualan hasil produksi yakni hasil kali antara jumlah produksi dengan harga jual setiap jenis komoditi.

Tabel 5. Produksi dan Penerimaan Usaha Tambak Polikultur Per Hektar Per Siklus Budidaya

No	Jenis Komoditi	Produksi (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Penerimaan (Rp)	Persentase (%)
1.	Rumput Laut	3.164	4.000	12.656.854	68,66%
2.	Udang Windu	23	100.000	2.254.722	15,25%
3.	Ikan Bandeng	99	20.000	1.987.613	12,30%
Jumlah				16.899.190	100%

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Pendapatan

Indikator keberhasilan suatu usahatani dapat dilihat dari besarnya pendapatan yang diperoleh oleh petani. Usahatani dikatakan menguntungkan apabila jumlah penerimaan yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 6. Pendapatan Usaha Tambak Polikultur Per Siklus Budidaya Per Hektar

Uraian	Total Usaha Tambak Polikultur
Total Biaya Produksi	11.249.896
Penerimaan	16.899.190
Pendapatan	5.649.294

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Analisis kelayakan

Lanjut tidaknya suatu usaha atau pekerjaan dapat diketahui dengan menghitung kelayakan suatu usaha atau pekerjaan tersebut. Kelayakan Usaha Tambak Polikultur (rumput laut, udang windu, dan ikan bandeng) Per 1 Siklus Budidaya dapat dihitung dengan rumus *R/C ratio (Return Cost Ratio)* atau dikenal dengan sebagai perbandingan antara penerimaan dan biaya produksi.

Tabel 7. Analisis R/C Usaha Tambak Polikultur Per Ha Per Siklus Budidaya

Uraian	Total (Rp)	Keterangan
R/C		
- Penerimaan (TR)	16.899.190	
- Total Biaya (TC)	11.249.896	
R/C = TR/TC	1,5	Layak

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa hasil R/C sebesar 1,5, artinya setiap penambahan input sebesar 1 akan menghasilkan output sebesar 1,5. Sehingga disimpulkan bahwa Usaha Tambak Polikultur (rumput laut, udang windu, dan ikan bandeng) per hektar per siklus budidaya di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo sudah efisien dan layak untuk diusahakan atau diteruskan.

Risiko Produksi dan Risiko Pendapatan Usaha Tambak Polikultur

Usaha tambak polikultur di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo memiliki berbagai risiko produksi dan pendapatan yang menjadi tantangan bagi petambak. Adapun risiko produksi dan pendapatannya adalah sebagai berikut:

1. Pembibitan

Bibit merupakan salah satu input produksi yang mempengaruhi keberhasilan usaha tambak polikultur. Bibit yang berkualitas rendah rentan terhadap berbagai gangguan seperti hama dan penyakit. Petambak polikultur di Desa Kupang menyiasatinya dengan membeli bibit berkualitas tinggi. Selain kualitas bibit, perbandingan jumlah tebaran bibit per tambaknya juga mempengaruhi keberhasilan usaha tambak polikultur. Untuk perbandingan tebaran bibit sendiri berbeda-beda tiap petambak, hal ini dikarenakan perbedaan prioritas produksi petambak.

2. Pemupukan dan Pemberian Obat

Pemupukan maupun pemberian obat merupakan hal yang wajib dilakukan oleh petambak polikultur untuk membuat rumput laut lebih dapat tumbuh subur dan menghasilkan produksi yang lebih efektif, karena apabila rumput laut yang merupakan fokus produksi utama petambak polikultur dapat tumbuh dengan baik, maka produksi udang windu dan ikan bandeng akan baik pula, hal ini juga berkaitan dengan hubungan mutualisme antara rumput laut-udang windu-ikan bandeng yang mana rumput laut menjadi peran utama. Akan tetapi petambak di Desa Kupang sebagian besar masih kurang memperhatikan pentingnya pemupukan dan pemberian obat pada tambak polikultur mereka. Sehingga membuat produksi baik rumput laut, udang windu, maupun ikan bandeng tidak efektif yang akan berdampak pada produksi yang tidak optimal.

3. Kualitas Air

Kualitas air atau kondisi air tambak polikultur sangat mempengaruhi keberhasilan tambak polikultur. Kondisi air harus lah diperhatikan tingkat garam atau asam-basahnya. Karena apabila tidak sesuai, maka pertumbuhan rumput laut tidak optimal. Selain itu, kualitas air juga sangat mempengaruhi perkembangan udang windu dan ikan bandeng. Kualitas atau kondisi air sendiri dapat berubah-berubah tidak menentu, sehingga mengakibatkan petambak harus terus mengawasi kondisi air di tambak mereka untuk meminimalisir risiko produksi yang terjadi.

4. Faktor Cuaca/Iklim

Cuaca/iklim menjadi salah satu faktor yang menyebabkan produksi tambak polikultur kurang optimal atau bahkan kemungkinan terburuknya petambak dapat mengalami gagal panen. Ketika musim penghujan, air hujan cukup mempengaruhi kualitas air di tambak, sehingga memerlukan perawatan intensif dari petambak, yang berarti memerlukan biaya perawatan lebih besar daripada saat musim kering/kemarau.

Analisis Risiko Produksi

Risiko produksi ini dianalisis dengan koefisien variasi. Nilai koefisien variasi yang kecil menunjukkan variabilitas nilai rata-rata distribusi tersebut rendah. Hal ini menggambarkan risiko yang dihadapi kecil. Tambak polikultur di Desa Jabon menghasilkan tiga macam komoditas yakni rumput, laut, udang windu, dan ikan bandeng, sehingga untuk risiko produksinya akan dianalisis per komoditas.

Tabel 8. Analisis Risiko Produksi Komoditas Rumput Laut

No	Uraian	Jumlah
1.	Rata-rata Produksi (Kg)	3.164
2.	Standar deviasi (Kg)	24,6
3.	Koefisien variasi (CV)	0,007

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Hasil analisis menunjukkan bahwa risiko produksi rumput laut pada tambak polikultur di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo tergolong risiko rendah. Berdasarkan Teori Hertanto (1999) menyatakan bahwa apabila Koefisien Variasi $> 0,5$ maka risiko produksi usahatani yang ditanggung petani semakin besar, sedangkan nilai Koefisien Variasi $0,5$ maka petani akan selalu untung atau impas.

Tabel 9. Analisis Risiko Produksi Komoditas Udang Windu

No	Uraian	Jumlah
1.	Rata-rata Produksi (Kg)	23
2.	Standar deviasi (Kg)	0,2

3. Koefisien variasi (Cv)	0,008
---------------------------	-------

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Koefisien variasi yang diperoleh berdasarkan perhitungan dengan membandingkan rata-rata produksi dengan standar deviasi sebesar 0,008. nilai koefisien variasi kurang dari 0,5 ($0,008 < 0,5$). Hasil analisis menunjukkan bahwa risiko produksi udang windu pada tambak polikultur di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo tergolong risiko rendah.

Tabel 10 Analisis Risiko Produksi Komoditas Ikan Bandeng

No	Uraian	Jumlah
1.	Rata-rata Produksi (Kg)	99
2.	Standar deviasi (Kg)	0,42
3.	Koefisien variasi (Cv)	0,004

Sumber: Data Primer Diolah (2021)

Koefisien variasi yang diperoleh berdasarkan perhitungan dengan membandingkan rata-rata produksi dengan standar deviasi sebesar 0,004. nilai koefisien variasi kurang dari 0,5 ($0,004 < 0,5$). Hasil analisis menunjukkan bahwa risiko produksi ikan bandeng pada tambak polikultur di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo tergolong risiko rendah.

Analisis Risiko Pendapatan

Risiko pendapatan dianalisis dengan koefisien variasi. Nilai koefisien variasi yang kecil menunjukkan variabilitas nilai rata-rata distribusi tersebut rendah. Hal ini menggambarkan yang dihadapi kecil. Analisis risiko pendapatan yang akan dijelaskan pada tabel merupakan analisis per hektar per siklus budidaya (6 bulan).

Tabel 11. Analisis Risiko Pendapatan Tambak Polikultur

No	Uraian	Jumlah
1.	Rata-rata Pendapatan (Rp)	5.649.294
2.	Standar deviasi (Rp)	79.308,57
3.	Koefisien variasi (Cv)	0,01

Sumber : Data Primer Diolah (2021)

Koefisien variasi yang diperoleh berdasarkan perhitungan dengan membandingkan rata-rata pendapatan dengan standar deviasi sebesar 0,01. Nilai koefisien variasi kurang dari 0,5 ($0,01 < 0,5$). Hasil analisis menunjukkan bahwa risiko pendapatan usaha tambak polikultur di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo tergolong risiko rendah. Berdasarkan Teori Hernanto (1999) menyatakan bahwa apabila Koefisien Variasi $> 0,5$ maka risiko usahatani yang ditanggung petani semakin besar, sedangkan nilai Koefisien Variasi $0,5$ maka petani akan selalu

untung atau impas. Sedangkan petambak polikultur di lokasi penelitian terdapat risiko-risiko yang di hadapi seperti cuaca yang tidak menentu, faktor iklim maupun kualitas air masih bisa dikendalikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan beberapa hal antara lain :

1. Tingkat pendapatan pendapatan petambak polikultur (rumput laut *Gracilaria sp* – Udang windu – ikan bandeng) di Desa Kupang, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur menguntungkan dengan rata-rata pendapatan petambak polikultur selama satu siklus budidaya sebanyak Rp5.649.294,- dari rata-rata penerimaan sebanyak Rp16.899.190,- dikurangi dengan rata-rata total biaya yang dikeluarkan sebanyak Rp11.249.896,-.
2. Ditinjau dari nilai R/C nya sebesar 1,5, usaha tambak polikultur (rumput laut – udang windu – ikan bandeng) adalah usaha yang efisien dan layak untuk diusahakan karena nilai R/C > 1.
3. Dari ketiga komoditas usaha tambak polikultur di Desa Kupang yang memiliki nilai risiko produksi tertinggi adalah komoditas udang windu diikuti dengan komoditas rumput laut dan ikan bandeng dengan masing-masing nilai CV nya sebesar 0,008, 0,007, dan 0,004. Risiko pendapatan tambak polikultur diperoleh nilai CV nya sebesar 0,01. Maka, dapat disimpulkan baik risiko produksi maupun risiko pendapatan memiliki risiko kecil sehingga menguntungkan atau impas karena nilai koefisien variasi lebih kecil atau sama dengan nol ($CV \leq 0,5$).

DAFTAR PUSTAKA

- Aly, A dan E, Rahma. 2014. *Ilmu Alamiah Dasar*. Jakarta: Bumi Aksara
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kabupaten Sidoarjo dalam Angka Tahun 2018*. Sidoarjo. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. 2018. *Produksi Perikanan Tambak Provinsi Jawa Timur* : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik Nasional. 2018. *Produksi perikanan tangkap dan perikanan budidaya nasional Tahun 2013-2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Dahuri. 2001. *Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Pesisir dan Lautan Secara Terpadu* (Cetakan Kedua, Edisi Revisi). Jakarta : PT. Pradnya Paramita.

