STRATEGI MENINGKATKAN PENDAPATAN PETERNAK UNGGAS DI SAAT PEMULIHAN PENDEMI COVID-19

Jati Widagdo[1)], M. Rifky Roosdhani [2)],

[1]Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Indonesia, jati@unisnu.ac.id

[2]Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Indonesia, rr@unisnu.ac.id

Abstrak

Kelesuan sektor ekonomi tetap terlihat pada tahun ketiga wabah covid 19 ini. Salah satu sector usaha yang terpengaruh adalah bidang usaha ternak unggas. Banyak peternak unggas mengalami dampak operasional yang mengakibatkan turunnya omset penjualan. Berkurangnya omset dikarenakan terbatasnya ruang gerak bagi bidang peternak, meningkatnya biaya operasional dan menurunnya permintaan dipasar akibat banyaknya pembatasan dimasa pandemic. Perlu ada langkah setrategis yang mampu meningkatkan peternakan unggas agar bisa mempertahankan serta meningkatkan lagi jumlah pendapatannya. Metode penelitian yang dipakai yaitu analisis kualitatif mengunakan tahapan-tahapan eksplorasi, metode observasi partispatif ialah upaya yang dipakai. Penelitian menghasilkan beberapa strategi alternative supaya mampu digunakan bagi peternak unggas untuk meningktakan daya jual hasil peternakannya yang diselaraskan kepada perubahan kondisi serta diharapkan industri ternak unggas bisa bertahan bahkan berkembang.

Kata kunci: Covid-19, Strategi penikatan ekonomi, Peternak unggas

Abstract

The sluggishness of the economic sector is still visible in the third year of the COVID-19 outbreak. One of the affected business sectors is the poultry business sector. Many poultry farmers experienced operational impacts which resulted in a decrease in sales turnover. The reduced turnover is due to the limited space for movement in the livestock sector, increased operational costs and decreased demand in the market due to the many restrictions during the pandemic. There needs to be a strategic step that is able to increase poultry farms in order to maintain and increase their income. The research method used is qualitative analysis using the stages of exploration, participatory observation method is the effort used. The research resulted in several alternative strategies so that they could be used for poultry farmers to increase the marketability of their livestock products which were aligned with changing conditions and it was hoped that the poultry industry could survive and even develop.

Keywords: Covid-19, Strategy for economic engagement, Poultry farmers

Pendahuluan

Pandemi covid 19 telah memasuki tahun ketiga, akan tetapi masih belum terlihat kapan pastinya pandemic ini akan berakhir. Walaupun tren perekonomian telah mulai bergeliat menuju kebangkitan akan tetapi permasalah-permasalah tetap ada dan belum bisa sepenuhya terselesaikan. Jatuhnya sektor perekonomian diakibatkan dari berkurangnya kegiatan di luar rumah, kurang percayanya penduduk, serta sulitnya mendapatkan bahan utama (Ihza, 2020; Sharfina, Muhammad & Pande, 2021). Bidang industri dan perdagangan, terlebih untuk industri peternak unggas tidak luput dari bagian terdampak kondisi penurunan ekonomi global sekarang ini. Ketidakmampuan bersaing perternakan unggas menjadi suatu musibah bagi kemandirian cadangan makanan negara, maka perlu dilakukan strategi agar industri peternakan mampu mempertahankan usahanya serta mampu melakukan persaingan di pasaran.

Dalam keadaan normal kebutuhan nasional hasil industri peternakan masih perlu dukungan barang luarnegri (Pratama, 2020) meskipun adanya penurunan kebutuhan terhadap telur serta daging pada tahun 2021. Penurunan kebutuhan keperluan kepada hasil industri peternakan dikarenakan menurunya kepercayan dan kemampuan membeli masyarakat. Masalahnya ialah industri peternakan terjadi kontraksi 1,8% (BPS, 2020) dimana peternakan ayam ras pedaging jumlah pekerjanya berkurang sebanyak 30%. Kontraksi terpaksa dilakukan karena pendapatanya berkurang sehingga harus menyebabkan efisiensi ongkos produksi dan jumlah ternak yang dipelihar menjadi berkurang (Wakhidati *Et Al,* 2020). Terhambatnya transportasi sehingga mengakibatkan proses produksinya terhambat pastinya mengurangi keuntungan bagi peternak sebanyak 82,8%, dimana pengusaha dibidang industri peternakan pendapatanya turun karena pendemi corona (BPS, 2020; Alfin, 2021). Fenomena turunya produksi serta omset industri peternakan harus segera diatasi menggunakan bermacam alternatif cara supaya bisa membantu memulihkan keadaan industri peternakan unggas.

Pada Masa perkembannga industri 4.0 ternyata merambah semua bidang, kemajuan dibidang TI (tehnologi informasi) seharusnya mampu dipakai guna pemecahkan masalah untuk setiap sisi kehidupan yang membutuhkan adanya tiga literasi yakni literasi manusia, data, serta teknologi (Nastiti & Abdu, 2020). Seperti halnya peningkatan digitalisasi pada langkah promosi, berharap negara mampu mendorong meningkatnya perdagangan menggunakan teknologi informasi yang melibatkan petani (Rusdiana & Talib, 2020). Sikap pembeli juga terdapat perubahan pada awalnya sering membeli produk segar bergeser dengan kebiasaan belanja produk makanan beku dibekukan (*frozen food*) (Tiesnamurti, 2020). Fenomena tersebut pasti akan memaksa terjadinya pergeseran kebiasaan dengan akibat pada keluwesan dan kebebasan untuk tumbuh kembang industri peternakan pada umumnya.

Digitalisasi pada bidang bisnis dimaksudkan mampu pemecah masalah untuk industri peternakan pada waktu pendemi corona. Peternak dituntut bertahan guna mempersiapkan keadaan lain dari biasanya di saat yang kurang fleksibel serta keterbatasan pergerakan sosial yang terbatas. Terdapat sekitar 5,76% perusahaan baru mulai memakai internet juga teknologi digital sebagai sarana pemasaran disaat pandemic, dibandingkan kepada yang sudah memakai internet juga teknologi informasi sejak sebelum terjadinya pandemi sebesar 47,75% (BPS, 2020). Strategi seperti ini mempengaruhi secara positif pada omsetnya serta sebagai bagian strategi lain untuk mengahadapi kondisi terkini. Diharapkan peternak ungags mampu berkembang guna menjualan hasil peternak unggas dengan langsung serta tidak langsung untuk memudahkan pembeli. Oleh sebab itu industri peternak unggas harus merubah cara penjualanya menggunakan strategi kreatif, efektif, serta inovatif.

Metode Penelitian

Di gunakannya metode penelitian kualitatif dimana dilaksanakan penelitian dengan cara kontak

langsung serta mengerti pendapat orang lain menggunakan interaksi secara simbolik, serta fikiran terbuka. Para penelitinya melaksanakan penelitiannya di wilayah Jawa tengah terutama wilayah Jepara. Objek yang diteliti adalah pelaku peternak unggas ukuran micro skala menengah. Metode observasi partisipasi dipakai untuk upaya pengumpulan informasi dimanan peneliti melaksanakan eksplorasi dengan bertujuan memperoleh sumber secara deskriptif. Sumber yang bukan data pokok hanya sekedar menjadi data penanbah seperti dari buku, web, serta penelitian terdahulu kemudian dianalisa serta diolah kemudian digabungkan dengan teori-teori dipakai.

Pembahasan dan Hasil

Menindak lanjuti kendala yang menjadi tantangan peternak unggas utamanya pada masalah perekonomian dimasa pandemic corona maka perlu dilakukan strategi lain sebagai bentuk inovasi perdagangan peternak unggas. Strategi ialah sarana penting untuk mendapatkan kelebihan didalam persaingan (Porter, 1985). Strategi bisa diterjemahkan sebagai tahapan perumusan perencanaan pimpinan yang difokus untuk tujuan berjangka (Stephanie K. Marrus, 2002)

Pada masaa pendemi Corona terjadi pembatasan sosial, proses perdagangan konvensional tidak dapat maksimal dilakukan, tanpa pertemun langsung terhadap pembeli menyebabkan transaksi kurang maksimal karena membutuhkan waktu lebih panjang agar terjalin kepercayaan. Strategi jitu pada keadaan tersebut memerlukan rancangan yang bagus kemudian menyusun strategi guna tercapainya tujuan perdagangan. Cara secara mendasar mengandung 2 arti yaitu (1) perencanaan dalam penggunakan metode dan memanfaatkan sumber daya dalam perdagangan serta (2) Strategi dengan disusun guna termencapainya tujuan perdagangan, yang berubah dari konvensional menjadi memakai tehnologi dijital

Inovasi merupakan gagasan, ide, metode, kejadian, mampu terlihat sebagai ide ataupun wujud terbaru guna sekelompok masarakat atau seseorang baik berwujud hasil invensi ataupun penemuan yang disiapkan guna tencapainya keingginan tertentu (Syaefudin, 2011). Strategi inovasi dalam siklus perekonomian peternak unggas bisa digunakan sebagai alternatif langkah khusus untuk memulihkan keberlangsungan ekonomi para peternak. Ada bermacam ciri karakteristik inovasi yaitu: (1) kelebihan yang relatif (*relative advantage*) ialah sejauh apa inovasi diperkirakan lebih bagus dibanding ide yang telah digantikanya; (2) Kompatibilitas ialah seberapa jauh inovasi mampu mempertahankan serta cocok terhadap aturan-aturan yang telah ada, pengalaman diwaktu lampau dan keperluan penerimanya; (3) Kompleksitas ialah seberapa jauh inovasi menjawab permasalahan-permasalahan rumit serta mampu memecahkan masalah; (4) *Trialability* ialahseberapa sejah sebuah inovasi bisa diujicobakan secara terbatas, dan (5) O*bservability* ialah seberapa jauh apa hasil inovasi bisa dilihat dan diukur oleh yang mengamatinya (Rogers & Shoemaker, 1971; Farid et all, 2021).

Inovasi Perdagangan Hasil Peternak Unggas

Perdagangan hasil pengolahan hasil prodak unggas diwaktu corona sudah terjadi perubahan secara teknis, metode penyampaian, keluaran (*outcomes*), dan pemaparan produk hasil pengolahan unggas melalui dukungan IoT (*Internet of Things*). Pada waktu pandemi, banyak langkah perubahan menuju kepada inovasi agar capaian perdagangan (*outcomes*) dapat terpenuhi oleh peternakan unggas. Metode perdagangan off line harus disertai pula dengan perdangangan menggunakan tehnik digital serta memanfaatkan tehnologi informasi pada industri peternakan sehingga mampu mengikuti perubahan serta perkembangan kondisi. Beberapa unsur perubahan wujud dari inovasi atau perubahan wajib dilaksanakan pada industri ternak unggas secara mendasar menggunakan konsep TI, tehnologi informasi terdiri dari berbagai inovasi seperti dalam table dibawah ini.

Tabel 1. Inovasi Perdagangan Hasil Peternak Unggas

No	Inovasi Perdagangan Hasil Peternakan Unggas	Keterangan
1	E-commerce	Memodifikasi dan menambah metode penjualan konvensional menjadi penjualan secara online
2	Pemasaran Digital Marketing	Mengembangkan metode pemasaran menggunakan plafond an aplikasi berbasis digital khususnya dalam memanfaatkan pemasaran produk pada media sosial
3	CRM: Customer Relationship Marketing	Menjaga keakraban dengan pembeli sehingga diharapkan akan menjadi pelanggan setia
4	e-Tourism	Mengembangkan produk kreatif non pangan untuk bisa masuk ke dunia pariwisata yang akan menjadi pendapatan tambahan
5	Pelayanan dan Perbaikan Mutu Produk	Menjaga kualitas pelayanan dan produk untuk menghindari kekecwaan pasar
6	Menjaga rasa percaya terhadap konsumen	Tidak ada kebohongan yang dijual secara maya dengan mendiskripsikan barang sesuai dengan realitasnya sehingga ekspektasi gambar dan barang tidak akan berbeda, hal ini untuk menjaga kepercayaab konsumen dunia maya
7	Tehnik penjualan yang relevan	Memilih salah satu dari 3 alternatif atau dapat mengkolaborasikannya, yaitu *Search Enggine Opotimization, Search Engine Marketing*, dan Sosial Media Marketing

Inovasi 1: E-Commerce

E-commerce sendiri adalah cara jual beli seperti penjualan, pembelian jasa serta produk dengan memakai mesin/alat, misalnya penggunaan komputer dan smart phone yang dilengkapi dengan fasilitas internet (Suyanto, 2003; Laudon & Traver, 2016; Wong Jony, 2010). Di pakainya E-commerce bisa membantu pengusaha guna melaksanakan bisnisnya diera corona ini. E-commerce berperan mempertemukan penjual serta pembeli secara elektronik, sehingga mempermudah interaksi pembeli serta penjual untuk menawarkan dan memenuhi kebutuhannya (Kusumastuti, 2020). Ecommerce mampu menaikan kinerja serta penghasilan yang didapatkan oleh pelaku indusri, berarti terdapat efek signifikan E-commerce terhadap pedagang (Helmalia & Afrinawati, 2018). Namun perdagangan digital belum tentu berjalan lancar. E-commerce mampu berdampak baik kepada pedagang tetapi dalam praktiknya belum diimbangi dengan kinerja pemasaran secara signifikan akibat dari kurangnya memahami E-Commerce dengan lebih dalam dari pedagang guna memanfaatkan fasilitas yang dipunyai oleh layanan penyedia E-commerce (Hardilawati, 2020).

Berdasarkan Laporan Global Web Index dalam Data reportal 2020 mengungkapkan negara kita mempunyai tingkat penggunaan e-commerce tertinggi di banding negara-negara di dunia, dengan 90% masarakat Indonesia menggunakan dunia digital untuk pembelian barang serta layanan online (Djufri, 2020). Hadirnya E-commerce dirasa mampu sebagai pemecah masalah untuk peternak unggas dapat mempertahankan keberlangsungan usaha. Peternak dapat memanfaakan plafon-plafon tertentu untuk menjual hasil olahan ternak melalui teknologi digital, sehingga akan menggeser persepsi belanja telur serta daging harus datang ke produsen atau pasar konvesional, toko ataupun pasar swalayan. E-commerce mampu mengoptimalkan

harga jual produk hasil olahan unggas karena barang langsung diterima pembeli tanpa melalui perantara. Semua orang tidak sulit membuka website juga aplikasi yang dipakai sehingga mampu memudahkan serta maksimal pada proses jual-beli.

Inovasi 2: Pemasaran Digital

Melakukan penjualan menggunakan media digital ialah aktifitas memasarkan serta mencari konsumen menggunakan sarana secara digital atau menggunakan dunia maya. Tehnik penjualan yang memakai sarana internet kerap dipakai ialah dengan memakai media social semisal instagram, twitter, facebook, tik tok dan youtube. Teknologi berkembang seperti jamur juga menjadikan penjualan melalui dunia maya harus dapat dipahami dan dipelajari oleh UMKM (Chaerani *Et Al*, 2020). Penjualan secara digital di zaman sekarang telah jadi sesuatu yang amat lumrah pada seluruh kalangan umur. Semua tingkatan umur hampir dapat mengaksesnya. Oleh sebab itu suatu keharusan bagi peternak untuk mempelajari dan memahami pemasaran secara digital sehingga dapat diambil manfaatnya semaksimal mungkin. Penjualan memakai dunia maya adalah tindakan tepat yang wajib dilaksanakan bagi pengusaha (Suswanto & Setiawati, 2020; Gu, J. Han,B. & Wang, 2020).

Banyak industri peternakan unggas kesulitan untuk menjual produknya dimasa sekarang ini. Fenomena seperti ini menjadi momentum yang bagus bagi industri peternak unggas untuk memakai media sosial guna meningkatkan usahanya. Namun mengingat rapatnya persaingan yang ada di dunia digital, peternak tetap harus inovatif serta kreatif agar nantinya konsumen dapat tertarik kepada produk mereka.

Cara kerja pada pemasaran digital yakni dengan pemasaran mengunakan internet yang kerap kita pakai sehari-hari. Youtube ialah wahana yang kerap dipakai bagi warga negara kita selain whatsapp, facebook, dan instagram. Para penyedia aplikasi saling berlomba dalam memberikan fitur-fitur pendukung usahanya (Felita & Oktivera, 2019; Altinay, *et al* 2016). Hingga bisa melakukan pengembangan bagi peternak dari pemasaran secara konvensional ditambah dengan pemasaran berbasis teknologi. Para pemakai media sosial setiap waktu makin bertambah banyak mampu dijadikan sebagai peluang guna memasarkan barang jualannya.

Inovasi 3: Costomer Relation Marketing (CRM)

Costomer Relation Marketing ialah tehnik perdagangan dengan berusaha menjalin keakraban terhadap pembeli supaya terjaga hubungan secara jangka panjang. Menjaga hubungan dilaksanakan supaya pembeli yang sudah berbelanja bisa hadir kembali untuk melakukan pembelian yang berulang. Pelanggan berbelanja kembali dapat terlaksana jika pembeli terpuaskan yang berarti telah terjadi pengalaman baik pada pembelian pertama sehingga memiliki harapan mampu dilakukan pengulangan pembelian.

Strategi yang bisa dilaksanakan bagi pengusaha supaya dapat menjalin hubungan bagus antar pengusaha serta konsumen adalah seperti dengan meningkatkan kepedulian kita terhadap pembeli yang terpengaruh dari adanya pandemi ini. Kita bisa peduli dan perhatian dengan ikut berempati dengan pembeli yang sedang terdampak terdapatnya wabah mampu menawarkan promo serta diskon yang sekiranya dapat meringankan langganan baru berbelanja kepada penjual. Sehingga akan menimbulkan hubungan baik, dan keyakinan cukup tinggi antara pedagang terhadap pembelinya. Dengan ini mampu memberi akibat secara mencolok kepada peningkatan pemasaran karena makin bagus jalinan diantara pembeli kepada usahawan menjadikan makin besar pula tingkat pemasaranya (Farida *et al*, 2021).

Inovasi 4: E-Tourism

Peternak pada dasarnya tidak hanya dapat memperdagangkan produk pokoknya kedalam wujud

telur ataupun daging, namun sebenarnya cukup beragam produk berbasis unggas yang bisa dikembangkan dan dijual dengan orientasi produk on pangan seperti menjadikan tempat berternak unggas untuk wahana wisata baik visual maupun virtual serta memanfaatkan hasil limbah unggas menjadi barang dengan nilai jual secara lebih mahal seperti cangkang telur, tulang maupun bulu unggas yang dijadikan produk cinderamata.

Salah satu faktor pada pertanian yang sekarang belum digarap dengan maksimal ialah agrowisata (*agrotourism*). Potensi agrowisata ditunjukan dari keasrian lingkungan pertanian serta aktivitas produksi disektor pertanian (Rohman&Azizah, 2019). Namun diera pendemi ini kegiatan melihat seluruh kegiatan agrowisata secara menyeluruh dari hulu hingga hilir jelas tidak bias dilaksanakan dengan langsung, sehinga perlu diberi wahana khusus. Saat ini tersedia eTourism yang diambil dari kata elektronic Tourism wujud integrasi antara perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi dengan idustri wisata (Maria, Yaulie, & Xaverius, 2018). Berdasarkan pada pengamatan yang sedang dilaksanakan Kementerian Pariwisata& Ekonomi Kreatif, Kelompok usaha berbeda yang terpengaruh corona hingga 0,97% diantaranya toko Cinderamata (Indah Pambudi Arumsari, & Rolisda Yosintha, 2020). Bisa diketahui bidang industri kreatif khususnya cinderamata adalah sektor yang terendah terdampak corona dibanding usaha ternak itu sendiri, padahal cukup beragam benda-benda kreatif dibidang unggas belum digarap secara maksimal (Indah & Rolisda, 2020). Meskipun produk cinderamata memerlukan proses kreatif, namun dengan upaya yang amat tepat maka produk cinderamata mampu menjadi pendapatan tambahan bagi peternak unggas.

Inovasi 5: Pelayanan serta Perbaikan Mutu Produk

Tiga tahun pendemi ini berakibat pada menurunya keyakinan pembeli pada barang dagangan di pasaran sehingga berdampak pada penurunan permintaan di pasaran. Penurunan ini dikarenakan sikap pembeli yang bersikap hati-hati sehingga mengambil langkah efisien dan efektif yang digunakan dalam pembelanjan. Penyebab lainya yakni konsumen yang memiliki keterbatasan untuk melaksanakan kegiatan belanja menjadikan penjualan pun mengalami penurunan.

Fenomena turunnya kemampuan membeli harus segera diatasi. Bagi pengusaha harus segera memperbaiki rasa percaya pembeli serta meningkatkan kualitas mereka agar nantinya mereka kembali percaya dan berbelanja lagi. Peningkatan layanan serta mutu barang pasti amat mempengaruhi kepada bertambahnya penghasil pengusaha. Bertambahnya kualitas pelayanan dapat menimbulka efek baik serta dampak secara signifikan kepada pembeli yang terpuaskan (Lestari, 2019). Sehingga kualitas barang yang dijual harus dijaga dan diperhatikan karena konsumen cenderung mementingkan kualitas daripada harga. Peternak wajib memastikan kebersihan serta keamana produk dipasaran. Mereka harus lebih menaikkan mutu ketahanan barang daganggan (Alfin, 2021).

Keadaan lain wajib diketahui selain mutu barang adalah kualitas pelayanan kepada para konsumen. Kualitas pelayanan dan mutu barang sangatlah penting karena konsumen dapat betahan apabila pelayanannya lebih ramah dan nyaman. Kualitas pelayanan yang bisa diterapkan peternak ialah dengan memunculkan inovasi layanan dengan lebih memperhatikan dan memperketat prosedur pengiriman barang. Dalam proses pengiriman pengusaha bisa memperhatikan kualitas produk yang hendak dikirim semisal kebersihan barang, keamanan produk, dan daya tahan barang.

Inovasi 6: Menjaga Kepercayaan konsumen

Kunci suksesnya memasarkan barang secara digital adalah adanya rasa percaya dari pembeli, namun itu sangatlah susah apalagi pengusaha sedang memulai menggunakan penjualan secara

digital untuk usahanya. Adapun setrategi yang pas untuk dilaksanakan pengusaha untuk memunculkan rasa percaya pembeli memakai media online adalah:

1) Menjalankan penawaran secara rutin atau berulang-ulang
2) Melakukan pembaharuan informasi produk secara berkala
3) Mendesain promosi dagangannya secara kreatif dengan konten yang mengikuti tren public
4) Menggunakan fasilitas promosi yang tersedia pada media sosial
5) Melibatkan pembeli dalam mereview produk

Adapun untuk melaksanakan tehnik pemasaran digital, pengusaha wajib bisa melihat suasananya. Pengusaha dituntut untuk kreatif untuk menawarkan produk mereka. Oleh karenanya peternak harus bisa menyesuaikan dalam menawarkan serta memasarkan sesuai dengan kehendak calon konsumen, sehingga penggunaan fasilitas promosi secara digital sebagai sarana penjualannya memberikan dampak yang efektif dan tepat sasaran.

Inovasi 7: Strategi Pemasaran Pemasaran Prodak Yang Relevan

Dengan mempertimbangkan krisis Covid 19, cara menjual barang memakai media social adalah bagian dari media penawaran yang masih relevan (Widyaningrum, 2016; Singh, Jackson, & Cullinane, 2008; Mongold & Faulds, 2009). Namun penjualan secara online perlu adanya strategi untuk menganalisis kesempatan pasar dalam pemilihan posisi, program, dan pengendalian pemasaran, sehingga mendukung upaya aktif guna mewujudkan maksud serta sasaran pemasaran online. Adapun komponen cara penjualan online yaitu:

1) *Search Enggine Opotimization* (SEO), dimana SEO memainkan peranan untuk penjualan barang dengan mengklasifikasikan produk maka akan memudahkan konsumen dalam mencari praduk yang diinginkan.
2) *Search Engine Marketing* (SEM), merupakan sasaran promosi produk yang memakai fasilitas mesin pencarian. Melalui SEM, pedagang bisa langsung memposisikan produk ke tempat teratas pada mesin pencari.
3) Sosial Media Marketing, dimana memanfaatkan fasilitas marketing pada social media. Pemilihan platform media sosial yang sesuai terhadap produk serta kulitas yang di inginkan oleh pasar.