- Gittinger, J.P. 1986. *Analisis Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian*. Sutomo S, K. Mangiri, penerjemah. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Hernanto, F. 1999. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kordi, K.M.G.H. 2012. *Jurus Jitu Pengelolaan Tambak untuk Budidaya Perikanan Ekonomis*. Yogyakarta: ANDI.
- Soekartawi, 1995. *Analisis Usahatani*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Sudrajat.A. 2008. *Pengertian Pendekatan, Strategi, Metode, Teknik dan Model Pembelajaran*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Sugiarto. 2003. *Teknik Sampling*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Tsalis, K.H., Jangkung, H.M., Jamhari. 2016. *Analisis Perbandingan Keuntungan Dan Risiko Usaha Perikanan Rakyat Sistem Monokultur Dan Polikultur Di Kabupaten Pangkep*. Agro Ekonomi. 27(2): 136-149.

MODEL PENGEMBANGAN UKM TERI KRISPI DENGAN MEMANFAATKAN E-COMMERCE DI KABUPATEN PAMEKASAN

Endang Tri Wahyurini

Program Studi Agrobisnis Perikanan, Fakultas Pertanian Universitas Islam

Madura, Pamekasan, Indonesia

Email: endangrini46@gmail.com

ABSTRAK

Teri merupakan komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis penting. Ikan teri mampu memberikan kontribusi devisa bagi negara secara berkelanjutan. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) teri krispi merupakan salah satu usaha sektor pengolahan ikan yang memberikan kontribusi penting dan signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi masyarakat di Pamekasan Madura. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis model pengembangan UKM teri krispi dengan memanfaatkan E-Commerce. Metode penelitian menggunakan analisis deskripsi kuantitatif dan pembahasan yang mendalam. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan jumlah pelaku UKM teri krispi yang menggunakan media elektronik untuk mempromosikan dagangannya. Model pengembangan usaha UKM teri krispi di Madura mayoritas dengan memanfaatkan website dan media sosial. Jumlah penjualan teri krispi dengan E-Commerce meningkat signifikan jika dibandingkan dengan penjualan secara langsung (Direct selling).

Kata Kunci: model pengembangan, UKM, teri krispi, dan e-commerce

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara maritime yang memiliki potensi sumberdaya alam yang besar, khususnya dalam bidang kelautan dan perikanan. Potensi ini harus dikelola dan dimanfaatkan secara baik dan berkelanjutan, hal ini harus didukung oleh regulasi yang bijak dan tepat.

Ikan teri nasi merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiliki nilai ekonomis penting dan sebagai sumber pangan nasional. Ikan teri nasi (*Stelopherus spp*) bisa dikonsumsi dalam kondisi segar atau kering. Ikan teri nasi memiliki kandungan nilai gizi yang tinggi terutama kadar protein yang paling besar dari jenis ikan lainnya. (Wahyurini, 2017b). Sebagai salah satu sumber bahan pangan yang sehat ikan teri mengandung mineral, vitamin, lemak tak jenuh dan protein yang disusun dalam asam-asam amino esensial yang penting untuk pertumbuhan dan kecerdasan manusia. Ikan teri nasi juga merupakan salah satu komoditas perikanan yang selalu diekspor sehingga mampu menambah devisa negara. Oleh karena itu teri nasi ini juga merupakan potensi industri di Indonesia.

Madura merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi penangkapan teri nasi, antara lain di Kabupaten Pamekasan dan Sumenep. Dalam pembangunannya teri nasi diolah menjadi sebuah olahan industri makanan siap konsumsi yaitu teri krispi. Teri krispi dikembangkan sebagai bentuk diversifikasi dari ikan teri. Pengolahan teri krispi sudah berlangsung sekitar 3 tahun terakhir dan mampu memberikan pengaruh positif terhadap pendapatan masyarakat.

Pemasaran merupakan ujung tombak sebuah usaha yang mempengaruhi keberlanjutan dari usaha tersebut.(Wahyurini, 2017a). Strategi pemasaran yang tepat sangat penting dilakukan.Pemasaran teri krispi dari tingkat lokal dan regional. Perlu mencari pola atau model yang tepat untuk pemasaran teri krispi ini sehingga diharapkan bisa juga mencapai skala internasional. Penelitian ini bertujuan mencari model pengembangan UKM teri krispi dengan *E- Commerce*.

Pada masa digital ini peran e-commerce sangat penting untuk meningkatkan pendapatan seseorang atau kelompok bersama dengan meningkatnya penggunaan teknologi internet dan smartphone. Perkembangannya sangat memudahkan manusia sekarang ini dengan berdiam diri di tempat atau rumah kita dapat melakukan apapun ke seluruh dunia tanpa perlu mendatangi tempat-tempat tersebut. Perkembangan transaksi online tidak hanya terbatas oleh suatu wilayah geografis tapi dapat menyentuh sampai ke pelosok daerah suatu negara.

Internet sebagai system penunjang dalam komunikasi dan informasi perlu ditunjang dengan pengetahuan bagaimana keuntungan yang akan diperoleh jika memaksimalkan peran media e-commerce yang telah ada tanpa perlu membangun suatu web khusus hanya untuk produk kita saja. Hal itu dikarenakan dengan membuat media web sendiri perlu ditunjang dengan cara melakukan media promosi pada media massa baik itu berbasis web maupun media tradisional.

E-commerce merupakan media pemasaran yang menggunakan website untuk transaksi atau memfasilitasi suatu penjualan produk secara online (Pradana, 2015). Pada media online terutama e-commerce para calon konsumen atau pembeli dapat mencari informasi mengenai suatu produk yang dibutuhkannya secara jelas dan dapat mengurangi biaya dan waktu yang dikeluarkan untuk mencari informasi produk atau barang.

Hal ini juga diterapkan pada teri krispi yang diproduksi oleh warga Pamekasan yang terutama berdomisili di daerah pesisir. Bahan baku yang mudah didapat membuat warga mengembangkan usaha pengolahan teri krispi. Dengan menggunakan e-commerce diharapkan jumlah penjualan teri krispi semakin meningkat. Tujuan penelitian ini adalah mencari model pengembangan UKM teri krispi dengan memanfaatkan e-commerce.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penelitian selama 6 bulan yaitu dari Februari sampai Juli 2021. Penentuan lokasi secara sengaja (*purposive*) karena di Kabupaten Pamekasan merupakan penghasil olahan teri krispi terbesar di Madura. Penelitian dilakukan di Kecamatan Pademawu, Kecamatan Galis dan Kecamatan Larangan Kabupaten Pamekasan, Madura. Ketiga kecamatan ini merupakan sentra pengolah teri krispi dan salah satu desa di Kecamatan Pademawu mendapat sebutan sebagai “Kampung Teri” oleh karena itu tempat ini dipilih menjadi lokasi penelitian.

Metode penelitian yang menggunakan deskriptif kualitatif. (Jonathan Sarwono, 2006). Metode analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan untuk menganalisis yang dilakukan dengan cara mengelompokkan data yang diperoleh dari responden kemudian mentabulasikan dan menjelaskan secara mendalam. Analisis ini cenderung mengakomodasi setiap data atau tanggapan responden yang diperoleh melalui pengumpulan data sehingga mampu memberikan gambaran produk menurut pengguna produk. Untuk memudahkan penilaian dari jawaban responden, maka dibuat kriteria penilaian berdasarkan empat bobot penilaian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teri adalah salah satu komoditas perikanan yang memiliki banyak manfaat. Nutrisi ikan teri merupakan sumber protein yang sangat tinggi (Wahyurini, 2017b). Salah satu hasil olahannya adalah teri krispi, yang saat ini menjadi camilan yang viral dimedia sosial. Teri krispi yang di produksi masyarakat Pamekasan dijual melalui cara penjualan langsung (*Direct selling*) maupun secara virtual (*e-commerce*).

Menurut (Qin et al., 2013), e-commerce dapat berjalan dengan baik apabila dijalankan berdasarkan prinsip 4C, yaitu: connection (koneksi), creation (penciptaan), consumption (konsumsi) dan control (pengendalian). Prinsip-prinsip ini dapat memotivasi konsumen yang mengarah pada return of investment (ROI) perusahaan, yang diukur dengan partisipasi aktif seperti feedback atau review konsumen, dan share atau merekomendasikan kepada pengguna lain.

Individu atau pelaku bisnis yang terlibat dalam e-commerce, baik itu pembeli maupun penjual mengandalkan teknologi berbasis internet untuk melaksanakan transaksi mereka. E-commerce memiliki kemampuan untuk memungkinkan transaksi kapan saja dan di mana saja. Kekuatan e-commerce memungkinkan hambatan-hambatan geofisika menghilang (Blut et al., 2015) dalam (Cahyono et al., 2020).

Model *E-Commerce* Teri Krispi

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang dikenal dengan istilah Information and Communication Technology (ICT) dan internet telah merambah berbagai bidang kehidupan tidak terkecuali bidang bisnis dan perdagangan (Fensel, 2001) dalam (Kusbandono & Rosyad, 2019). Dari hasil penelitian dan analisis teri krispi yang diproduksi oleh UKM pengolah di Kabupaten Pamekasan semakin mengalami kemajuan dan peningkatan produksi. Hal ini karena pengaruh dari system pemasaran yang mereka terapkan yaitu melalui media online. Teknologi dan internet sangat membantu peningkatan usaha UKM teri krispi. Penjualan teri krispi yang dilakukan di Pamekasan masih menggunakan media sosial belum menggunakan aplikasi khusus. Sistem penjualan yang dilakukan melalui Facebook, Wastshap, Instagram, blog, tokopedia, bukalapak, web, e store, dll.