Kesimpulan

Pada penelitian telah dilakukan, sehingga bisa disimpulkan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan siklus ekonomi pengusaha pada bidang peternakan unggas, maka perlu memanfaatan internet serta media sosial sebagai alternatif yang amat tepat disaat pemulihan perekonomian sekarang ini. Namun demikian penggunaan tehnologi tetap harussesuai kepada meningkatnya kemampuan SDM pada bidang TI (Tehnologi Informasi). Sehingga membentuk model perdagangaan secara kompleks antara konvensional dan terbarukan melalui sarana dunia maya.

Ucapan Terimakasih

Kelompok peneliti sangat berterimakasih kepada partner kerja dari DUDI yaitu PT Melia Inkracipta Gayapesona telah mensponsori selama proses penelitian, Rektor UNISNU Jepara juga telah mendukung program tim peneliti, dan semua mahasiswa MBKM Kedaireka Abbetkampu yang berpartisipasi dalam segala proses program Abbetkampu.

Daftar Pustaka

Alfian. Achmad, (2021) Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Di Era Pendemi Covid-19. Jurnal Inovasi Penelitian , Vol.1, No.8, 1543-1552.

Altina, L., Madanoglu, M., De Vita, G., & Arasli, H. (2016). The Interface Between Organizational Learning capability, Entrepreneurial, and *SME, Growth*. Jaurnal of Small Buisiness Management, Vol. 54, No.3, 871-891.

Adinata,S. (2010). Identifikasi Prodak Khas Semarang Yang Potensial Dikembangkan Menjadi Sovenir Kota Semarang. Doctoral Dissertation, Prodi Managemen Unika Soegijapranata.

Ansoff. H.I.,& Mc Donnel, E.J. (1990). Implanting Strategic Managemen: 2nd Edition, New York. PrenticeHall.

Bastian, A. (2015). Analisis Strategi Bisnis dan Perancangan Strategis Sistem Informasi pada Perguruan Tinggi Swasta(Studi Kasus: Universitas Majalengka). Infotec Journal, Vol. 1, No, 1. 55-61.

Badan Pusat Statistik . (2020). Berita resmi Statistik: Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020. No.64/Th.XXIII, 5Agustus2020. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik

Badan Pusat Statistik. (2020.a). Analisis Hasil Survai Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku usaha Jakarta(ID): Badan Pusat Statistik.

Chaerani, D., Talyha, M.N., Perdana,T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) Pada Masa Pendemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam upaya peningkatan Pendapatan. Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masarakat , Vol. No 4. 275-282.

Chaffety, D., Mayer, R., Johnston,K., & Elliss-Chdwick. (2000) Internet Marketing: Strategi, Implementation, and Practice. Engglen: Prentince Hall.

Cut devi Maulidasari & Damrus. (2021). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Menejemen. Vol.4. No 2. 233-245.

Cheng, V. C.-C., Wong.S.-C., Chung. V.W. -M., So,S.Y.-C., Cen, J. H.-K., Sridar,S., &Yuen, K.-Y. (2020)The Rule of Commonity-Wide Wearing of Face Mask For Control of Corona Virus Disease2019 (COVID 19) Epidemi c Due to SARSCOV-@. The Journal of Infection, Vol. 81.No. 1, 107-144.

Farid Abdulah, Dewi. M. Sya'bani., Bandi Subandi., Bambang Tri wardoyo., Badrul Isa., & sumardiansah Silah. (2021). Strategi di Masa Pendemi Pada Masarakat 5.0: Inovasi pembelajaran Batik Indonesia – Malaysia. SANDI. Vol. 1. No. 1, 1-7

Farida, N., Narsoyo,A., & Yuniawan, A.,(2017) Model of Relationship Marketing and E-Commerce In Improfing Marketing Performance of Batik SMEs. Jurnal Dinamika Manajemen, Vol. 8. No.1, 20-29

Felita, P., & Oktavera, E. (2019). Pengaruh seles Promotion Shopee Indonesia Terhadap Impulsive Buying Konsumen Studi Kasus: Impulsive Buying Pada Mahasiswa STIKS Tarakanita. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis. Vol. 4. No. 2, 159-185.

Gu, J., Han, B., & Wang, J. (2020). Covid-19: Gastrointestinal Manifestation And Potential Fecal- Oral Transmission. Journal Gastroeterology, Vol.158. No. 6, 1518-1519.

Hardilawati WL. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pendemi Covid -19. Jurnal akuntansi dan ekonomi , Vol.10.No.1. 93-110.

Helmalia, ., & Afrinawati,A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Padang. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam). Vol.3. No.2, 236-248.

Ihza,K.N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Khusus Umkm Comp Desa Watesprojo, Kemlangi, Mojokerto). Journal Inovasi Penelitian, Vol.1. No. 7, 1325-1330.

Indah Pambudi Arumsari, & Rolisda Yosintha. (2021). The Impact of Covid-19 on Souvenir Industri In Marine Tourism Areas In Indonesia. Jurnal Kepariwisataan Indonesia. Vol. 15. No. 1, 16-24.

Jemis. J. (2008). The Relative Infuenc of Competitive Intensity and Busines Strategy on The RelationShip Between Finansial Leverage and Performance. The British Accunting Revieu . Vol. 40. No. 1, 71-86.

Kaplan. A.(2012). Invinted Comment on The Theme of Special Issue Social Media: Back to The Roots and Back to The Future. Journal Systems and Information Tecnology. Vol.14. No.2, 101- 104.

Kusumastuti. AD. (2020). Pengaruh Pendemi Covid-19 Terhadap Eksistensi Bisnis UMKM Dalam Mempertahankan Business Contunity Managemen (BMC). eJournal Atministrasi Bisnis Vol.8. No.3, 224-232.

Laudon, K.C., & Trafer, C.G. (2016). E Commerce 2016: Busines Technologi Society In Global Edition. www. Prearsongloballeditions. Com

Lestari,S.P., &R, K.A. (2019). The Effect of Product Quality Toward Interest In. Jornal Inovasi Penelitian. Vol. 5. No. 2, 95-102.

Lehew, M & Wesley,S. (2007). Tourist Shoppers' Satisfaction With Regional Shoping Mall Experiences, International journal of Culture, Tourism and Hospitality Reasearch, Vol.1. No.1, 82-96.

Maria Ursula Kawulur, Yulie Deo, Y. Rindengan, & Xaverius. B.N. Najoan. (2018). Virtual Tour. E-Tourism. Objek wisata Alam di Kabupaten Biak Numfor. Jurnal Tehnik Informatika, Vol.13. No.3, 1-6.

Mohamad Djufri. (2020). Penerapan Tehnik Web Scrapping Untuk Penggalian potensi Pajak (Studi Kasus Pad Online Market Place Tokopedia, Shopee dan Bukalapak). Jurnal BPPK, Vol. 13. No.2, 65-75.

Mongold, W., & Faulds, D. (2009). Social Media The New Hybrid Elemen of The Promotional Mix. The Busines Horizon,Vol.52. No. 4, 375-365.

Nastiti, F.E., & Abdu, A. R. N. (2020). Kajian: Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Societ 5.0. Edcomtech jurnal Kajian Tehnologi Pendidikan, Vol. 5. No. 1,61-66.

O, Brien, J. (2003). The Capital Structure Implications of Persuing a Strategy of Inovation Strategic Managemen Journal,Vol. 24. No.5, 415-431.

Pratama AM. (2020). Pandemi Corona, Impor Daging Kerbau Dari India Terkendala [di unduh 2020 Sep 4] Tersedi Dari: https://money. Kompas. com/red/2020/05/18/194300926/pendemi-coronaimpor-daging-kerbau-dari-india-terkendala.

Purbohastuti, A. W. (2017). Efektifitas Media Social sebagai Media Promosi. Tirtayasa Ekonomika, Vol. 12. No. 2. 212-231.

Ratna rostika. (2012). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Cinderamata Terhadap

Kepuasan Wisatawan Domestik di Yogyakarta. Jornal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 1. No. 31. 107-116.

Ridwan. A. , azizah,S., & Eka Kusumastuti, A. (2018). Persepsi Pengunjung Terhadap Agrowisata Sapi Perah Nusa Pelangi Di Kabupaten Malang. Jurnal Master Pariwisata (JUMPA), Vol. 5. No.1, 57-76.

Riyadi, Makota, A.P.,& Suyadi,I. (2014). Pengaruh Kepercayaan dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Penmbelian. Jurnal Administrasi bisnis , Vol. 8. No.2, 1-7.

Rogers, E.M., Shemaker, F.F. (1917). Comonikation Of Inovation : A Cross Cultural Approach. New York: The Free Press, a Devision of Macmillan Publishing co.inc.

Rusdiana. S., Talib. C. (2020). National Strategi and Policy on The Agricultural Sector During The Covid-19 Outberak. SOCA: Jornal Social Ekonomi Pertanian. Vol.14. No.3. 572-590.

Rosdiono. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Antler Meke up @anter makeup. Widia Cipta: Jurnal Sekreteri dan Manajemen, Vol.3. No. 2, 195-202.

Sharfina Nabilah, Muhamad Nursan, & Pande Komang Suparyana. (2021). Dampak Pendemi Covid-19 terhadap Umkm (Studi Kasus Umkm Zea Food di Kota Mataram). Jurnal Inovasi Penelitian. Vol. 1. No. 12, 2655-2660.

Singh, T., Jackson, L. V., & Cullinane, J. (2008). Blogging: A New Play In Your Marketing Game Plan. The Busines Horizon, Vol. 51. No. 4. 281-292.

Suswanto, p., & setiawati, S. D. (2020). Strategi Komonikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positionning di Tengah Pendemi Covid-19 di Indonesia. Lanimasa Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.3. No.2. 16-29.

Suyanto,M. (2003). Strategi Perikalanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi, Yogyakarta.

Syaefudin, u. (2011). Inovasi pendidikan. PT alfabeta. Bandung.

Teguh Riyandi Rohman. & Siti azzizah. (2019). Strategi Pengembangan Wisat Edukasi Peternakan di Kampung Susu Dinasty desa Sidem Kecamatan Godang Kabupaten Tulung Agung Jawa Timur. Karta Raharja, Vol. 1. No. 2 ,65-71.

Tiesnamurti B. (2020). Prospek Peternakan Di Era Norma Baru Pasca Pendemi Covid-19: Pemanfaatan Berkelanjutan Sumberdaya Genetik Ternak Sebagai Penyedia Pangan Hewani [Internet] Dalam: Susanto A, Susanto SA, Widodo HS, Syamsi AN, Chandara DP, Harwanto, Hidayat, n, Hidayah CN, Nugroho Ap, editors. Proshiding eminar Tehnologi dan Agribisnis Peternakan VII-Webiner:Prospek Peternakan Diera Norma Baru Pasca Pandemi Covid-19; 2020 jun 27:Purwokerto, Indonesia. Purwokerto (ID): Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Sudirman [diunduh 2020 sep 4]; hal.254- 277. Tersedia dari: http://jnp.fapet. Unsoed. Ac.id/index.php/psv article/view/584

Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran.Edisi Pertama.Yogyakarta: Andi Ofset.

Tripayan.S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Prodak, Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada UKM Start Up Pariwisata Kombuchi Brewing Co. Bali. Jemap, Vol.2. No.2, 182-195.

Ulya, H. (2020). Alternate Strategi Penanganan Dampak Ekonomi Covid-19 Pemerintah Daerah jawa Timur Pada Kawasan Agropolitan. *El Barca: Jornal Of Islamic Economic and Busines*. Vol.3. no. 1, 81-109

Wakidati YN, Sugiarto M, Aunnurohman H. Einstein A, Muatif K. (2020). Dampak Pendemi Covid-19 Pada Rekstrukturisasi Tenaga kerja Pada Usaha Ayam Broiler Pola kemitraan di Kabupaten Banyumas [Internet] Dalam: Susanto A, Susanto SA, Widodo HS, Syamsi AN, Chandara DP, Harwanto, Hidayat, n, Hidayah CN, Nugroho Ap, editors. Proshiding eminar Tehnologi dan Agribisnis Peternakan VII-Webiner:Prospek Peternakan Diera Norma Baru Pasca Pandemi Covid-19; 2020 jun 27:Purwokerto, Indonesia. Purwokerto (ID): Fakultas Peternakan Universitas Jenderal Sudirman [diunduh 2020 sep 4]; hal. 278-279. Tersedia dari: http://jnp.fapet. Unsoed. Ac.id/index.php/psv article/view/584

Widianingrum, P. W. (2016). Peran Media Sosial Sebagai Setrategi Pemasaran Pada Sewa Kostum Meiyu Aiko Malang. Jurnal Al Tijarah. Vol. 2. No. 2, 230-257.

Wong, Jony, (2010). Internet Markerting For Beginners, Elex Media Kopetindo, Jakarta.

Zeithanl, V.A. Bitner, Mary J. Gremler, & Dwayne D. (2003). Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm, International Edition: 3th. New York: Mc.

STRATEGI PEMASARAN KACANG PUKUL DI BAGAN SIAPI API KECAMATAN BANGKO KABUPATEN ROKAN HILIR (STUDI KASUS KACANG PUKUL PADA TOKO H.H)

Ain Safika[1]

[1]Mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau,
ainsafika284@gmail.com

[2]Dosen Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau, **ermitety@yahoo.com**
shoreakhaswarina@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor lingkungan internal dan eksternal yang memperngaruhi pemasaran kacang pukul, merumuskan alternatif strategi pemasaran yang dapat di terapkan dalam memasarkan kacang pukul, dan menentukan prioritas strategi yang paling tepat di terapkan oleh perusahaan. Hasil penelitianmenunjukkan bahwa Faktor internal yang mempengaruhi pemasaran kacang pukul yaitu Kualitas kacang pukul baik, Citra merek datang kacang pukul kuat, Lokasi perusahaan strategis, dan Kondisi keuangan tidak tergantung pada pihak luar, sedangkan faktor eksternal yaitu kacang pukul merupakan makanan khas Bagan Siapiapi, Adanya perkembangan teknologi dalam proses produksi Kacang pukul, dan Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat. Alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh industri kacang pukul yaitu meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi kacang pukul untuk pemasaran yang lebih luas, baik domestik maupun luar negeri, meningkatkan penggunaan teknologi modern memenuhi konsumsi kacang pukul yang terus meningkat, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenangkan persaingan harga, meningkatkan kualitas produk yang cita rasa yang digemari, meningkatkan promosi melalui berbagai media guna bersaing sebagai makahan khas daerah agar memperoleh pangsa pasar yang lebih banyak, dan memperluas saluran pemasaran dengan memanfaatkan merek yang sudah dikenal. Alternatif strategi lain yang dapat dipilih yaitu strategi intense yaitu strategi yang merekomendasikan perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar, pengembangan produk dan strategi terintegrasi. Strategi yang dapat di terapkan dalam memasarkan kacang pukul dapat mengutamakan internalnya. Adapun yang termasuk internal yaitu meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan kapasitas produksi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat dari alternatif strateginya dimana yang menjadi prioritas strategi yaitu Kualitas Produk dan Kemasan Produk yang ada pada internal.

Kata Kunci **:**Agroindustri, Faktor Internal dan Eksternal, Strategi, SWOT, QSPM.

Abstract

This study aims to determine the internal and external environmental factors that influence the marketing of peanuts, formulate alternative marketing strategies that can be applied in marketing peanuts, and determine the strategic priorities that are most appropriate to be applied by the company. The results showed that the internal factors that influenced the marketing of peanuts, namely the quality of the peanuts were good, the brand image of the peanuts came strong, the location of the company was strategic, and the financial condition did not depend on outside parties, while external factors namely peanuts, which are a typical food of Bagan Readyiapi, the existence of technological developments in the production process of peanuts, and population growth that continues to increase. Alternative marketing strategies that can be applied by the peanut butter industry are increasing the quantity and quality of peanut butter production for wider marketing, both domestically and abroad, increasing the use of modern technology to meet the increasing

consumption of peanuts, maintaining and improving product quality in order to win the competition. prices, improve the quality of products with a popular taste, increase promotions through various media to compete as regional specialties in order to gain more market share, and expand marketing channels by utilizing well-known brands. Another alternative strategy that can be chosen is the intense strategy, which is a strategy that recommends the company to penetrate the market, product development and integrated strategy. The strategy that can be applied in marketing peanuts is to prioritize internally. The internal ones include improving product quality and optimizing production capacity. This can be proven by looking at the alternative strategies where the strategic priorities are Product Quality and Product Packaging that is internally

Keywords: Agroidustry, Internal and External Factors, Strategy, SWOT, QSPM

Pendahuluan

Agroindustri merupakan faktor penting dalam perekonomian sebab: (1) Agroindustri langsung berhubungan dengan kegiatan produksi untuk memenuhi kebutuhan primer umat manusia, yaitu kebutuhan akan pangan dan sandang. (2) Membuka lapangan kerja diluar usahatani. (3) Meningkatkan nilai tambah pertanian. (4) Meningkatkan penghasilan produk non-migas untuk konsumsi pasar dunia, terutama pada negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia.

Pengolahan kacang tanah menjadi beraneka ragam produk sangat penting untuk di versifikasikan konsumsi dan meningkatkan daya tahan kacang tanah, namun peran lain yang tak kalah penting adalah dapat menyerap tenaga kerja dan mendukung budidaya kacang tanah, karena bahan baku yang kontinyu sangat dibutuhkan untuk kelangsungan usaha pengolahan kacang tanah,konsumsi kacang tanah di Kabupaten Rokan Hilir sebagaian besar digunakan dalam industri bumbu pecal dan kue putu kacang.

Agroindustri kacang pukul dengan merek dagang H.H telah berproduksi sejak tahun 1950 yang merupakan usaha turun temurun yang hingga saat ini masih berkembang bahkan sudah banyak dikenal oleh masyarak luar kota Bagan Siapi api,kacang pukul merek dagang H.H terletak di Kota Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir, dan kacang pukul dengan merek dagang H.H yang paling banyak diminati oleh masyarakat baik dari kota Bagan Siapiapi maupun dari luar kota Bagan Siapiapi meskipun sifatnya masih sebagai usaha kecil menengah (UKM) dengan berbagai keterbatasan alat yang digunakan masih tradisional, namu dimana kegiatan usaha ini telah berjalan secara rutin dan mempunyai prospek cerah untuk dikembangkan sehingga sekarang kacang pukul dengan merek dagang H.H sudah banyak memiliki pesaing dengan merek dagang lainnya, seperti merek dagang Mickey, merek dagang Juwita, merek dagang Yenny, dan merek dagang Bintang 8. Sehingga dengan bermunculannya merek dagang lain, merek dagang kacang pukul H.H ini masih tetap berdiri dan menjadi merek utama yang banyak di kenal oleh masyarakat di Bagan siapi-api maupun di luar Bagan siapi-api.

Seiring dengan bertambahnya merek dagang dari pengusaha pengolahan kacang pukul yang ada di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir, maka dalam pemasaran produknya mendapatkan saingan yang kompetitif dari merek dagang lainnya, adanya pesaing tersebut akan berpengaruh terhadap besarnya pangsa pasar yang dapat diambil oleh perusahaan. Untuk bersaing dengan para pesaingnya dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin pangsa pasar dalam pengolahan kacang pukul, maka pengusaha harus melakukan langkah langkah strategi pemasaran yang terarah dan terencana dengan baik. Sehingga peneliti mengangkat judul skripsi ini dengan judul analis startegi pemasaran kacang pukul di Bagan siapi-api kecamatan Bangko

kabupaten Rokan Hilir (studi kasus kacang pukul pada toko H.H) yaitu dengan tujuan untuk mengetahui faktor lingkungan internal dan eksternal yang memperngaruhi pemasaran kacang pukul di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir, merumuskan alternatif strategi pemasaran yang dapat di terapkan dalam memasarkan kacang pukul, dan menentukan prioritas strategi yang paling tepat di terapkan oleh perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kota Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau . Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan bahwa di Bagan Siapiapiini merupakan daerah yang mengolah kacang tanah menjadi makanan khas Rohil yaitu kacang pukul yang sudah beoperasi lama yaitu mulai berdiri dari tahun 1950 hingga sekarang. Sample penelitian ini adalah konsumen yang membeli kacang pukul dengan teknik *accidental random sampling* (responden yang bertemu langsung dan membeli produk kacang pukul) di tempat produksi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, studi kasus merupakan metode penelitian sosial yang pengumpulan datanya dengan cara melakukan wawancara dan pengisian kuesioner yang telah dipersiapkan serta pengamatan langsung dilapangan.

Analisi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Matrik IFE (*internal factor evaluation)* digunakan untuk mengidentifikasi faktor faktorlingkungan internal menjadi kekuatan dan kelemahan bagi industri kacang pukul. Matriks EFE (*Eksternal factor Evaluation)*, digunakan untuk mengidentifikasi faktor faktor lingkungan eksternal dan menggolongkannya menjadi peluang dan ancaman bagi industri rumah tangga kacang pukul, kemudian lakukan pembobotan. Indentifikasi faktor faktor lingkungan dalam matriks IFE dan EFE adalah sebagai berikut:

1. Pada kolom 1, menetukan faktor faktor strategi eksternal yang menjadi peluang dan ancaman serta faktor faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
2. Pada kolom 2, pada masing - masing faktor tersebut deberi bobot atau tingkat pengaruh relatif dari masing masing faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran dengan rincian, mulai dari 0,20 (sangat kuat). 0,15(kuat). 0,10 (rata-rata). 0,05 (lemah).
3. Pada kolom 3, matrik IFE dan EFE hitung ranting untuk masing masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1-4.
4. Pada kolam 4, bobot pada kolam 2 dikalikan dengan ranting pada kolom 3, untuk memperoleh bobot skors masing masing.
5. Jumlah skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total skor pembobotan bagi pengusaha yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukan bagaimana pengusaha beraksi terhadap faktor faktor strategis eksternal dan internalnya.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) suatu usahadari analisis lingkungan internal.Sementara peluang (*Oportunities*) dan ancaman(*Threats*) sebagai faktoranalisis lingkungan eksternal yang digunakan untuk merumuskan strategi usaha.

Tabel 1. Tabel Matriks SWOT

Internal / Internal	STRENGHTS (S) Daftar faktor faktor kekuatan	WEAKNESSES (W) Daftar faktor faktor kelemahan
OPPORTUNIES (O) Daftar faktor faktor peluang	STATEGI S-O Gunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Gunakan kekuatan manfaatkan peluang
TREATHTS (T) Daftar faktor faktor ancaman	STRATEGI ST Gunakan kekuatanmengatasi ancaman	STRATEGI W-T meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, (2016)

Prioritas Strategi

Penentuan prioritas strategi dalam pengembangan industri rumah tangga kacang pukul di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir digunakan analisis QSPM. QSPM digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi yang paling cocok dengan lingkungan eksternal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total sebesar pada QSPM merupakan strategi yang paling baik.