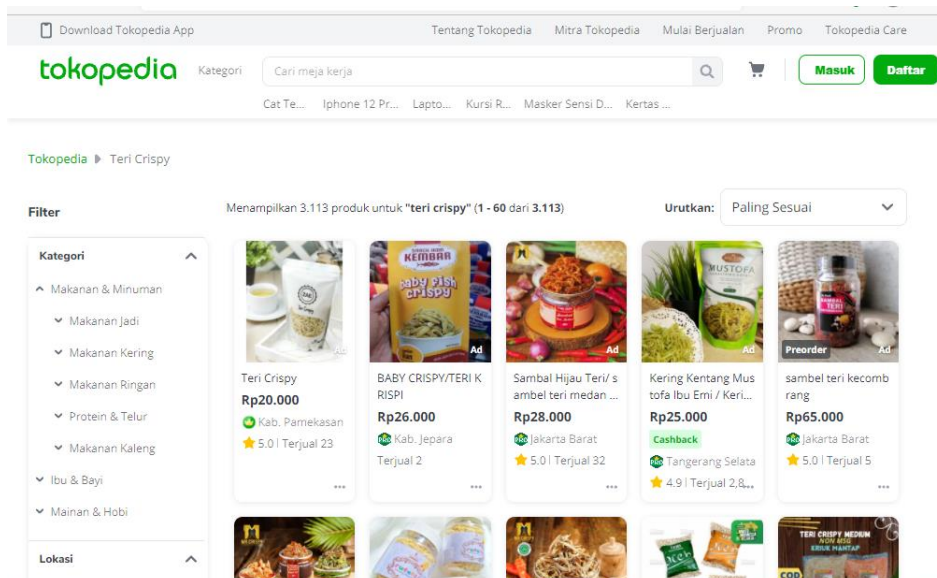
Aplikasi yang Digunakan:

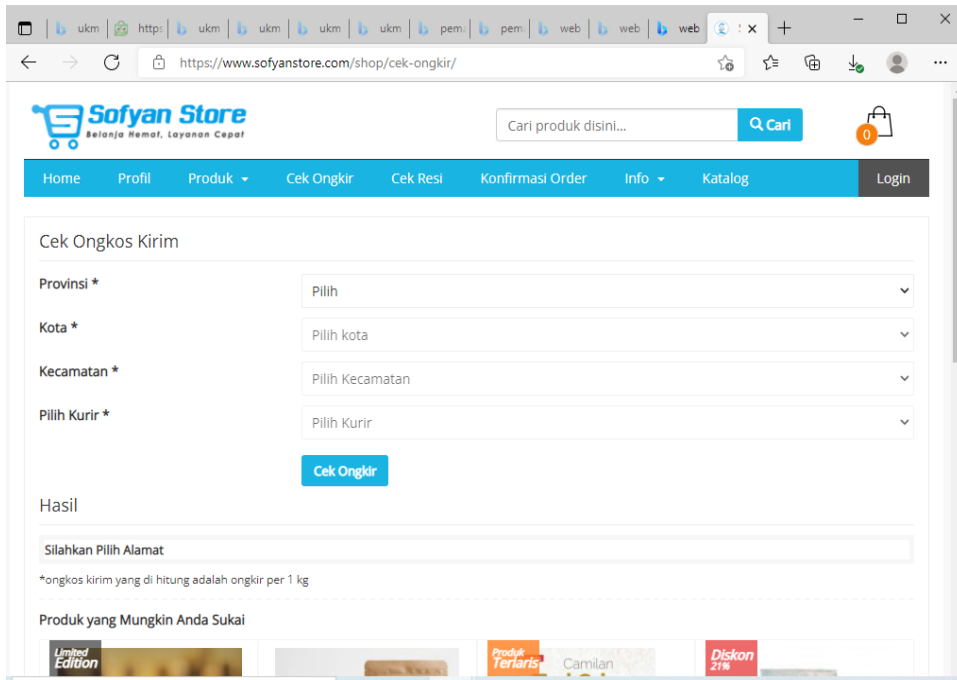
- <https://www.facebook.com/TeriKrispiSuper>
- <https://terikrispipamekasan.wordpress.com>
- <https://www.tokopedia.com/find/teri-crispy>
- <https://www.sofyanstore.com/teri-crispy-super>
- <https://terikrispipamekasan.wordpress.com/2017/01/..>
- <https://www.sofyanstore.com/blog/profilsofyanstore>

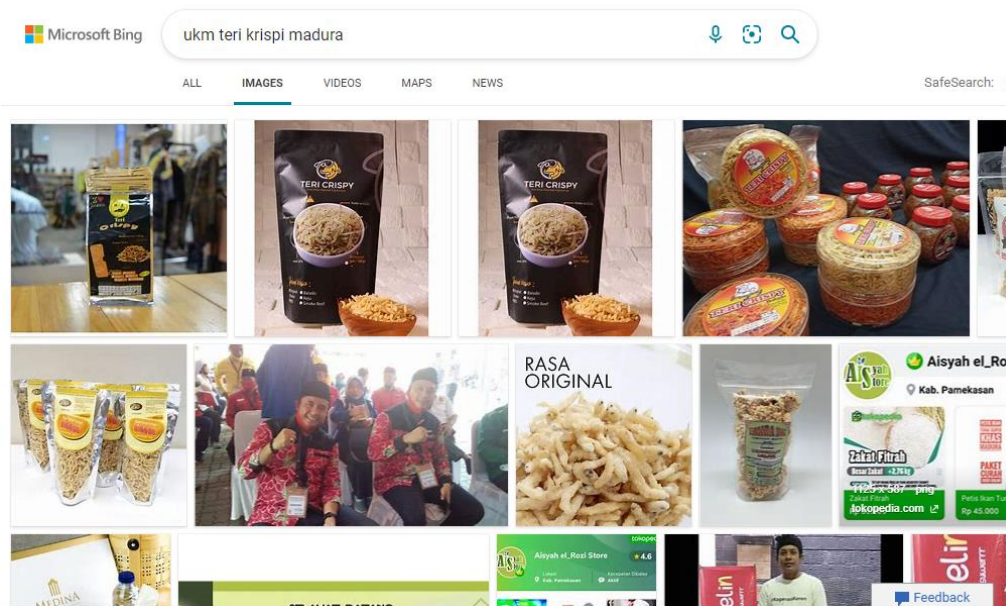
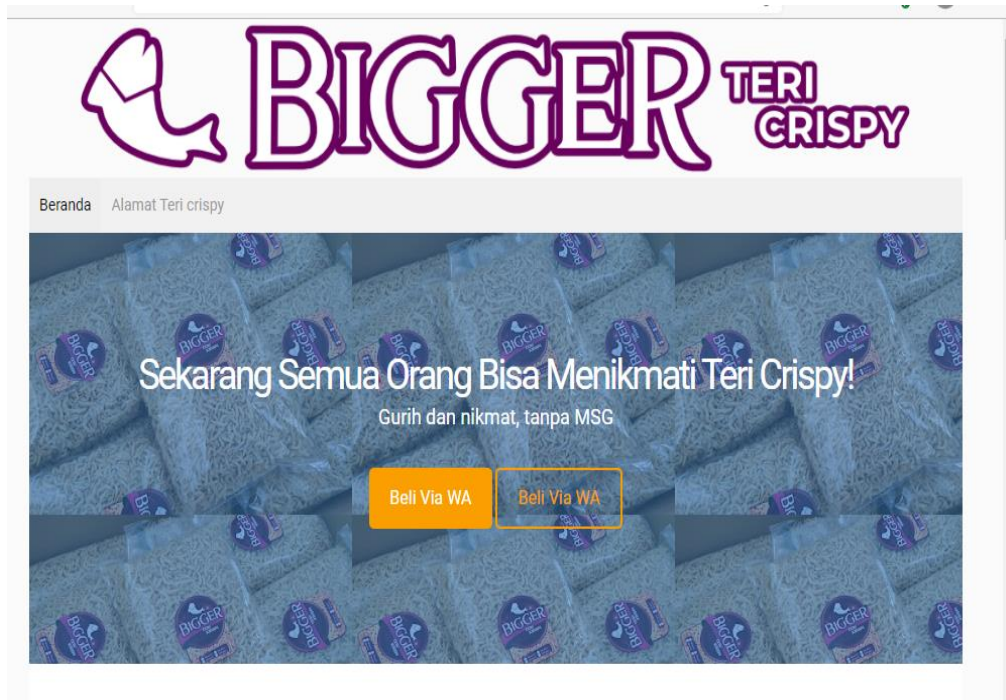
- <https://www.tokopedia.com/find/teri>
- Dll.



Pada media ini isinya cukup lengkap, cara memesan, info tentang perusahaan dan produk tersedia, tetapi media yang digunakan masih berbahasa Indonesia. Menu dalam media aplikasi yang digunakan meliputi profil, produk, cek ongkir, cek resi, konfirmasi order katalog, info dll.







Jumlah Pelaku Ukm Yang Memakai E-Commerce

Pola pemasaran dengan media internet sangat mempengaruhi perilaku produsen sebagai pengolah teri krispi. Dengan melihat dan merasakan kemudahan tersebut memberi pengaruh pada masyarakat lainnya juga untuk memproduksi dan menjual teri krispi dengan cara online.

Kondisi ini mengakibatkan bertambahnya jumlah pelaku UKM Teri krispi terutama di wilayah pesisir yang penghasil teri. Jumlah pelaku usaha teri krispi setiap tahunnya mengalami kenaikan jumlahnya. Data jumlah pelaku UKM teri krispi seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Jumlah Pelaku Pengolah Teri Krispi

No	Kecamatan	Tahun			
		2018	2019	2020	2021
1	Pademawu	10	15	19	21
2	Galis	7	9	13	15
3	Larangan	5	8	11	16

Sumber (Data primer dianalisis 2021)



Gambar 2. Diagram data pengolah teri krispi Kabupaten Pamekasan

KESIMPULAN

Adanya E-Commerce mampu mengenalkan teri krispi kepada konsumen dan pelanggan tanpa harus datang ke toko dan dilokasi yang jauh. E-Commerce membantu pelaku UKM Teri Krispi dalam memperluas pemasaran. Semakin banyak jumlah pelaku UKM Teri Krispi yang menggunakan E-Commerce. UKM teri krispi menjadi salah satu produk UMKM unggulan di dKabupaten Pamekasan.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, I. K. D., Astuti1, A. P., Sari, N. H. E., Fitriyani, Y., Fitria, R. S., & Tanbiyaskur, T. (2020). Perluasan Segmen Pasar UKM Pembudidaya Ikan Berbasis E-Commerce Menggunakan Aplikasi Fishket di Era Revolusi 4.0.

Prosiding Seminar Nasional Lahan Suboptimal, 8, 978–979.
<http://www.conference.unsri.ac.id/index.php/lahansuboptimal/article/view/1970>

Jonathan Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Vol. 148).

Kusbandono, D., & Rosyad, S. (2019). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Memanfaatkan E-Commerce Untuk Meningkatkan Minat Pembelian Konsumen Terhadap Penjualan Bibit Ikan Di Desa Plosobuden Kec. Deket. *E-Prosiding SNasTekS*, 1(1), 381–390.

Pradana, M. (2015). Pemasaran Digital: Adopsi Media Sosial Pada Ukm. *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, 27(1), 174.

Qin, Z., Chang, Y., Li, S., & Li, F. (2013). *E-Commerce Strategy*.