Tabel 2. Tabel QSPM

Faktor faktor Kunci	**Bobot**	**Alternatif Strategi**					
		Strategi 1		**Strategi 2**		**Strategi 3**	
		AS	**TAS**	**AS**	**TAS**	**AS**	**TAS**
Peluang dan Ancaman							
Kekuatan dan kelemahan							
Total Bobot							
Jumlah Total Nilai Daya Tarik							

Sumber: David,(2013)

Keterangan :

- AS :Attractive Score (Nilai Tarik)
- TAS :Total Attractive Score (Total Nilai Daya Tarik)

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, faktor internal dan eksternal yang usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H serta strategi pemasaran yang dapat dilakukan pengusaha adalah sebagai berikut

1. Kekuatan (*Strenghts*)
   Strenghts (S) atau kekuatan adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif, yang memungkinkan usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H memiliki keuntungan dalam mencapai sasarannya. Dilihat dari usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H, yang menjadi faktor kekuatan adalah kualitas kacang pukul dengan memilih kacang dengan kualitas terbaik yang diolah secara higens dengan system untuk pengepakan menggunakan bantuan mesin. Citra merek kacang Pukul H.H yang cukup dikenal baik oleh konsumen. Labelisasi kemasan lengkap, dengn lokasi perusahaan strategis yang terletak di Ibu Kota Kabupaten Rokan Hilit. Toko ini terletak di Jalan Perdagangan no 45B, Bagansiapiapi. Lokasi Usaha

Kacang Pukul merek H.H yang berada di pusat kota Bagan Siapi-api menjadi salah satu aspek yang menjadi kekuatan dari pemasaran Kacang Pukul merek H.H. Hubungan dengan pelanggan berjalan dengan baik dan kondisi keuangan tidak tergantung pada pihak lain.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)
   Weaknesses (W) atau kelemahan adalah situasi dan ketidakmampuan internal yang dapat menghambat perkembangan usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H yang mengakibatkan tidak dapat mencapai tujuannya. Faktor yang menjadi kelemahan dalam usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H yaitu Romosi masih terbatas, harga produk sedikit lebih Mahal dibandingkan pesaing namun sebanding kualitas kacang yang dihasilkan yang memiliki kualitas yang lebih baik jika dibandingkan dengan produk sejenis. Kurangnya ketersediaan bahan baku.
3. Peluang (Opportunities)
   Opportunities (O) atau peluang adalah situasi danfaktor eksternal yang dapat membantu usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H mencapai atau bahkan bisa melampaui pencapaian sasarannya. Adapun faktor yang menjadi peluang dalam usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H ini adalah: Kacang pukul merupakan makanan khas Bagan Siapiapi, dan adanya Perkembangan Teknologi dalam Proses Produksi Kacang pukul ditambah dengan konsumsi Kacang Pukul yang terus meningkat. Pertumbuhan Penduduk Yang Terus Meningkat.
4. *Threats* (T) atau ancaman
   Threats (T) atau ancaman adalah faktor eksternal yang menyebabkan usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H tidak dapat mencapai tujuannya. Beberapa ancaman dalam usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H ini antara lain yaitu: Adanya kenaikan harga BBM Dan elpiji dan Ancaman Pendatang Baru Cukup Besar, dan harga yang ditawarkan pesaing lebih murah.

Faktor internal mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan atau *strength* dan*weakness* (S dan W) dimana faktor ini menyangkut dengan faktor lingkungan internal dan eksternal yang memperngaruhi pemasaran kacang pukul H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir. Adapun matrik internal yang memperngaruhi pemasaran kacang pukul di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir.ada pada tabel berikut:

Tabel 2. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan (Strength)			
Kualitas kacang pukul baik	0,177	4	0,710
Citra merek datang kacang pukul kuat	0,166	4	0,666
Lebelisasi kemasan lengkap	0,162	3	0,485
Lokasi perusahaan strategis	0,170	4	0,678
Hubungan dengan pelanggan berjalan dengan baik	0,157	3	0,471
Kondisi keuangan tidak tergantung pada pihak luar	0,168	4	0,672
Jumlah Skor Strength			3,6813
Kelemahan *(Weakness)*			
Kegiatan promosi masih terbatas	0,124	3	0,3721
Harga produk sedikit lebih Mahal di bandingkan pesaing	0,144	3	0,4333
Kurangnya ketersediaan bahan baku	0,110	2	0,2198
JUMLAH SKOR *WEAKNESS*			1,0251

Sumber: data olahan 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada matriks IFE (*Internal Factor Evaluation)* yang memperngaruhi pemasaran kacang pukul di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten

Rokan Hilir pada tabel di atas didapatkan besaran nilai dari masing-masing matriks tersebut. Nilai yang didapatkan menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih tinggi dari pada faktor kelemahan, sehingga aspek internal dinilai tinggi. Faktor eksternal mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman atau *opportunities*dan *threats* (O and T) dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi- kondisi yang terjadi di luar yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengusaha kacang pukul. Adapun matrik startegi eksternal dipergunakan untuk mengidentifikasi faktor faktor lingkungan eksternal dan menggolongkannya menjadi peluang dan ancaman bagi industri rumah tangga kacang pukul ada pada tabel berikut:

Tabel 4 Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang *(Opportunity)* Kacang pukul merupakan makanan khas Bagan Siapiapi	0,261	4	1,0443
Adanya perkembangan teknologi dalam proses produksi Kacang pukul	0,254	4	1,0163
Konsumsi Kacang pukul yang terus meningkat	0,233	3	0,6993
Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat	0,252	4	1,0070
JUMLAH SKOR *Opportunity*			3,7669
Ancaman *(Threat)* Adanya kenaikan harga BBM Dan elpiji	0,175	2	0,3497
Ancaman pendatang baru cukup besar	0,198	3	0,5944
Harga yang ditawarkan pesaing lebih murah	0,193	3	0,5804
JUMLAH SKOR *Threat*			1,5245

Sumber : Data olahan 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data pada matriks matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation)* yang memperngaruhi pemasaran kacang pukul di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir pada tabel di atas didapatkan besaran nilai dari masing-masing matriks tersebut. Nilai yang didapatkan menunjukkan bahwa faktor peluang lebih tinggi dari pada faktor ancaman, sehingga aspek eksternal dinilai tinggi.

Matriks IE disusun berdasar total skor matriks IFE sebagai sumbu X dan total skor matriks EFE pada sumbu Y. Matrik IE digunakan oleh peneliti untuk mengetahui posisi dari usaha kacang pukul pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir.Berdasarkan tabel matrik analisis SWOT, maka untuk menentukan strategi yang efektif untuk diterapkan yaitu menggunakan Matriks IE (internal dan eksternal) yang didasarkan pada dua dimensi yaitu total faktor strategis internal pada sumbu x dan total faktor strategi eksternal pada sumbu Y, yaitu sebagai berikut

Tabel 5.Skor Total Matrik IFE dan EFE

No	Matrik	Skor Total
1	IFE	2,6562
2	EFE	2,2424

Sumber: Data olahan 2021

Berdasarkan tabel di atas didapatkan total Skor Faktor Strategis Internal atau IFE (*Internal Factor Evaluation)* yaitu 2,6562, nilai tersebut berada di atas 2,5maka kondisi internal industri kacang pukul pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir tergolong kuat, sedangkan total skor Faktor Strategis Eksternal atau EFE (*Eksternal Factor Evaluation)* yaitu 2,2424, yang mana nilai tersebut berada dibawah 2,5 yang berarti kondisi eksternal industri usaha kacang pukul pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko

Kabupaten Rokan Hilir tergolong lemah.

Alternatif strategi pemasaran usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir menggunakan analisis matrik SWOT. Analisis SWOT digambarkan dalam Matriks SWOT dengan empat kemungkinan alternatif strategi, yaitu strategi kekuatan-peluang (S-O *strategies*). Strategi kelemahan- peluang (W-O *strategies).* Strategi kekuatan-ancaman, (S-T *strategies*) dan strategi kelemahan – ancaman (W-T *strategies*). Sedangkan diagram analisis SWOT digunakan untuk memilih salah satu dari ke empat jenis strategi tersebut berdasarkan kuadran posisi dari usaha Kacang Pukul pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir yang dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 6. Matriks Analisis SWOT

Internal / Eksternal	Strengths (S) • Kualitas kacang pukul baik • Citra merek datang kacang pukul kuat • Lebelisasi kemasan lengkap • Lokasi perusahaan strategis • Hubungan dengan pelanggan berjalan dengan baik. • Kondisi keuangan tidak tergantung pada pihak luar	Weakness (W) • Kegiatan promosi masih terbatas • Harga produk sedikit lebih Mahal di bandingkan pesaing • Kurangnya ketersediaan bahan baku
Opportunities (O) • Kacang pukul merupakan makanan khas Bagan Siapiapi • Adanya perkembangan teknologi dalam proses produksi Kacang pukul • Konsumsi Kacang pukul yang terus meningkat • Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat	Kekuatan yang ada digunakan untuk mengisi peluang yang tersedia (SO) • Meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi kacang pukul untuk pemasaran yang lebih luas, baik domestik maupun luar negeri (S1, S2, O3, O4) • Memperluas saluran pemasaran dengan memanfaatkan merek yang sudah dikenal (S2, S5, O3) • Meningkatkan penggunaan teknologi modern memenuhi konsumsi kacang pukul yang terus meningkat (S6, O2, O3) • Memaksimalkan lokasi perusahaan untuk melakukan perluasan pasar yang belum terlayani (S4, O3) • Memaksimalkan hubungan kerjasama guna perkembangan usaha kedepan (S5, O4) • Memamksimalkan pengelolaan modal agar produksi semakin meningka (S6, O3).	Memanfaatkan peluang yang ada dengan menanggulangi kelemahannya (WO) • Meningkatkan promosi melalui berbagai media guna bersaing sebagai makahan khas daerah agar memperoleh pangsa pasar yang lebih banyak (W1, O1, O3) • Meningkatkan penggunaan teknologi modern agar harga produk dapat dijual lebih murah (W2,O2) • Menjaga agar stok bahan baku selalu ada agar usaha tetap terus berjalan (W3 O3)
Threats (T) • Adanya kenaikan harga BBM dan elpiji • Ancaman pendatang baru cukup besar • Harga yang ditawarkan pesaing lebih murah	Kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi (ST). • Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenangkan persaingan harga (S1, S2, T3) • Meningkatkan kualitas produk yang cita rasa yang digemari (S2, T2, T3).	Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT) • Mencari sumber bahan baku lain dan lebih terjangkau guna mengamankan ketersediaan bahan baku roti kacang (W2, T1). • Lebih memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat melalui pemeranpameran sebagi media promosi (W1, T2)

Sumber: Data olahan 2021

Dalam rangka memilih alternatif strategi yang menjadi prioritas dalam pemasaran usaha kacang pukul Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir, maka dilakukan penilaian terhadap komponen-komponen yang sangat penting dalam pengembangan berdasarkan unsur-unsur SWOT seperti pada tabel 7 berikut:

Tabel 7. Distribusi Nilai-nilai pada Masing-masing Komponen SWOT

Kekuatan (S)		Kelemahan (W)		Peluang (O)		Ancaman (T)	
S1	4	W1	3	O1	4	T1	2
S2	4	W2	3	O2	4	T2	3
S3	3	W3	3	O3	3	T3	3
S4	4			O4	4		
S5	3						
S6	4						

Data olahan 2021

Keterangan : 4 = Sangat penting
3 = penting
2 = Cukup penting
1 = Tidak penting

Mengenai alternatif pemilihan strategi produk dan pemasaran yang menjadi prioritas pada usaha kacang pukul toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Alternatif Pemilihan Strategi Produk dan Pemasaran

Unsur SWOT	Keterkaitan	Bobot	Ranking
SO1	**S1, S2**, O3, **O4**	**15**	**1**
SO2	**S2,** S5, O3	**10**	**6**
SO3	**S6,O2,** O3	**11**	**2**
SO4	**S4**, O3	7	7
SO5	**S4,** O3	7	8
SO6	**S6,** O3	7	9
WO1	W1, **O1,** O3	**10**	**5**
WO2	W2, **O2**	7	10
WO3	W3 O3	6	11
ST1	**S1,S2,** T3	**11**	**3**
ST2	**S1,S2,** T3	**11**	**4**
WT1	W2, T1	5	12
WT2	W2, T1	5	13

Data olahan 2021

Berdasarkan nilai pembobotan yang telah dilakukan, maka dapat ditentukan alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh industri kacang pukul pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir sebagai berikut:

1. Meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi kacang pukul untuk pemasaran yang lebih luas, baik domestik maupun luar negeri (S1, S2, O3, O4).
2. Meningkatkan penggunaan teknologi modern memenuhi konsumsi kacang pukul yang terus meningkat (S6, O2, O3).
3. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenangkan persaingan harga (S1, S2, T3).
4. Meningkatkan kualitas produk yang cita rasa yang digemari (S2, T2, T3).

5. Meningkatkan promosi melalui berbagai media guna bersaing sebagai makahan khas daerah agar memperoleh pangsa pasar yang lebih banyak (W1, O1, O3).
6. Memperluas saluran pemasaran dengan memanfaatkan merek yang sudah dikenal (S2, S5, O3)

Penentuan prioritas strategi dalam pengembangan usaha Kacang Pukul Pada Toko H.H di Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir digunakan analisis QSPM. QSPM digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi yang paling cocok dengan lingkungan eksternal. Alternatif strategi yang memiliki nilai total sebesar pada QSPM merupakan strategi yang paling baik. Pada matriks QSPM terdapat nilai AS (*Attractiveness Score*) dan TAS. Nilai AS menunjukkan daya tarik masing-masing strategi terhadap faktor kunci yang dimiliki. Nilai TAS merupakan hasil perkalian antara bobot rata-rata dengan nilai AS dari setiap faktor kunci strategi. Hasil pembobotan dan penilaian skor kemenarikan faktor strategis internal dan eksternal sebagai alternatif keputusan strategi terbaik yang harus segera dilaksanakan dalam analisis QSPM sebagai berikut:

Tabel 9. Analisis QSPM

Faktor Strategis	Weight	AS	TAS
IFE			
Kekuatan			
Kualitas Produk	0,101	4	0,403
Lokasi Produksi	0,092	3	0,275
Kapasitas Produksi	0,098	4	0,392
Kemampuan Bermitra Dengan *Stakeholder*	0,093	3	0,278
Variasi Produk	0,092	3	0,275
Kemasan Produk	0,095	3	0,286
Kelemahan			
Ketersediaan Bahan Baku	0,090	3	0,270
Merek Produk	0,095	3	0,286
Kegiatan Promosi	0,093	3	0,278
Saluran Distribusi	0,059	2	0,118
Harga Jual Produk	0,093	3	0,280
Total	1,000		3,140
EFE			
Peluang			
Makanan khas daerah	0,124	3	0,371
Perkembangan Teknologi	0,125	3	0,374
Konsumsi terus meningkat	0,107	3	0,321
Gaya Hidup	0,116	3	0,349
Ancaman			
Menurunya Daya Beli Masyarakat	0,114	3	0,342
Naiknya Harga Kebutuhan Pokok	0,106	3	0,317
Biaya Energi yang Meningkat	0,116	3	0,349
Tingkat Persaingan Industri	0,097	3	0,292
Adanya Produk Substitusi	0,095	3	0,285
Total	1,000		3,000

Data olahan 2021

Berdasarkan hasil QSPM di atas apabila dikaitkan dengan matriks IE (Internal – External) yang dapat simpulkan bahwa internal lebih kuat maka dapat dikatakan bahwa hasil yang didapatkan sudah sinkron atau sesuai karena dilihat dari hasil QSPM pun lebih kuat internalnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat dari alternatif strateginya dimana yang menjadi prioritas strategi yaitu Kualitas Produk dan Kemasan Produk yang ada pada internal. Sedangkan strategi

yang lainnya termasuk ke dalam eksternal. Karena faktor internal yang lebih mendominasi, maka strategi yang dapat di terapkan dalam memasarkan kacang pukul dapat mengutamakan internalnya. Adapun yang termasuk internal yaitu meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan kapasitas produksi.

Kesimpulan

1. Faktor internal yang mempengaruhi pemasaran kacang pukul toko H.H di di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir yaitu Kualitas kacang pukul baik, Citra merek datang kacang pukul kuat, Lokasi perusahaan strategis, dan Kondisi keuangan tidak tergantung pada pihak luar, sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi pemasaran kacang pukul toko H.H di di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir yaitu Kacang pukul merupakan makanan khas Bagan Siapiapi, Adanya perkembangan teknologi dalam proses produksi Kacang pukul, dan Pertumbuhan penduduk yang terus meningkat.
2. Alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh industri kacang pukul pada Toko H.H di Bagan Siapiapi Kecamatan Bangko Kabupaten Rokan Hilir yaitu meningkatkan kuantitas dan kualitas produksi kacang pukul untuk pemasaran yang lebih luas, baik domestik maupun luar negeri, meningkatkan penggunaan teknologi modern memenuhi konsumsi kacang pukul yang terus meningkat, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenangkan persaingan harga, meningkatkan kualitas produk yang cita rasa yang digemari, meningkatkan promosi melalui berbagai media guna bersaing sebagai makahan khas daerah agar memperoleh pangsa pasar yang lebih banyak, dan memperluas saluran pemasaran dengan memanfaatkan merek yang sudah dikenal. Alternatif strategi lain yang dapat dipilih yaitu strategi intense yaitu strategi yang merekomendasikan perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar, pengembangan produk dan strategi terintegrasi.
3. Strategi yang dapat di terapkan dalam memasarkan kacang pukul dapat mengutamakan internalnya. Adapun yang termasuk internal yaitu meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan kapasitas produksi. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat dari alternatif strateginya dimana yang menjadi prioritas strategi yaitu Kualitas Produk dan Kemasan Produk yang ada pada internal.

Daftar Pustaka

Sari, N., Evy, M., & Khaswarina, S. (2020). Strategi Pemasaran Agroindustri Keripik Tempe Di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, *1*(1), 12–26.

Wiwaha, N. O. (2019). Kontribusi Pendapatan Usaha Home Industry Kacang Pukul Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Kasus : Kelurahan Kota Bagan Siapiapi, Kacang Pukul Terhadap Pendapatan Keluarga (Studi Kasus : Kelurahan Kota Bagan Siapiapi, Kecamatan Bangko, Kabupaten Rokan Hil. In *UMSU*. Universitas Muhammadiyah Sumatera utara

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT* (Edisi Dua). PT Gramedia Pustaka Utama

David, F. R. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Salemba Empat.

ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK BENIH PADI LOKAL DI PT SAPROTAN BENIH UTAMA, KABUPATEN SRAGEN.

Lisa Aprilianingsih[1], Titik Ekowati[2], Suryani Nurfadillah[3]

[1,2,3]Program Studi S1 - Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian,

Universitas Diponegoro

Email: aprilianingsih890@gmail.com, tiekowati@yahoo.co.id, suryani.nurfadillah@gmail.com

Abstrak

Manajemen rantai pasok merupakan konsep pengelolaan manajemen perusahaan mulai dari proses pengadaan sampai produk siap untuk dikirim. Penerapan manajemen rantai pasok di perusahaan mengalami kendala yaitu kurangnya strategi yang tepat. Kurangnya strategi yang tepat khususnya dalam kegiatan produksi menyebabkan terkendalanya proses distribusi. Oleh karena itu, diperlukan beberapa strategi untuk mengatasi permasalahan manajemen rantai pasok tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Pengukuran kinerja manajemen rantai pasok menggunakan metode analisis *supply chain operation reference* (SCOR). Hasil penerapan manajemen rantai pasok benih padi di PT Saprotan Benih Utama sudah dilaksanakan dengan baik. Aliran rantai pasok benih padi baik aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi sudah dapat dikatakan baik. Tahun 2021, produk benih padi yang terjual sebanyak 4.633,66 ton/th hampir mendekati target sebanyak 5.000 ton/th. Nilai kinerja manajemen rantai pasok benih padi sebesar 74,63% dan termasuk kedalam kategori *good* dengan atribut prioritas tertinggi yaitu *reliability*, kriteria pemenuhan pesanan (PP). Hasil analisis efisiensi pemasaran menunjukkan terdapat perbedaan signifikan antara nilai margin dan efisiensi pemasaran pola 1 dan 2. Nilai total margin pemasaran pola 1 sebesar Rp 34.500,00, pola 2 sebesar Rp 42.500,00. Rata – rata nilai efisiensi pemasaran pola 1 yaitu 89,4%, pola 2 sebesar 87%. Pola 1 lebih efisien dibandingkan pola 2.

Kata kunci: benih padi, manajemen rantai pasok, kinerja, SCOR, efisien.

Abstract

Supply chain management is company management concept starting from the procurement process until the product ready shipped. The implementation of supply chain management is experiencing problems, namely the lack of the right strategy. The lack of the right strategy, especially in production activities, causes distribution problems. Therefore, several strategies are needed to overcome them. The research method used is the survey method. The supply chain management performance measurement uses the supply chain operation reference (SCOR) analysis method. The result of the implementation of rice seed supply chain management have been carried well. The flow of the rice seed suplly chain both product flow, financial flow, and information flow can be good. The value of rice seed supply chain management performance is 74,63% and included in the good category with the highest priority attribute, namely reliability, order fulfillment criteria (PP). The result of marketing efficiency analysis show that there is significant difference between margin dan marketing efficiency of pattern 1 and 2. The total value of margins for pattern 1 is Rp 34,500.00 and pattern 2 Rp 42,500.00. The average value of marketing efficiency for pattern 1 is 89,4% and pattern 2 87%. Pattern 1 is more efficient than pattern 2.

Keywords: rice seeds, supply chain management, performance, SCOR, efficient.

Pendahuluan

Tanaman padi (*Oryza Sativa L.*) merupakan tanaman pangan yang penting karena tanaman padi sebagai komoditas utama penghasil sumber makanan pokok sebagian besar penduduk Indonesia bahkan Asia (Hatta, 2012). Produksi tanaman padi yang tinggi dan memiliki kualitas yang baik sangat dipengaruhi oleh benih padi yang berkualitas atau unggul. Benih yang bagus atau unggul harus melalui proses sertifikasi atau pemeriksaan dilapangan dan pengujian didalam laboratorium oleh instansi terkait. Benih padi bersertifikat merupakan benih padi yang produksinya melalui sistem pemeriksaan lapangan dan pengujian secara laboratorium oleh instansi yang berwenang sesuai dengan standar yang telah ditentukan (Lesilolo *et al.,* 2018). Permasalahan yang dihadapi dalam kegiatan produksi benih padi adalah sangat dipengaruhi oleh bahan baku (gabah) yang dijadikan benih padi, ketika benih padi yang dikirim ke perusahaan terdapat banyak campuran varietas lain maka gabah tersebut tidak layak untuk dijadikan benih padi. Selain itu, kegiatan produksi juga sangat berpengaruh terhadap kualitas benih padi yang dihasilkan yaitu proses penjemuran yang tidak berjalan optimal dapat menyebabkan kualitas gabah turun sehingga produk benih padi yang dihasilkan memiliki kualitas yang rendah. Kualitas benih padi yang rendah ini mempengaruhi pertumbuhan tanaman padi (Puspitasari, 2017). Suatu perusahaan di Kabupaten Sragen sebagai pemasok benih padi lokal bersertifikat adalah PT Saprotan Benih Utama.

PT Saprotan Benih Utama merupakan perusahaan agribisnis yang bergerak dibidang produsen benih padi lokal bersertifikat. Varietas produk benih padi yang diproduksi di PT Saprotan Benih Utama sebanyak 33 jenis yang meliputi Ciherang, IR 64, Mekongga, Sunggal, Inpari 32, Inpari 33, Situbagendit, Memberamo, Pepe, Ciliwung, dll. Perusahaan ini memiliki keunggulan yaitu benih padi yang dihasilkan termasuk benih padi yang unggul dan memiliki kualitas yang baik serta benih yang dihasilkan termasuk jenis benih kelas pokok (SS) dengan standar kualitas bagus dan baik (Puspitasari, 2017). Produksi benih padi pada tahun 2015 – 2021 mengalami fluktuasi. Tahun 2015, produksi benih padi lokal mencapai 3.171,04 ton, Tahun 2016 mencapai 3.048,42 ton, Tahun 2017 mencapai 2.554,39 ton, Tahun 2018 mencapai 2.980,58 ton, Tahun 2019 mencapai 3.338,22 ton, produksi Tahun 2020 mencapai 3.269,50 ton dan Tahun 2021 mencapai 3.421,87 ton. PT Saprotan Benih Utama dalam kegiatan aliran rantai pasok, menerapkan manajemen rantai pasok yang merupakan rangkaian jaringan antara pemasok (petani mitra), perusahaan dan *retailer*/lembaga pemasaran/distributor sampai ketangan konsumen dalam hal perencanaan, pengadaan, pengolahan (produksi), dan pendistribusian produk pada rantai pasok dengan cara mengkoordinasikan dengan aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi diantara rantai yang terlibat (Nurhuda *et al.,* 2017).