Wahyurini, E. T. (2017a). AGRIBISNIS LORJUK (Solen grensalis) DALAM ANALISIS TARGETING DAN POSITIONING di KABUPATEN PAMEKASAN. *TEKNOLOGI PANGAN: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 8(1). <https://doi.org/10.35891/tp.v8i1.534>

Wahyurini, E. T. (2017b). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Teri Krispi Di Kabupaten Pamekasan Madura. *Agromix*, 8(2), 75–81.
<https://doi.org/10.35891/agx.v8i2.782>

ELASTISITAS TRANSMISI HARGA *DAY OLD DUCK* (DOD) DI DESA MODOPURO KABUPATEN MOJOKERTO

Sri Widayanti, Vivi Irawati, Wahyu Santoso, Risqi Firdaus Setiawan
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian UPN "Veteran" Jawa Timur
Email: sriwidayanti@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap perubahan harga DOD ditingkat penetas di Desa Modopuro, Kabupaten Mojokerto. Metode penentuan sampel penetas menggunakan metode purposive sampling, sedangkan sampel pedagang perantara menggunakan metode snowball sampling. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis elastisitas transmisi harga DOD. Hasil penelitian menunjukkan jika perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap perubahan harga DOD ditingkat penetas kurang dari satu ($E_t < 1$) yang berarti laju perubahan harga DOD ditingkat penetas lebih kecil daripada laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer.

Kata Kunci: elastisitas, transmisi harga, *day old duck* (DOD)

PENDAHULUAN

Sektor peternakan merupakan salah satu sektor dalam bidang pertanian yang penting dalam menopang perekonomian masyarakat Indonesia. Itik (*Anas platyrhynchos*) merupakan hewan ternak yang potensial untuk dikembangkan. Usaha peternakan itik saat ini banyak digemari oleh masyarakat, salah satu penyebabnya adalah dari segi pemeliharaan. Itik lebih mudah untuk dipelihara karena lebih tahan terhadap penyakit (Widiawati *et al.*, 2016).

Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu daerah penghasil itik terbesar di Jawa Timur. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur tahun 2018, Kabupaten Mojokerto berada pada urutan kelima se-Jawa Timur yang memiliki populasi ternak itik terbesar. Jumlah populasi ternak itik di Kabupaten Mojokerto dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Populasi Ternak Itik Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur, 2018

No.	Kabupaten	Jumlah Populasi Ternak Itik (ekor)
1.	Blitar	725.980
2.	Tulungagung	390.137
3.	Lumajang	280.625
4.	Banyuwangi	279.327
5.	Mojokerto	260.750

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa populasi ternak itik di Kabupaten Mojokerto berada pada urutan kelima se-Provinsi Jawa Timur. Tersedianya itik tidak lepas dari

peran penetas untuk menghasilkan *Day Old Duck* (DOD). Istilah DOD sering disebut juga sebagai anak itik umur sehari yang biasa dijual untuk pembibitan. Salah satu daerah di Kabupaten Mojokerto yang terkenal dengan produksi DOD adalah di Desa Modopuro, Kecamatan Mojosari.

Banyaknya produksi DOD di Desa Modopuro mendorong terlaksananya kegiatan pemasaran. Kondisi pemasaran yang dijelaskan oleh penetas ketika observasi awal yakni harga DOD yang mengalami fluktuasi baik ditingkat pedagang pengecer maupun penetas. Pernyataan awal tersebut dibuktikan dengan data perubahan harga yang penulis peroleh setelah melakukan penyebaran kuisisioner. Hasil tersebut dapat ditunjukkan dalam tabel 2 berikut.

Tabel 2. Fluktuasi Harga DOD

Waktu	Perubahan Harga	
	Pedagang Pengecer (Rp/ekor)	Penetas (Rp/ekor)
30/12/20	6.800	4.900
31/12/20	6.800	4.900
01/01/21	6.800	4.900
02/01/21	6.900	4.900
03/01/21	6.900	4.900
04/01/21	6.900	4.900
05/01/21	6.900	4.900
06/01/21	7.000	5.100
07/01/21	7.000	5.100

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa harga DOD dapat mengalami perubahan dalam hitungan hari. Tabel 2 merupakan rata-rata harga dari responden pedagang pengecer maupun penetas. Masalah fluktuasi harga DOD terjadi karena perbedaan lembaga pemasaran dalam mematok keuntungan, faktor musim, harga pakan, serta kondisi pasar. Menurut (Rahmi & Arif, 2012) bahwa pada pasar yang terintegrasi, perubahan harga pada tingkat pasar konsumen akan mempengaruhi harga pada tingkat pasar produsen. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya nilai elastisitas transmisi harga DOD di Desa Modopuro Kabupaten Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Modopuro, Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Penentuan tempat penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa

Desa Modopuro merupakan desa penghasil DOD terbesar di Kabupaten Mojokerto. Penelitian dimulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan Februari 2021.

Metode Pengambilan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari penetas telur itik yang ada di Desa Modopuro dan pedagang perantara. yang turut andil dalam memasarkan DOD, diantaranya pengepul dan pedagang pengecer. Penentuan sampel penetas telur itik menggunakan metode *purposive sampling* atau penentuan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa penetas telur itik merupakan penetas yang telah menjalankan usaha selama lebih dari lima tahun. Sampel penetas diambil sebanyak 30 orang. Penetapan jumlah sampel tersebut didasarkan pada pendapat Wirartha (2006) yang menyatakan bahwa ukuran sampel paing kecil sebanyak 30 orang untuk penelitian yang mengguakan data statistik.

Sampel pedagang perantara ditentukan berdasarkan metode *snowball sampling* atau metode bola salju. Teknik pengambilan sampel pada metode ini dengan mengikuti alur pemasaran DOD yang berlangsung dari responden pertama yakni penetas. Menurut Sugiyono (2014) *snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang jumlah awalnya kecil kemudian membesar.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini didapat dari data primer maupun data sekunder. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer diantaranya wawancara, kuisisioner, observasi dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder didapat berdasarkan literatur yang terkait dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui hubungan perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer dengan perubahan harga DOD ditingkat penetas. Harga merupakan fungsi linear dimana P_f merupakan fungsi dari P_r , sehingga persamaan yang didapat adalah $P_f = a + b.P_r$. Untuk mengetahui besarnya elastisitas transmisi harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD di tingkat penetas maka menggunakan data *time series*. Data *time series* merupakan jenis data yang terdiri atas variabel-variabel yang dikumpulkan menurut urutan waktu dalam suatu rentang tertentu. Data tersebut diperoleh dengan menyebar kuisisioner yang berisi tentang pertanyaan harga DOD setiap harinya

selama tiga bulan dimulai sejak bulan Desember 2020 sampai dengan Februari 2021. Penyebaran kuisioner dilakukan baik ditingkat pedagang pengecer maupun penetas. Elastisitas transmisi harga DOD dihitung menggunakan rumus (Lastinawati *et al.*, 2018).

$$Et = \frac{1}{b} \times \frac{Pf}{Pr}$$

Keterangan:

a : Intersep

b : Koefisien regresi

Pf : Rata-rata perubahan harga tingkat penetas (Rp/ekor)

Pr : Rata-rata perubahan harga tingkat pengecer (Rp/ekor)

Kriteria pengukuran analisis elastisitas transmisi harga :

1. Jika $Et = 1$ (unitari), maka laju perubahan harga ditingkat penetas sama dengan laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer, sistem pemasaran sudah efisien.
2. Jika $Et < 1$ (inelastis), maka laju perubahan harga ditingkat penetas lebih kecil daripada laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer, sistem pemasaran belum efisien.
3. Jika $Et > 1$ (elastis), maka laju perubahan harga ditingkat penetas lebih besar daripada laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer, sistem pemasaran belum efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang di satu tempat atau tingkatan terhadap perubahan harga barang itu di tempat atau tingkatan lain. Untuk mengetahui nilai elastisitas transmisi harga DOD, diperlukan data harga DOD harian selama tiga bulan baik ditingkat pedagang pengecer maupun penetas. Hasil analisis dapat ditunjukkan dalam table 3 berikut.

Tabel 3. Analisis Elastisitas Transmisi Harga DOD

Coefficients^a				
Model	Unstandardized		t	Sig.
	Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	

1	(Constant)	-707.484	170.366		-4.153	.000
	Perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer	.819	.024	.965	34.305	.000

a. Dependent Variable: Perubahan harga tingkat penetas

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2021

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap perubahan harga DOD ditingkat penetas diperoleh persamaan sebagai berikut.

$$Pf = -707,484 + 0,819Pr$$

Persamaan diatas menunjukkan nilai constant (a) sebesar -707,484. Kemudian nilai perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer (b/koefisien regresi) sebesar 0,819. Persamaan tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar -707,484 memiliki arti jika perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer sebesar 0, maka perubahan harga DOD ditingkat penetas adalah sebesar -707,484.
- Koefisien regresi X sebesar 0,819 memiliki arti bahwa setiap penambahan 1% nilai perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer, maka nilai perubahan harga DOD ditingkat penetas bertambah sebesar 0,819. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah positif.

Rata-rata perubahan harga DOD ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 7.100/ekor, sedangkan rata-rata perubahan harga DOD ditingkat penetas sebesar Rp 5.100/ekor. Sehingga untuk mengetahui nilai elastisitas transmisi harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas, dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$Et = \frac{1}{b} \times \frac{Pf}{Pr}$$

$$Et = \frac{1}{0,819} \times \frac{5.100}{7.100}$$

$$Et = 1,22 \times 0,718$$

$$= 0,875$$

Hasil analisis elastisitas transmisi harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas diketahui sebesar 0,875. Nilai tersebut

berarti kurang dari satu ($E_t < 1$). Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% harga DOD ditingkat pedagang pengecer akan menaikkan harga DOD ditingkat penetas sebesar 0,875. Artinya, laju perubahan harga ditingkat penetas lebih kecil daripada laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer. Hal ini disebabkan karena laju perubahan harga ditingkat pedagang pengecer lebih cepat daripada ditingkat penetas. Selain itu penetas yang tidak memiliki ternak itik sendiri tidak melakukan pencarian informasi pasar yang mengakibatkan penetas bertindak sebagai *price taker*. Kenyataan tersebut sesuai dengan (Kusuma, 2018) yang menyatakan bahwa petani atau produsen biasanya bertindak sebagai *price taker*, sehingga tidak mengetahui kondisi pasar secara langsung. Kondisi ini menunjukkan jika pemasaran belum efisien jika dilihat dari hubungan antara harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas. Hal ini karena perubahan harga ditingkat pedagang pengecer tidak ditransmisikan secara sempurna ke penetas sehingga terjadi transmisi harga secara simetris (Lastinawati *et al.*, 2018).

KESIMPULAN

Analisis elastisitas transmisi harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas memiliki nilai 0,875. Hal ini menunjukkan jika pemasaran belum efisien jika dilihat dari hubungan antara harga DOD ditingkat pedagang pengecer terhadap harga DOD ditingkat penetas, karena perubahan harga ditingkat pedagang pengecer tidak ditransmisikan secara sempurna ke penetas

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2018. *Populasi Ternak Itik di Jawa Timur*. <https://jatim.bps.go.id/staticable/2018/10/18/1293/populasi-ternak-di-jaa-timur-2009-2017-ekor-.html>
- Kusuma, T. A. (2018). Elastisitas Transmisi Harga Komoditas Cabai Merah di Jawa Tengah. *Economics Development Analysis Journal*, 7(3), 294–304.
- Lastinawati, E., Mulyana, A., Zahri, I., & Sriati, S. (2018). Analisis Transmisi Harga Beras di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Lahan Suboptimal*, 7(1), 43–49.
- Rahmi, E., & Arif, B. (2012). Analisis Transmisi Harga Jagung sebagai Bahan Pakan Ternak Ayam Ras di Sumatra Barat. *Jurnal Peternakan Indonesia*, 14(2), 343–348.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

- Widiawati, Y., Sutrisna, R., & Siswanto. (2016). Respon Fisiologistik Itik Mojosari Janntan Dengan Pemberian Ransum Berkadar Protin Kasar Berbeda. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, 4(3), 182–187.
- Wirartha, I. M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. CV Andi Offset.

PENGARUH CITA RASA, HARGA, LOKASI, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AGROINDUSTRI “TAHU KOPECI” KUNINGAN

Adinda Apriliani Putri, Indra Tjahaja Amir, dan Pawana Nur Indah
Program Studi Agribisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa
Timur

Email: [indra ta@upnjatim.ac.id](mailto:indra_ta@upnjatim.ac.id)

ABSTRAK

Agroindustri tahu merupakan salah satu industri pangan yang memiliki prospek pasar bagus di Kuningan. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Agroindustri Tahu Kopeci perlu mengetahui bagaimana perilaku konsumennya dan keputusan pembelian. Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) mengetahui pengetahuan konsumen dan keunggulan Tahu Kopeci, 2) menganalisis cita rasa, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tahu Kopeci. Metode analisis yang digunakan untuk tujuan pertama adalah analisis deskriptif, sedangkan tujuan kedua menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan: (1) tujuan pembelian, jumlah pembelian, pilihan harga, waktu pembelian, frekuensi pembelian, motivasi pembelian, motivasi pencarian informasi, keputusan pembelian, alternatif pembelian, kepuasan setelah membeli tahu kopeci. (2) secara simultan citarasa, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tahu kopeci sedangkan secara parsial cita rasa, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tahu kopeci.

Kata Kunci: keputusan pembelian, cita rasa, harga, lokasi, pelayanan

PENDAHULUAN

Agroindustri merupakan kegiatan meningkatkan kemampuan pelaku agribisnis dalam meningkatkan pendapatan, menyerap tenaga kerja lebih banyak, mampu memberikan dampak positif terhadap sektor lain dan memberikan nilai tambah dari proses usaha tersebut. Sektor pertanian melalui agroindustri dapat memperpanjang siklus usaha dan menghasilkan produk sekunder yang bermutu, sehingga pihak yang terlibat yaitu petani dan pelaku agroindustri memperoleh nilai tambah usaha agroindustri (Soekartawi, 20 09). Agroindustri tahu merupakan salah satu industri pangan yang memiliki prospek pasar bagus. Hal ini ditunjukkan banyaknya restoran dan outlet yang menyediakan aneka makanan berbahan baku tahu, disamping menjual dalam bentuk eceran. Prospek pemasaran tahu cukup baik karena didukung produksi tahu yang terus menerus. Kualitas tahu yang dihasilkan sangat baik sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsumsinya (Pratama, 2017).

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Balawera, 2013). Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli (Imantoro, 2018). Keputusan konsumen dapat terjadi apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen (Maulida, 2018).

Pada umumnya usaha pembuatan tahu merupakan industri rumah tangga dan sangat diminati konsumen baik dari kelas atas hingga kelas bawah. Persaingan yang dihadapi tak hanya datang dari pengusaha sejenis. Melihat kondisi segmen pasar yang menjanjikan serta besarnya belanja konsumen, kemungkinan peningkatan agroindustri tahu akan terus meningkat hal ini sangat berpengaruh positif namun dengan banyaknya pesaing (Pratama, 2017). Tetapi dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan variabel cita rasa, harga, lokasi, dan pelayanan secara bersamaan dalam satu penelitian terhadap keputusan pembelian. Tujuan Penelitian adalah: 1) mengetahui pengetahuan konsumen dan keunggulan Tahu Kopeci dan 2) menganalisis cita rasa, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tahu Kopeci.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Industri Tahu Kopeci, Kecamatan Kuningan, Kabupaten Kuningan. Penentuan daerah penelitian secara sengaja, dengan pertimbangan banyak konsumen mengkonsumsi tahu kopeci sebagai salah satu makanan sehari-hari di pagi hari atau jam istirahat.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Accidental Sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli, pernah mengkonsumsi lebih dari satu kali, pembeli yang membeli langsung untuk

dikonsumsi, dan tidak menerima titipan/jasa pembelian Tahu Kopeci di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan. Jumlah konsumen yang diambil oleh peneliti sebesar 40 responden.

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Fungsi pokok statistik adalah untuk menyederhanakan data penelitian, selain itu fungsinya memungkinkan peneliti untuk menguji apakah ada hubungan antar variabel (Indah, P.N., et al, 2014). Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama menggunakan metode deskriptif, sedangkan analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua menggunakan metode analisis analisis regresi berganda. Menurut Wibowo, A.E., dan Djojo, A. (2012) dan Hasan (2012) untuk ketepatan model regresi sampel dalam menafsir aktualnya dapat diukur dari Goodness of fit. Goodness of fit dalam model regresi dapat diukur dari nilai analisis statistik F, nilai statistik t, dan koefisien determinasi (Ghozali, 2011). Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu variabel berpengaruh pada variabel lainnya atau beberapa variabel lainnya (Sunnyoto, 2013).

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh citaras, harga, lokasi dan pela keputusan pembelian. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X1 = Cita Rasa (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju)

X2 = Harga (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju)

X3 = Lokasi (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju)

X4 = Pelayanan (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju)

b1 b2 = Koofisien Regresi

ε = Error

Skala Likert merupakan skala yang kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar “setuju” dan “tidak setuju” melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban. Dikemukakan Sugiyono (2014) bahwa skala Likert digunakan untuk

mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan Responden Terhadap Keputusan Pembelian

Analisis pengetahuan konsumen Tahu Kopeci, sebagai pertimbangan kosumen terhadap keputusan pembelian berdasarkan padatujuan pembelian. Sejumlah 40 kosumen tujuan pembelian tahu kopeci yang membeli tahu kopeci berdasarkan tujuan pembelian adalah konsumsi sendiri sebanyak 33 orang dengan presentase 82,5%, berdasarkan oleh-oleh sebanyak 4 orang dengan presentase 10%, dan lain-lainnya sebanyak 3 orang dengan presentase 7,5% (Tabel 1).

Tabel 1 Jumlah Konsumen Berdasarkan Tujuan Pembelian

No	Tujuan Pembelian	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Konsumsi Sendiri	33 orang	82,5%
2.	Oleh-oleh	4 orang	10%
3.	Titipan	-	-
4.	Lain-lain	3 orang	7,5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Jumlah konsumen berdasarkan membeli berapa bungkus tahu dengan sejumlah 40 konsumen tahu yang membeli banyaknya jumlah perbungkus tahu dapat dilihat pada tabel dibawah ini. Konsumen yang membeli tahu kopeci sebanyak 1-2 bungkus sebanyak 28 orang dengan presentase 70%, konsumen yang membeli tahu kopeci 3-4 bungkus sebanyak 10 orang dengan presentase 25%, dan konsumen yang membeli 5-6 bungkus tahu kopeci sebanyak 2 orang dengan presentase 5% (Tabel 2).

Tabel 2 Jumlah Banyaknya Pembelian Tahu Kopeci

No	Banyaknya Pembelian Tahu/bulan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	1-5 kali	11	27,5%
2.	6-10 kali	4	10%
3.	11-15 kali	2	5%
4.	> 15 kali	23	57,5
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Pengenalan kebutuhan konsumen tahu kopeci di Kecamatan Kuningan terdiri dari motivasi konsumen membeli tahu dan manfaat dalam mengkonsumsi tahu kopeci.

Motivasi konsumen membeli tahu kopeci di Kecamatan Kuningan terbanyak yaitu kebiasaan sejak dulu sebanyak sejumlah 19 orang dengan presentase 47,5% dan motivasi konsumen membeli tahu kopeci di Kecamatan Kuningan yang terendah sebanyak 1 orang dengan presentase 2,5% (Tabel 3).

Tabel 3 Motivasi Konsumen Membeli Tahu Kopeci

No	Motivasi Membeli	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Sekedar Ingin Mencoba	2	5%
2.	Kebiasaan sejak dulu	19	47,5%
3.	Melihat orang lain membeli	1	2,5%
4.	Pemenuhan gizi	9	22,5%
5.	Lainnya	9	22,5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Pencarian informasi tahu kopeci di Kecamatan Kuningan meliputi pencarian informasi sebelum membeli, sumber informasi, pendapat dari sumber informasi, dan promosi untuk menarik konsumen untuk membeli tahu kopeci. Dari hasil tabel 5.11 dibawah ini, konsumen yang melakukan pencarian sebelum membeli tahu kopeci sebanyak 25% mengatakan “Tidak” dalam melakukan pencarian informasi sebelum membeli tahu kopeci, dalam hal ini artinya konsumen tidak melakukan pencarian informasi sebelum membeli tahu kopeci (tabel 4).

Tabel 4 Konsumen Melakukan Pencarian Sebelum Membeli Tahu Kopeci

No	Pencarian Informasi	Jumlah (Orang)	Presentase %
1.	Ya	15	37,5%
2.	Tidak	25	62,5%
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 5 Kepuasan Konsumen Dengan Tahu Kopeci

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Sangat puas	10	25%
2.	Puas	21	52,5%
3.	Cukup puas	8	20%
4.	Tidak puas	-	-
5.	Sangat tidak puas	-	-
Total		40	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Dalam tabel kepuasan konsumen dengan tahu kopeci, terdapat konsumen yang menjawab sangat puas, puas, cukup puas, dan lain-lain. Sehingga dapat disimpulkan yang menjawab sangat puas sebanyak 10 orang dengan presentase 25%, konsumen yang menjawab puas sebanyak 21 orang dengan presentase

52,5% dan konsumen yang menjawab cukup puas sebanyak 8 orang dengan presentase 20% (table 5).

Keunggulan Tahu Kopeci

Cita rasa adalah gabungan dari rasa, tekstur, kepadatan isi, dan aroma. Cita rasa tahu kopeci memegang peranan penting, apakah makanan tersebut disukai atau tidak disukai oleh konsumen. Walaupun tahu kopeci mempunyai nilai gizi yang tinggi dan penampilan tahu yang menarik, jika tidak mempunyai cita rasa yang enak tentu tidak akan disukai oleh konsumen. Tahu kopeci memiliki rasa tahu yang gurih dan aroma yang enak dan lezat dengan dibungkus menggunakan anyaman bamboo menjadi salah satu ciri khas yang dimilikitahu kopeci. Sehingga konsumen menilai tahu kopeci tidak hanya dari rasa tetapi dari kemasan yang unik juga.

Pengaruh Cita Rasa, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Kopeci

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu pengaruh cita rasa, harga dan lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian. Bentuk umum persamaan regresi linier berganda.