Manajemen rantai pasok pada PT Saprotan Benih Utama masih mengalami beberapa kendala. Permasalahan manajemen rantai pasok benih padi di PT Saprotan Benih Utama adalah cuaca ekstrim yang menyebabkan proses pengiriman bahan baku ke perusahaan terkendala, kurangnya manajemen dan strategi yang tepat dalam manajemen rantai pasok, proses penjemuran yang terkendala, dan ketersediaan produk yang tidak menentu. Kurangnya strategi atau rencana yang kurang tepat dalam manajemen rantai pasok di PT Saprotan Benih Utama khususnya dalam hal kurangnya perencanaan yang baik dalam kegiatan produksi menyebabkan terkendalanya proses distribusi yaitu produk benih padi yang dikirim tidak sesuai dengan permintaan konsumen baik dari segi jumlah maupun varietas/jenis benih padinya bahkan produk yang dikirim terkadang tidak tersedia. Oleh karena itu, diperlukan beberapa strategi untuk mengatasi permasalahan manajemen rantai pasok tersebut.

Beberapa bentuk strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi permasalahan dalam manajemen rantai pasok benih padi adalah dengan peningkatan manajemen rantai pasok yaitu melalui peningkatan kualitas produk dan meningkatkan kegiatan promosi, kecepatan dalam merespon pesanan, kekonsistenan dalam menciptakan suatu produk sesuai dengan kebutuhan

konsumen, kemantapan proses produksi dan evaluasi setiap kegiatan (Martono, 2020). Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai analisis manajemen rantai pasok benih padi lokal di PT Saprotan Benih Utama dengan tujuan untuk menganalisis manajemen rantai pasok benih padi lokal, menganalisis struktur jaringan dan proses bisnis pada rantai pasok benih padi serta menganalisis efisiensi performa rantai pasok benih padi lokal di PT Saprotan Benih Utama.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2022 di PT Saprotan Benih Utama, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah**.** Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa PT SBU merupakan satu - satunya perusahaan pemasok benih padi lokal bersertifikat dan dalam proses kegiatan pemasaran produk benih padi sudah berskala nasional baik di wilayah Sragen maupun kota – kota di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey*. Metode *survey* merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan pengamatan secara kritis terhadap persoalan tertentu pada suatu daerah atau lokasi tertentu (Sugiyono, 2016).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung terhadap sampel responden. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 24 responden yang terperinci yaitu 12 petani mitra, 2 *team marketing* perusahaan, 5 distributor dan 5 pengecer. Data primer yang diperoleh yaitu data karakteristik responden, keadaan umum perusahaan, aspek manajemen rantai pasok, aliran rantai pasok, aspek pemasaran meliputi strategi pemasaran yang diterapkan, pola saluran dan harga jual pada tiap tingkatan. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait berupa catatan atau dokumen-dokumen yang berhubungan langsung dengan perusahaan. Data sekunder yang diperoleh yaitu data panen, data produksi, data penjualan serta data pemasaran meliputi data permintaan produk dan waktu pengiriman produk (*order*).

Metode analisis data menggunakan metode analisis deskriptif – kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis manajemen rantai pasok dan struktur jaringan serta proses bisnis pada rantai pasok benih padi. Analisis kuantitatif yaitu menggunakan analisis *supply chain operation reference* (SCOR) dengan *Analytical Hierarcy Process* (AHP) dan analisis efisiensi pemasaran untuk menganalisis performa manajemen rantai pasok benih padi lokal di PT SBU. Langkah – langkah dalam pengukuran kinerja menggunakan analisis SCOR meliputi beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Penentuan atribut dan komponen – komponen atribut SCOR. Atribut yang digunakan terdiri atas 5 atribut yaitu *reliability, responsibility*, fleksibilitas rantai pasok, biaya dan manajemen asset.
2. Tahap kedua yaitu dilakukan perbandingan berpasangan atau penentuan prioritas atribut kinerja dengan *Analytical Hierarcy Prosess* (AHP) dari semua atribut yang terlibat. Skala AHP yang digunakan yaitu 1 (sama), 3 (lemah), 5 (kuat), 7 (sangat kuat) dan 9 (mutlak kuat), kemudian hasil dari proses pembobotan diolah dengan menggunakan bantuan *software microsoft excel*.
3. Tahap selanjutnya kemudian dilakukan perhitungan pembobotan dengan menggunakan AHP. Tahapan perhitungan pengukuran kinerja rantai pasok dengan AHP yaitu terdiri dari beberapa tahapan:
    1) Perhitungan normalisasi

        Perhitungan normalisasi dari setiap kriteria bertujuan untuk menghindari terjadinya pengulangan data. Rumus perhitungan normalisasi yaitu:

$$\text{Normalisasi} = \frac{\text{Nilai sel kolom}}{\text{Nilai total kolom}} \quad \text{.....(1)}$$

2) Perhitungan nilai *Eigen Value*

Perhitungan nilai *eigen value* menggunakan rumus:

$$\text{Nilai } \textit{Eigen Value} = \frac{\text{Jumlah setiap kolom}}{\text{Bobot masing-masing kriteria}} \quad \text{.....(2)}$$

3) Menguji Konsistensi hierarchi

Pengujian konsistensi hierarki dilakukan melalui perhitungan *consistency index* (CI) dan *consistency ratio* (CR). Nilai standar *consistency ratio* (CR) yaitu jika jumlah matrik 2 x 2 maka nilai RI adalah 0%, matrik 3 x 3 maka nilai RI 5%, jika matrik 4 x 4 maka nilai RI sebesar 8% dan jika jumlah matrik perbandingan lebih dari 5 x 5 maka nilai RI sebesar 10%. Jika nilai *consistency ratio* (CR) lebih besar daripada nilai standar maka penilaian yang dilakukan tidak konsisten sehingga perlu dilakukan penyebaran ulang kuesioner. Rumus perhitungan CI yaitu sebagai berikut:

4) $$\textit{Consistensy Index} = \frac{\lambda \max - n}{n-1} \quad \text{.....(3)}$$

Keterangan:
λmax = Nilai *Eigen Value*
N = Jumlah data (Nurhuda *et al.*, 2017).
Rumus perhitungan *consistency ratio* yaitu sebagai berikut:

$$\text{CR} = \frac{CI}{RI} \quad \text{.....(4)}$$

Keterangan:
C1 = *Consistency index*
RI = *Ratio index* (Saaty dan Vagas, 2012).

Hasil nilai kinerja dari manajemen rantai pasok kemudian disesuaikan dengan sistem monitoring rantai pasok. Skala sistem monitoring kinerja rantai pasok, dapat dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1.
Skala Sistem Monitoring Kinerja

Sistem monitoring	Indikator kinerja
< 40%	*Poor*
40 – 50%	*Marginal*
50 – 70%	*Average*
70 – 90%	*Good*
> 90%	*Excellent*

Kemudian dilanjutkan dengan analisis efisiensi pemasaran melalui pendekatan perhitungan margin pemasaran dan efisiensi pemasaran.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen (Prayitno *et al.*, 2013). Rumus margin pemasaran:

MP = Pr – Pf.....(5)

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp).

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen (Koestiono dan Agil, 2010). Rumus efisiensi pemasaran:

$$\text{Eps} = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \quad \text{.....(6)}$$

Keterangan:

Eps = Efisiensi pemasaran (%)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp) (Koestiono dan Agil, 2010).

Kaidah Keputusan:

Eps ≥ 40 %, maka efisien.

Eps < 40 %, maka tidak efisien (Prayitno *et al.,* 2013)

Hasil dan Pembahasan

Manajemen Rantai Pasok Benih Padi

Penerapan manajemen rantai pasok benih padi di PT Saprotan Benih Utama dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Proses perencanaan (*planning*)

Perencanaan (*planning*) yang dilaksanakan oleh PT Saprotan Benih Utama yaitu dalam pelaksanaan kegiatan bisnis memiliki perencanaan tahunan yang dikenal dengan nama *quantity, productivity*, *occupational health and safety* (QPO). Kemudian, perencanaan dilaksanakan diawal, sebelum musim tanam pertama (MT1) dimulai. Hal ini sesuai dengan pendapat Wijayanto (2012) bahwa kegiatan perencanaan harus dilakukan pada waktu yang tepat dan perlu pertimbangan jangka waktu keterkaitan yang diperlukan untuk pelaksanaan kegiatan/program. Perencanaan dilaksanakan pertahun yaitu didasarkan pada data penjualan tahun sebelumnya (Tahun 2021) sebagai dasar untuk penentuan target penjualan Tahun 2022. Fungsi perencanaan ini sangat penting dikarenakan sangat berhubungan dengan proses produksi kedepannya. Menurut Badrudin (2013) menyatakan bahwa perencanaan merupakan suatu hal yang penting untuk dibuat yang bertujuan untuk memudahkan kegiatan serta mencapai tujuan organisasi.

Proses perencanaan sudah terlaksana dengan baik yaitu baik dari tim lapang perusahaan sudah sangat mengawal petani mitra dari awal tanam sampai panen bahkan pemberian informasi dilaksanakan secara detail. Tahap perencanaan bahan baku calon benih juga dilaksanakan seleksi atau pengecekan terlebih dahulu sebelum dikirimkan ke perusahaan. Indikator gabah calon benih yang bagus yaitu dapat dilihat dari campuran varietas lain (0,20%), semakin banyak campuran varietas lain maka bahan baku tersebut tidak layak untuk digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan benih padi. Strategi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi kerugian yang terjadi dalam perusahaan sehingga dapat mencapai keuntungan yang maksimal. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat Wheelen dan Hunger (2003) bahwa dalam suatu perusahaan harus disusun suatu strategi manajemen sehingga dapat digunakan untuk

menangani kendala yang terjadi dalam suatu perusahaan. Strategi manajemen yang baik sangat dibutuhkan untuk menunjang kegiatan produksi didalam suatu perusahaan. Tujuan dari perencanaan adalah untuk memudahkan kegiatan dalam perusahaan sehingga dapat mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Rahim dan Hastuti (2005) bahwa fungsi manajemen perencanaan adalah untuk mencapai target/tujuan dari suatu organisasi.

2. *Organizing*

Penerapan fungsi manajemen *organizing* pada PT Saprotan Benih Utama adalah PT Saprotan Benih Utama sudah memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi ini dibuat bertujuan untuk memudahkan koordinasi, pelaksanaan kegiatan dan tanggungjawab pada setiap bidang sehingga sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya masing - masing. Hal ini sesuai dengan pendapat Badrudin (2013) bahwa pengorganisasian/*organizing* merupakan suatu proses penentuan pekerjaan – pekerjaan yang harus dilakukan, penggelompokkan tugas – tugas, dan pembagian pekerjaan kepada setiap karyawan sehingga memungkinkan orang – orang dapat bekerja efektif secara bersama untuk mencapai tujuan organisasi.

Pengorganisasian tiap bidang dalam kegiatan produksi di PT SBU yaitu terkait pengadaan bahan baku calon benih, dari 3 anggota tim lapang perusahaan dibagi kedalam 3 daerah sumber bahan baku. Masing – masing tim lapang melaksanakan pengawalan dari mulai tanam sampai panen, melaksanakan kegiatan seleksi dan membimbing petani mitra. Tim produksi terdiri atas 4 anggota yang masing – masing memegang tiap bagian dalam kegiatan produksi. Bagian penjemuran dipegang oleh Bapak Iswahyudi yang bertugas melaksanakan pengawasan terkait waktu penjemuran dan memastikan calon benih yang dijemur siap untuk diproduksi. Proses penjemuran maksimal selama 2 hari tergantung kadar air calon benih. Proses pembersihan dan pengovenan dipegang oleh Bapak Harjono yang bertugas melaksanakan pengawasan dan memastikan proses pembersihan dan pengovenan berjalan dengan lancar. Proses pembersihan dilaksanakan selama 1 jam tergantung dengan kuantitasnya. Sedangkan untuk proses pengovenan dilaksanakan selama 24 jam dengan diawasi oleh tim produksi.