Tabel 6. Pengaruh Citarasa, Harga, Lokasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Kopeci Kuningan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.063	.748			
Cita Rasa	.473	.179	.385	2.642 **)	.012
Harga	.193	.127	.220	1.919 *)	.138
Lokasi	.151	.099	.203	1.725 *)	.136
Pelayanan	.262	.118	.304	2.213 **)	.034

Keterangan : $R^2 = 0,611$; F hitung = 7.147; Sig 0 000

**) menunjukkan signifikansi α 0,05

*) menunjukkan signifikansi α 0,15

Persamaan Uji Regresi Berganda:

$$Y = 1.421 + 2.642X_1 + 1.519X_2 + 1.525X_3 + 2.213X_4$$

Persamaan regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Koefisien variabel cita rasa (X1) bernilai positif (+) yaitu 2.642. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel cita rasa secara parsial berpengaruh positif (+) terhadap keputusan pembelian Tahu Kopeci. Hal ini menunjukkan bahwa

variabel citarasa, menghasilkan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin baik cita rasa Tahu Kopeci, maka akan semakin meningkat keputusan pembelian Tahu Kopeci. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Imantoro, (2018) dan Anugrah, R., (2017) yang menyatakan bahwa citarasa mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Tahu Kopeci.

2. Koefisien variabel harga (X2) bernilai positif (+) yaitu 1.519. Penelitian ini, variabel harga secara parsial positif (+) atau berpengaruh terhadap keputusan pembelian Tahu Kopeci. Hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya harga yang semakin terjangkau, maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Penelitian ini juga mendukung penelitian Prayoga, R., (2016) yang menyatakan bahwa harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Tahu Kopeci.
3. Koefisien variabel lokasi (X3) bernilai positif (+) yaitu 1.525. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bahwa lokasi yang semakin dekat maka keputusan pembelian Tahu Kopeci akan meningkat.). Penelitian ini sesuai dengan penelitian Situmeang, L, S., (2017) yang menyatakan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Tahu Kopeci.
4. Koefisien variabel pelayanan (X4) bernilai positif (+) yaitu 2.213). Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan, menghasilkan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya pelayanan tahu kopeci semakin baik ataupun tidak baik pelayanan yang diberikan Tahu Kopeci, tetap berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Ismayanti, (2017) yang menyatakan bahwa lokasi mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Tahu Kopeci.

Citarasa, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Tahu Kopeci Kuningan secara simultan, namun secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan adalah cita rasa dan kemudian pelayanan, sedangkan harga dan lokasi berpengaruh cukup dominan terhadap keputusan pembelian tahu kopeci. Hal ini menunjukkan mengapa konsumen membeli Tahu Kopeci dikarenakan citarasa Tahu Kopeci yang luar biasa dan pelayanan dari karyawan yang ramah dan infrastruktur yang memadai.

KESIMPULAN

Pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian terhadap tahu kopeci didasarkan pada beberapa pengetahuan konsumen. Keputusan membeli konsumen sebagian besar dikonsumsi sendiri (82%), sedangkan untuk cinderamata sebanyak 10%. Frekuensi pembelian konsumen sebagian besar lebih dari 15 kali/bulan (82%), dengan motivasi sudah terbiasa membeli sejak dulu sebesar 47,50%. Keunggulan dari Tahu Kopeci terletak pada citarasanya, dimana teksturnya bagian dalam yang lembut dengan kepadatan isi, serta lebih gurih.

Citarasa, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian Tahu Kopeci Kuningan. Dan secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh yang paling dominan adalah cita rasa dan pelayanan, sedangkan harga dan lokasi berpengaruh cukup dominan terhadap keputusan pembelian tahu kopeci.

DAFTAR PUSTAKA

- Anugrah, R. B. 2017. Pengaruh Citra Merek Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Terasi Udang Merek Abc Di Kelurahan Tugu Utara, Kecamatan Koja, Jakarta Utara Provinsi Dki Jakarta. Jurnal Mahasiswa Universitas Brawijaya.
- Balawera, Asrianto. 2013. Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. Jurnal EMBA, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129
- Ghozali, I. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M.I. 2012. Analisis Data Penelitian dengan Statistik. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Imantoro, F. 2018. Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie Di Wilayah Um Al- Hamam Riyadh). Jurnal Administrasi Bisnis (Jab) Vol. 57 No.1
- Indah, P.N., Amir, I.T. dan Widayanti, S. 2018. Metodologi Penelitian Agribisnis. Semesta Anugerah. Surabaya.
- Ismayanti. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Spesial Sambal Plengkung Gading Jalan Mayjen Sutoyo Yogyakarta. Jurnal Universitas Universitas Negeri Yogyakarta.

- Maulida, D. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Baxo Ibu Pudji (Studi Kasus Pada Konsumen Tahu Baxo Ibu Pudji Ungaran. Jurnal Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang.
- Prayoga, E. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Tahu Jembar Manah. Utama Widyatama.
- Pratama, M. R. 2017. Analisis Structure-Conduct- Performance (Scp) Pada Industri Kecil Dan Menengah Makanan Olahan. Jom Fekon, Vol.4 No.1.
- Soekartawi. 2009. Agribisnis. Teori dan Aplikasinya. Rajawali Prs Universitas Brawijaya. Jakarta
- Situmeang, L. S. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Meda. Jurnal Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Sunyoto D., 2013. Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus. Yogyakarta: Amara Books.
- Wibowo, A, E., & Djojo, A. 2012. Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian, Edisi Ke Dua. Penerbit Gava Media, Yogyakarta.

ANALISIS PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KENTUCKY FRIED CHICKEN MANYAR SURABAYA

Kurnia Bellasasi Wahyutri, Eko Priyanto, Mubarokah, Risqi Firaus Setiawan
Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Email: kurniabellassiw@gmail.com

ABSTRAK

Experiential Marketing adalah perasaan pengalaman emosi positif konsumen yang diciptakan sebagai pendekatan pemasaran sehingga konsumen bersedia melakukan pembelian dan fanatik terhadap suatu produk. *Food quality* adalah kemampuan dari produk maupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan karakteristiknya. Tujuan penelitian 1) untuk mengidentifikasi konsumen *Kentucky Fried Chicken Manyar Surabaya*; 2) untuk menganalisis pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan konsumen; 3) untuk menganalisis pengaruh *food quality* terhadap kepuasan konsumen. Metode analisis data penelitian menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan pendekatan *WarpPLS*. Hasil identifikasi dari 105 orang sampel didominasi sebanyak 71% konsumen dengan rentang umur 17-24 tahun. *Experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Food quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Experiential marketing, food quality, kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Fenomena restoran *fast food* yang terjadi saat ini mengalami peningkatan popularitas yang tinggi, sehingga menimbulkan beberapa pesaing restoran *fastfood* baru. *Kentucky Fried Chicken Manyar Surabaya* merupakan salah satu restoran *fast food* yang terkenal. Karena persaingan yang tinggi tersebut, restoran *KFC Manyar Surabaya* mengalami penurunan presentase *Top Brand Indonesia* sebanyak 3% sampai 4% per-tahun. Penurunan tersebut menandakan adanya beberapa masalah yang terjadi di restoran.

Schmitt (2001) menyatakan bahwa *Experiential marketing* adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan emosi serta perasaan konsumen dengan menciptakan pengalaman positif sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian dan fanatik terhadap suatu produk.

Kualitas produk menurut Kotler & Armstrong (2008) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun diimplikasikan. Dalam hal ini, makanan merupakan produk utama dari sebuah restoran atau *café*.

Perilaku konsumen tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga menstimulus perusahaan untuk memberikan rasa kesan pengalaman yang positif. Menurut teori Kepuasan Konsumen oleh Soelasih (2004) menyatakan bahwa tingkat perasaan konsumen dipengaruhi oleh kegiatan konsumen saat melakukan maupun menikmati sesuatu. Dengan demikian kepuasan konsumen didapat ketika konsumen melakukan sesuatu yang berupa pengalaman pemasaran (*experiential marketing*) oleh produsen, sedangkan untuk kepuasan konsumen yang didapat ketika menikmati sesuatu bisa berupa penerapan kualitas makanan (*food quality*) oleh produsen yang dapat memuaskan konsumen.

METODE PENELITIAN

Data di analisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan pendekatan WarpPLS. Model pengukuran digunakan oleh peneliti untuk uji validitas dan reabilitas, sedangkan model struktural digunakan peneliti untuk uji kausalitas atau pengujian hipotesis dengan model prediksi (Jogiyanto, 2011). Dalam PLS-SEM, ada dua tahapan evaluasi model pengukuran yang digunakan, yaitu model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

Tahap pertama dalam evaluasi model, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*). Pada indikator formatif evaluasi outer model terdiri dari nilai *indicator weights* dan nilai VIF. Nilai *p-value* kurang dari *significant alpha* 5%. Artinya bahwa semua indikator pada konstruk formatif memenuhi kriteria *indicator reliability*. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang mengukur variabelnya tidak mengandung multikolinieritas. Sedangkan pada konstruk reflektif evaluasi outer model ini dikenal dengan uji validitas konstruk (validitas konvergen dan validitas diskriminan). pengujian dapat dilihat melalui korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya (Anwar dan Suhardi, 2019).

Tahap kedua dalam evaluasi model structural (*inner model*) adalah dengan melakukan evaluasi struktural (*inner model*). *Inner model* sendiri menentukan spesifikasi hubungan antara konstruk laten dengan konstruk laten lainnya. Tahap ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Anwar dan Suhardi, 2019).

Tahap selanjutnya adalah melakukan pengujian hipotesis. Pengujian ini dilakukan menggunakan cara analisis jalur (*path analysis*) atas model yang telah dibuat. Untuk melihat hasil uji hipotesis secara simultan atau secara bersama-sama dapat dilihat nilai *path coefficients*, *p-values* dan *total effects* hasil dari pengolahan data variabel secara simultan. Tingkat signifikansi penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Maka ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5% dan kemungkinan mengambil keputusan yang benar sebesar 95% (Kurniawan, 2009)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden KFC Manyar Surabaya.

Karakteristik	Kategori	Frequency	Percent
Umur	17 - 24 tahun	68	71.4
	25 - 33 tahun	25	26.25
	34 - >40 tahun	12	12,6
Jenis Kelamin	Pria	49	51.45
	Wanita	66	69.3
Pekerjaan	Karyawan (swasta/negeri)	25	26.25
	Pelajar / Mahasiswa	56	58.8
	Wirausaha	14	14.7
	Lain-lain	10	10.5
Mengetahui KFC Manyar Surabaya	Teman/Kerabat	54	56.7
	Iklan	36	37.8
	Lain-lain	15	15.75

Sumber : Diolah, 2021

Hasil identifikasi dari 105 orang sampel didominasi sebanyak 71% konsumen dengan rentang umur 17-24 tahun. 58% dari sampel merupakan kalangan pelajar/mahasiswa, 40% merupakan karyawan dan wirausaha. Sebanyak 57% responden mengetahui KFC Manyar Surabaya melalui teman/kerabat mereka.

Tabel 2. Hasil pengujian Hipotesis

Keterangan		<i>Path coefficient</i>	<i>p-value</i>	Total effect	Hasil
H1	X1 □ Y1	0.388	0.02	2,028	Terdukung
H2	X2 □ Y1	0.451	<0.01	2,384	Terdukung

Hipotesis 1 yaitu menunjukkan hasil pengujian tersebut bahwa nilai *p-value* < 0,05. Hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan *experiential marketing* (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1). Semua indikator

pada konstruk formatif *experiential marketing* (X1) memenuhi kriteria *indicator reliability*. Berdasarkan hasil olah data maka dapat terlihat bahwa ketika konsumen mengingat atau mendengar KFC Manyar Surabaya, konsumen akan langsung teringat tentang pengalaman-pengalaman yang berkesan saat berada di restoran tersebut.

Hipotesis 2 yaitu pengaruh *food quality* (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1). Pada hasil pengujian yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai T statistics pengaruh *food quality* terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 2,384 dengan nilai *p-value* sebesar $<0,01$. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai *p-value* $< 0,05$. Variabel *food quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semua indikator pada konstruk formatif *food quality* (X2) memenuhi kriteria *indicator reliability*. Karakter dari produk makanan KFC tersebut memiliki pengaruh cukup baik, sehingga mampu membuat konsumen merasa puas.

KESIMPULAN

Hasil identifikasi dari 105 orang sampel didominasi sebanyak 71% konsumen dengan rentang umur 17-24 tahun. Variabel *experiential marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. maka dapat terlihat bahwa ketika konsumen mengingat atau mendengar KFC Manyar Surabaya, konsumen akan langsung teringat tentang pengalaman-pengalaman yang berkesan saat berada di restoran tersebut. Variabel *food quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Maka, karakter dari produk makanan KFC tersebut memiliki pengaruh cukup baik, sehingga mampu membuat konsumen merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Jogiyanto. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. STIM YKPN. Yogyakarta
- Kotler & Armstrong, (2008). *Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Indonesia Language. Edition. Jakarta: Aksara.
- Kurniawan, H. dan Sofyan. (2009). *Structural Equation Modelling: lebih mudah mengolah data kuesioner dengan Lisrel dan smartPLS*. Salemba Infotek: Jakarta

- M Anwar, S. (2019). Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian (Konsep Dasar dan Aplikasi Program Smart PLS 3.2. 8 Dalam Riset Bisnis).
- Schmitt, B. (2001). Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands. New York : The Free Press
- Soelasih, Y., (2004). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel X di Jakarta. *Telaah Bisnis*, Vol. 4 No. 2 Desember 2000

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI PETANI DALAM MENGEMBANGKAN USAHATANI APEL

Tiara Puspa Wardani, Mubarakah, Endang Yektiningsih^{*)}

Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: endangyn@gmail.com

ABSTRAK

Motivasi merupakan faktor dasar yang mendorong seseorang untuk berperilaku dalam mencapai tujuan hidupnya. Tujuan penelitian ini adalah 1) menganalisis motivasi petani apel; 2) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi petani dalam mengembangkan usahatani apel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan Uji Regresi Ordinal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) tingkat motivasi ekonomi dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 2,98 dan berdasarkan motivasi sosiologis dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 2,63; 2) faktor yang berpengaruh signifikan terhadap motivasi petani adalah tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, tingkat kepercayaan diri, modal petani, penguasaan teknologi, jumlah penyuluhan yang diikuti, dan harga apel. Sedangkan faktor yang tidak berpengaruh nyata adalah umur dan pengalaman bertani.

Kata kunci: motivasi petani, usahatani apel, faktor-faktor yang mempengaruhi

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang berarti negara yang mengandalkan sektor pertanian baik sebagai sumber mata pencaharian maupun sebagai penopang pembangunan. Pertanian merupakan salah satu sektor yang sangat dominan dalam pendapatan masyarakat di Indonesia, karena mayoritas penduduk Indonesia bekerja sebagai petani, terutama bagi masyarakat yang tinggal di wilayah pedesaan. Sektor pertanian meliputi subsektor tanaman bahan makanan, subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor peternakan, dan subsektor kehutanan. Salah satu produk hortikultura yang banyak dikembangkan di Indonesia adalah buah apel yang merupakan produk berpotensi besar untuk dikembangkan karena memiliki peluang pasar yang cukup tinggi dan banyak digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Agribisnis apel juga berpotensi ekonomi tinggi dalam meningkatkan kesejahteraan petaninya.

Menurut Sutopo (2015) beberapa varietas apel yang tumbuh di Indonesia memiliki kemampuan adaptasi yang baik di dataran tinggi yang memiliki suhu dingin. Awalnya, sentra apel di Malang Raya terletak di elevasi 700 – 1.200 m dpl dengan suhu udara sekitar 16 – 27°C. Tetapi dengan adanya perubahan iklim yang

berakibat naiknya suhu udara secara nyata, maka tanaman apel di wilayah Malang Raya menggeser kesuaian lahan apel ke elevasi lebih tinggi, yakni pada ketinggian sekitar 1.000 – 1.500 m dpl. Syarat tumbuh selain bersuhu dingin, tempat penanaman apel sebaiknya beriklim kering atau memiliki hujan tahunan 1.000 – 2.500 mm dengan penyinaran matahari sebanyak 50 – 60% per hari, dan kelembaban udara 75–85%. Jika saat tanaman apel berbunga terjadi curah hujan yang tinggi maka akan menggagalkan bunga menjadi buah. Jenis tanah yang ideal untuk pertumbuhan tanaman apel adalah teksturnya sedang, gembur, kedalaman efektif >50 cm, berdrainase baik, dan pH tanah antara 5,5 – 7.

Kecamatan Tukur dikenal sebagai sentra produksi apel terbesar di Jawa Timur dengan kualitas yang tinggi, dan produksinya didistribusikan ke beberapa wilayah di Indonesia, termasuk ke Kota Malang dan Batu yang juga dikenal sebagai daerah penghasil apel di Jawa Timur. Dalam beberapa tahun terakhir ini agribisnis apel di Jawa Timur mengalami penurunan akibat harga yang rendah. Harga apel petani jatuh hingga mencapai Rp 5.000/kilogram (Wahyudiyanta, I., 2018). Pengaruh anomali cuaca juga menyebabkan turunnya produksi dikarenakan tanaman apel tidak bisa berbunga akibat kekurangan sinar matahari.

Dorongan petani untuk mengembangkan usahatani dipengaruhi oleh permintaan pasar. Demikian pula pada petani apel di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan yang berusaha mengembangkan usahatani apelnya dengan didasari oleh motivasi atau dorongan untuk melakukan tindakan baik yang bersumber dari dalam diri sendiri dan ataupun yang bersumber dari luar petani. Kesempatan petani dalam mengembangkan usahatani dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Arihant Alba Bella (2011) menjelaskan bahwa faktor internal meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, tingkat percaya diri, pengalaman berusahatani, dan modal petani. Sedangkan faktor eksternal meliputi penguasaan teknologi, jumlah penyuluhan yang diikuti, luas lahan, dan harga apel di pasar.

METODE PENELITIAN

Populasi petani apel di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan berjumlah 96 orang yang tersebar di tiga desa, yaitu Desa Andonosari, Desa Wonosari, dan Desa Gendro. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Proportional*

Random Sampling dengan tujuan semua anggota dari sub populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sesuai dengan proporsinya (Sani dan Mashuri, 2010). Untuk mendapatkan sampel digunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%. Berikut hasil jumlah sampel dengan menggunakan rumus *Slovin*:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(1+N(e)^2)} \\
 &= \frac{2015}{(1+2015 \times 0,1^2)} \\
 &= 95,27 \text{ (pembulatan = 96)}
 \end{aligned}$$

Sedangkan penentuan jumlah sampel petani responden masing-masing desa adalah sebagai berikut:

$$ni = \frac{nk}{N} xn$$

dimana:

n_i = jumlah sampel dari masing-masing desa.

n_k = jumlah petani dari masing-masing desa sebagai responden.

n = jumlah populasi atau petani dari tiga desa.

N = jumlah petani yang diambil sebanyak 96 petani.

Tabel 1 berikut merupakan jumlah sampel per desa yang diperoleh:

Tabel 1. Jumlah sampel petani apel per desa di Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan

No.	Desa	Jumlah Responden
1.	Andonosari	68 petani
2.	Wonosari	23 petani
3.	Gendro	5 petani
Jumlah		96 petani

Sumber: Analisis data sekunder

Analisis data yang digunakan untuk tercapainya tujuan digunakan metode deskriptif dan regresi linier berganda. Langkah-langkah dalam menggunakan analisis deskriptif yaitu: a) membuat tabel frekuensi sederhana, b) mengelompokkan data berdasarkan kategori kemudian dihitung persentase dari tiap kategori, c) menginterpretasikan hasil yang diperoleh.

Untuk memudahkan dalam mendeskripsikan jawaban responden, digunakan skala interval dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skala Interval} = \frac{U - L}{k}$$

Dimana:

U = skor jawaban tertinggi

L = skor jawaban terendah

k = jumlah kelas interval

Adapun persamaan regresi untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi petani apel adalah sebagai berikut,

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}X_{10} + e$$

Keterangan:

X₁ = Umur

X₂ = Tingkat pendidikan

X₃ = Jumlah tanggungan keluarga

X₄ = Tingkat percaya diri

X₅ = Pengalaman berusahatani

X₆ = Modal

X₇ = Penguasaan teknologi

X₈ = Jumlah penyuluhan

X₉ = Luas lahan

X₁₀ = Harga apel di pasar

a = parameter

b₁ – b₁₀ = koefisien regresi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Motivasi Petani

Motivasi Ekonomi

Hasil analisis deskriptif yang menunjukkan tingkat motivasi petani secara ekonomi adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Tingkat Motivasi Ekonomi petani apel di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Jumlah Skor	Mean	Kategori
1.	Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga.	58	25	14	0	335	3,45	Sangat Tinggi
2.	Keinginan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.	26	45	16	10	281	2,89	Tinggi
3.	Keinginan untuk membeli barang-barang mewah.	18	20	34	25	225	2,31	Rendah
4.	Keinginan untuk memiliki dan meningkatkan tabungan.	28	41	21	7	284	2,92	Tinggi
5.	Keinginan untuk hidup lebih sejahtera atau hidup lebih baik.	57	20	19	1	327	3,37	Sangat Tinggi
Jumlah						1.452	2,98	Tinggi

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap tingkat motivasi berdasarkan indikator motivasi ekonomi yang memiliki skor tinggi adalah “Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarga” dengan nilai mean 3,45 dan “Keinginan untuk hidup lebih sejahtera atau hidup lebih baik” dengan nilai mean 3,37. Sedangkan indikator yang memiliki skor terendah dengan nilai mean 2,31 adalah “Keinginan untuk membeli barang-barang mewah”. Secara keseluruhan, indikator dalam motivasi ekonomi termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai mean 2,98.

Motivasi Sosiologi

Hasil analisis deskriptif yang menunjukkan tingkat motivasi petani secara sosiologis adalah sebagai berikut.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel motivasi sosiologi seluruhnya berkategori tinggi. Jumlah rata-rata secara keseluruhan berdasarkan indikator dalam motivasi sosiologi adalah 2,63 dengan kategori tinggi.

Tabel 3. Tingkat Motivasi Sosiologis Petani Apel di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS	Jumlah Skor	Mean	Kategori
1.	Keinginan untuk menambah relasi atau teman.	35	26	25	11	279	2,87	Tinggi
2.	Keinginan untuk bekerja sama dengan orang lain.	24	29	27	17	254	2,61	Tinggi
3.	Keinginan untuk mempererat kerukunan.	20	35	26	16	253	2,60	Tinggi
4.	Keinginan untuk dapat bertukar pendapat.	18	35	27	17	248	2,55	Tinggi
5.	Keinginan untuk memperoleh bantuan dari pihak lain.	15	37	30	15	246	2,53	Tinggi
Jumlah						1.280	2,63	Tinggi

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Petani Apel

Hasil analisis regresi berganda untuk menguji factor-faktor yang mempengaruhi motivasi petani apel di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Petani Apel di Kecamatan Tukur Kabupaten Pasuruan Tahun 2021.

Variabel	Koef (B)	Exp (B)	Wald	Sig.
[Motivasi = 1,00]	13,736	3,456	15,801	0,000
[Motivasi = 2,00]	15,484	3,551	19,018	0,000
Faktor Internal				
Umur	-0,021	0,050	0,180	0,671
Tingkat Pendidikan	0,581	0,266	4,775	0,029
Jumlah Tanggungan Keluarga	-0,025	0,238	0,011	0,916
Tingkat Percaya Diri	0,822	0,416	3,902	0,048
Pengalaman Berusahatani	0,065	0,051	1,606	0,205
Modal	0,879	0,401	4,813	0,028
Faktor Eksternal				
Penguasaan Teknologi	0,967	0,429	5,078	0,024
Jumlah Penyuluhan	-0,002	0,021	0,007	0,932
Luas Lahan	0,238	0,285	0,699	0,403
Harga Apel di Pasar	0,000	0,000	9,728	0,002

Sumber: Data primer diolah, 2021.

Dari tabel 4 tersebut di atas dapat diketahui model empirik untuk factor-faktor yang mempengaruhi motivasi ekonomi petani apel adalah sebagai berikut:

$$Y = 13,736 - 0,021 X_1 + 0,581 X_2 - 0,025 X_3 + 0,822 X_4 + 0,065 X_5 + 0,879 X_6 + 0,967 X_7 + 0,214 X_8 + 0,238 X_9 + 0,000 X_{10}$$

Sedangkan factor-faktor yang mempengaruhi motivasi sosiologis petani apel adalah sebagai berikut:

$$Y = 15,484 - 0,021 X_1 + 0,581 X_2 - 0,025 X_3 + 0,822 X_4 + 0,065 X_5 + 0,879 X_6 + 0,967 X_7 + 0,214 X_8 + 0,238 X_9 + 0,000 X_{10}$$

Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka masing-masing faktor yang mempengaruhi tingkat motivasi petani apel di Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Umur

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, didapatkan nilai uji Wald pada pengaruh umur terhadap motivasi sebesar 0,180 dengan nilai probabilitas sebesar 0,671. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas > *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan umur terhadap motivasi petani.

Tingkat umur produktif yaitu antara 15 sampai 55 tahun, sedangkan umur di bawah 15 tahun dan di atas 55 tahun termasuk dalam umur yang tidak produktif (Iriani, 2005). Akan tetapi, responden dengan umur di atas 55 tahun masih cukup memiliki motivasi yang tinggi, mereka masih memiliki semangat yang sama dengan responden dengan umur produktif.

b. Tingkat Pendidikan

Nilai uji Wald pada pengaruh tingkat pendidikan terhadap motivasi petani sebesar 4,775 dengan nilai probabilitas sebesar 0,029. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas < *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan tingkat pendidikan terhadap motivasi petani. Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,581 (positif), yang artinya

bahwa semakin tinggi pendidikan petani, maka cenderung meningkatkan motivasi petani.

Hubungan tingkat pendidikan dengan produktifitas kerja akan terlihat dari tingkat pendidikan dan penghasilan yang tinggi (Simanjuntak, 1982). Semakin tinggi tingkat pendidikan responden, maka akan semakin cepat petani menerima metode dan teknologi baru, sehingga dapat mempermudah dalam pekerjaannya.

c. Jumlah Tanggungan Keluarga

Nilai uji Wald pada pengaruh jumlah tanggungan keluarga terhadap motivasi petani sebesar 0,011 dengan nilai probabilitas sebesar 0,916. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $>$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan jumlah tanggungan keluarga terhadap motivasi.

Jumlah anggota keluarga menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga, artinya semakin banyak pula jumlah kebutuhan keluarga yang harus terpenuhi. Begitu pun sebaliknya.

d. Tingkat Percaya Diri

Nilai uji Wald pada pengaruh tingkat percaya diri terhadap motivasi sebesar 3,902 dengan nilai probabilitas sebesar 0,048. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $<$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan tingkat percaya diri terhadap motivasi petani. Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,822 (positif) yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat percaya diri petani, maka cenderung meningkatkan motivasi petani.

Mayoritas petani memiliki kemampuan untuk tidak tergantung pada orang lain ketika menerapkan metode baru, yakin dan optimis dalam membuat keputusan. Akan tetapi, beberapa petani masih merasa takut apabila mengalami kegagalan jika mencoba metode baru. Petani yang yakin dan percaya diri untuk menerapkan metode baru, maka akan lebih mudah untuk mengembangkan usahataniya.

e. Pengalaman Berusahatani

Nilai uji Wald pada pengaruh pengalaman berusahatani terhadap motivasi sebesar 1,606 dengan nilai probabilitas sebesar 0,205. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $>$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan pengalaman berusahatani terhadap motivasi petani.

Responden yang memiliki pengalaman usahatani rendah memiliki tingkat motivasi yang tinggi. Di Kecamatan Tukur, tidak terdapat pengaruh lamanya berusahatani terhadap motivasi, karena petani dengan pengalaman berusahatani rendah memiliki semangat belajar untuk mengembangkan usahatannya.

f. Modal Petani

Nilai uji Wald pada pengaruh modal tani terhadap motivasi sebesar 4,813 dengan nilai probabilitas sebesar 0,028. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $<$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan modal tani terhadap motivasi. Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,879 (positif) yang artinya bahwa semakin tinggi modal tani, maka cenderung meningkatkan motivasi petani.

g. Penguasaan Teknologi

Nilai uji Wald pada pengaruh penguasaan teknologi terhadap motivasi sebesar 5,078 dengan nilai probabilitas sebesar 0,024. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $<$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan penguasaan teknologi terhadap motivasi. Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,967 (positif) yang artinya bahwa semakin tinggi penguasaan teknologi, maka cenderung meningkatkan motivasi petani.

Terjadinya peningkatan produksi disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya karena adanya pergantian teknologi dari penggunaan teknologi lama menuju ke teknologi baru, baik itu dalam bentuk alat produksi, alat konsumsi, maupun masukan produksi atau barang konsumsi (Soekartawi, 2002). Adanya teknologi dapat membantu petani agar pekerjaannya lebih mudah dan memiliki kualitas yang baik, sehingga petani dengan penguasaan teknologi yang tinggi

cenderung memiliki keinginan untuk menghasilkan produksi apel yang tinggi pula.

h. Jumlah Penyuluhan yang Diikuti

Nilai uji Wald pada pengaruh Jumlah Penyuluhan yang diikuti terhadap motivasi sebesar 0,007 dengan nilai probabilitas sebesar 0,932. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $>$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan Jumlah Penyuluhan yang diikuti terhadap motivasi.

i. Luas Lahan

Nilai uji Wald pada pengaruh luas lahan terhadap motivasi sebesar 0,699 dengan nilai probabilitas sebesar 0,403. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $>$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan luas lahan terhadap motivasi.

j. Harga Apel di Pasar

Nilai uji Wald pada pengaruh harga apel di pasar terhadap motivasi sebesar 9,728 dengan nilai probabilitas sebesar 0,002. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa probabilitas $<$ *significant alpha* (5% atau 0,05). Hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan harga apel di pasar terhadap motivasi petani. Nilai koefisien yang dihasilkan sebesar 0,000430 (positif), yang artinya bahwa semakin tinggi harga apel di pasar maka cenderung meningkatkan motivasi petani.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara keseluruhan, tingkat motivasi ekonomi dan motivasi sosiologi termasuk dalam kategori tinggi dengan nilai mean masing-masing sebesar 2,98 dan 2,63
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi petani apel di Kecamatan Tutur Kabupaten Pasuruan adalah pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, tingkat percaya diri, modal petani, penguasaan teknologi, dan harga apel merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap motivasi petani. Sedangkan,

umur, pengalaman berusahatani, dan jumlah penyuluhan yang diikuti tidak berpengaruh signifikan terhadap motivasi petani apel.

Saran

1. Perlunya terus ditingkatkan motivasi petani untuk mengembangkan usahatani apelnya walaupun menghadapi kendala cuaca, penurunan harga dan sebagainya.
2. Agar pada musim berikutnya tidak mengalami kegagalan, dibutuhkan peningkatan pendidikan petani, percaya diri, permodalan, penguasaan teknologi, dan jumlah penyuluhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Zainal; Ir. Cepriadi, M. Si; Didi Muwardi, SE. AK. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Petani dalam Meningkatkan Produksi Padi di Desa Bungaraya Kecamatan Bungaraya Kabupaten Siak. Vol. 2 No. 2
- Bella, Arihant Alba. 2011. Persepsi dan Motivasi Petani terhadap Sistem Integrasi Sapi-Kelapa Sawit (Siska) di Kabupaten Siak. Skripsi, Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru.
- Hidayat, Anwar. 2017. Regresi Ordinal dengan SPSS: Tutorial. <https://www.statistikian.com/2017/08/tutorial-uji-regresi-ordinal-dengan-spss.html>. Diakses 07 Januari 2021 pukul 13.37.
- Iriani, D. 2005. Keadaan Perikanan di Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Propinsi Riau. Laporan Praktek Umum Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau. Pekanbaru.
- Simanjuntak, J. P. 1982. Sumberdaya Manusia, Kesempatan Kerja dan Pembangunan Ekonomi. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Wahyudiyanta, Imam. 2018. Apel Produksi Jatim Terancam Punah. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3895060/apel-produksi-jatim-terancam-punah-ini-yang-akan-dilakukan-khofifah>. Diakses 21 Januari 2020 pukul 11.40