Proses pengemasan dipegang oleh Bapak Iskandar dengan dibantu oleh Bapak Piko bertugas melakukan pengawasan terkait kebenaran jenis varietas benih, kuantitasnya dan perkiraan hasil produk yang dikemas serta bertanggungjawab meletakkan hasil pengemasan sesuai dengan nomor *lot/stacking* tempat. Proses pendistribusian, proses ini dilaksanakan dengan keikutsertaan dari 2 bagian. Bidang gudang terkait proses muat barang dan bidang admin penjualan terkait pengecekan ketersedian jenis varietas. Penerapan fungsi *organizing* di PT SBU sudah dapat dikatakan bagus, hal ini terbukti dari setiap bagian dalam perusahaan sudah bekerja sesuai dengan tugas – tugasnya masing – masing dan sudah sesuai dengan standar operasional. Hal ini sesuai dengan pendapat Pratama (2020) bahwa pengorganisasian bertujuan untuk membagi kegiatan besar menjadi lebih kecil serta mempermudah manajer dalam hal pengawasan dan menentukan orang yang tepat untuk diposisikan pada pekerjaan tersebut.

3. *Actuating*

PT Saprotan Benih Utama, dalam pelaksanaan kegiatan bisnis dilakukan dengan berpedoman pada perencanaan tahunan (QPO). QPO ini menjadi pedoman bagi perusahaan dalam mencapai target dan tujuan organisasi yaitu memaksimalkan keuntungan (profit) yang diterima perusahaan melalui aktivitas actuating yang dilaksanakan. Dalam pelaksanaan actuating di suatu perusahaan juga dibutuhkan peran seorang manager untuk meningkatkan kinerja karyawan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Sucahyowati (2017) bahwa salah satu tindakan pergerakan yang dapat dilakukan oleh seorang manager untuk mengoptimalkan kinerja anggota adalah dengan memberikan motivasi kepada anggota sehingga dapat bekerja secara efektif dan juga efisien. Aktivitas actuating yang

dilaksanakan di PT SBU meliputi proses pengadaan bahan baku, dari tim lapang perusahaan sangat mengawal petani mitra mulai dari awal sampai panen. Proses produksi yaitu dilaksanakan setiap hari dengan terpacu pada target bulanan dan target tahunan, sebagai contoh proses packing bulan Januari Tahun 2022 dengan target bulanan sebesar 500 ton/bulan maka perhari harus dapat mencapai 19 ton/hari. Proses pendistribusian dan penjualan juga dilaksanakan dengan pencatatan harian (rekap harian) sebagai target capaian penjualan. Setiap aktivitas actuating yang dilaksanakan sudah dapat dikatakan baik, hal ini terbukti dari setiap kegiatan pergerakan di PT SBU sudah sesuai dengan standar operasional (SOP) dan dapat mencapai tujuan perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Awaludin dan Hendra (2018) bahwa *actuating* merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang manager untuk mengawali serta melanjutkan kegiatan yang telah ditentukan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian sehingga tujuan organisasi dapat tercapai.

4. *Controlling*

Penerapan fungsi manajemen *controlling* pada PT SBU yaitu monitoring/pengawasan dilakukan dengan berpacu pada standar operasional perusahaan (SOP). Hal ini sesuai dengan pendapat Sucahyowati (2017) bahwa monitoring merupakan suatu fungsi manajemen yang dilaksanakan dengan berpacu pada standar operasional perusahaan yang bertujuan untuk memastikan kegiatan berjalan dengan lancar. Monitoring dilaksanakan setiap bulan meliputi 4 tahapan yaitu monitoring lapang, monitoring produksi, monitoring sistem, dan monitoring penjualan. Pertama monitoring lapang dilaksanakan dengan menyesuaikan dengan target penjualan. Indikator monitoring produksi yaitu ketersediaan semua jenis varietas, dan ketercapaian target harian dan bulanan. Indikator monitoring penjualan yaitu dilihat dari kondisi/keadaan penjualan setiap harinya, mingguan dan bulanan. Monitoring sistem, dilakukan dengan menggunakan aplikasi terkait pencatatan persediaan produk (*stock*) dalam gudang.

Penerapan fungsi *controlling* di PT SBU sudah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan standar operasional. Hal ini terbukti dari setiap kegiatan yang dilaksanakan mulai dari proses pengadaan bahan baku sampai proses pendistribusian produk benih padi berjalan dengan lancar dan tepat waktu. Proses pengadaan bahan baku yaitu dari tim lapang sudah sangat mengawal petani mitra mulai dari awal sampai panen. Pengawalan dilakukan sebanyak 2 – 3 kali/musim. Proses produksi, mulai dari proses penjemuran, proses pengovenan, proses pembersihan, proses pengemasan (*packing*) sudah dilaksanakan dengan baik yaitu pengawasan dilaksanakan mulai dari awal sampai proses produksi selesai. Proses pendistribusian produk benih padi, dalam proses muat produk benih padi juga diawasi oleh tim gudang perusahaan. Menurut Sucahyowati (2017) bahwa *controlling* merupakan salah satu fungsi manajemen yang berupa mengadakan pengecekan dan pengawasan, yang bertujuan untuk memastikan suatu kegiatan berjalan dengan lancar. Tujuan dari kegiatan pengawasan adalah untuk melihat perkembangan serta dapat melakukan pengawasan terhadap kegiatan produksi. Hal ini sesuai dengan pendapat Badrudin (2013) bahwa kegiatan pengawasan bertujuan untuk memastikan apakah kebijakan (SOP) yang telah ditetapkan sudah dijalankan dengan baik dan sekaligus melihat perkembangan perusahaan.

5. *Evaluating*

Penerapan fungsi manajemen *evaluating* pada PT SBU yaitu evaluasi dilaksanakan melalui rapat rutin (*meeting*). Evaluasi yang dilaksanakan pada PT SBU berpacu pada data penjualan tahun sebelumnya yaitu pada Tahun 2021 sebanyak 4.633,66 ton/th, data tersebut digunakan untuk evaluasi dan merencanakan target kegiatan produksi dan target penjualan selanjutnya. Kegunaan dari kegiatan evaluasi adalah untuk mengadakan koreksi terhadap suatu kegiatan yang telah dilaksanakan sehingga dapat dilakukan perbaikan untuk kedepannya. Hal ini sesuai

dengan Badrudin (2013) yang menyatakan bahwa proses evaluasi sangat penting dalam setiap kegiatan dikarenakan dengan adanya evaluasi dapat dilakukan koreksi menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya. Evaluasi yang dilaksanakan ini hanya terfokus pada pencapaian target perusahaan sehingga belum dapat dipastikan apakah kinerja perusahaan sudah dapat dikatakan efisien.

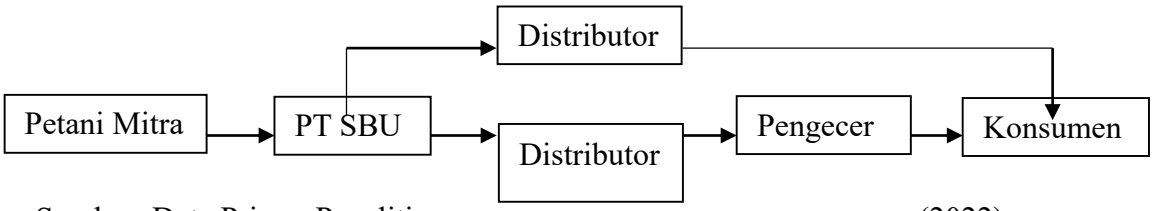
Evaluasi yang dilaksanakan di PT SBU dilakukan secara mingguan, bulanan dan tahunan. Evaluasi ini disebut evaluasi *summatif* yaitu evaluasi yang dilaksanakan pada akhir kegiatan baik mingguan, bulanan maupun tahunan. Hal ini sesuai dengan pendapat Prasetyo dan Agustina (2019) bahwa evaluasi *summatif* merupakan jenis evaluasi yang biasanya dilakukan setelah program selesai dilaksanakan. Pelaksanaan fungsi *evaluating* di PT SBU sudah baik yaitu mulai dari pengadaan bahan baku sampai pendistribusian produk berjalan dengan lancar dan hampir mencapai target perusahaan yaitu 5.000 ton/th. Hal ini terbukti dari jumlah penjualan Tahun 2021 sudah mencapai 4.633,66 ton, yang terperinci yaitu dari total produksi Tahun 2021 sebanyak 3.421,87 ton dan ditambah dengan hasil produksi Tahun 2020 sebanyak 1.211,77 ton.

Struktur Jaringan dan Proses Bisnis pada Rantai Pasok Benih padi

Struktur jaringan dan proses bisnis di PT SBU terdiri atas petani mitra sebagai *supplier*, PT Saprotan Benih Utama sebagai *manufactur* serta distributor dan pengecer sebagai lembaga pemasaran (*retailer*). Menurut Rahmawati (2011) bahwa struktur jaringan adalah organisasi – organisasi yang terlibat dalam suatu proses pemasaran mulai dari proses pengadaan sampai produk siap digunakan oleh konsumen akhir (petani). Aliran rantai pasok terdiri dari 3 yaitu sebagi berikut:

1. Aliran Produk

Aliran produk merupakan aliran barang yang bergerak dari hulu ke hilir meliputi proses pengiriman bahan baku ke perusahaan sampai proses pendistribusian produk ke tangan konsumen akhir. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurhuda *et al.* (2017) yang menyatakan bahwa aliran barang yaitu aliran produk dari hulu ke hilir seperti aliran bahan baku yang dikirim oleh petani ke perusahaan/pabrik, kemudian melalui proses produksi dan pendistribusian produk ke konsumen. Pola aliran produk dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Data Primer Penelitian (2022)

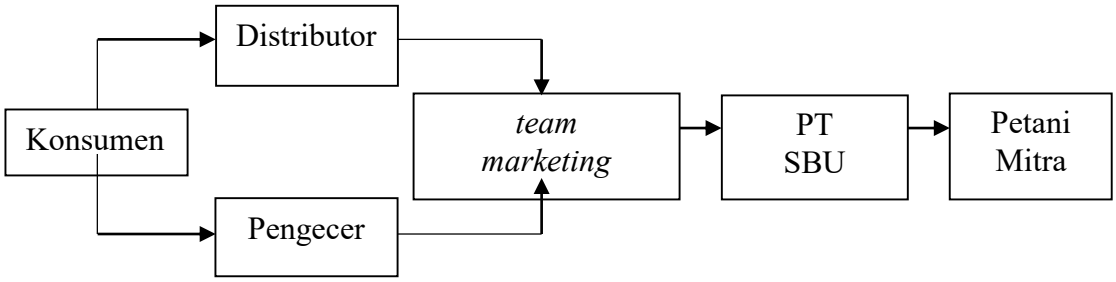
Gambar 1.
Pola Aliran Produk Benih Padi

Pola pemasaran benih padi terdiri atas 2 pola yaitu pola pertama dimulai dari PT SBU – Distributor – Konsumen, pola kedua yaitu dari PT SBU – Distributor – Pengecer – Konsumen. Pola pemasaran yang diterapkan dilaksanakan secara tidak langsung yaitu melalui perantara berupa distributor dan pengecer. Hal ini sesuai dengan Ma'ruf (2005) bahwa kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan melibatkan perantara dalam proses distribusi produk disebut sebagai saluran distribusi tidak langsung. Jumlah produk benih padi yang didistribusikan yaitu sebanyak 4.633,66 ton yang terperinci yaitu untuk pola 1 sebanyak 863,29 ton, pola 2 sebanyak 3.770,38 ton. Berdasarkan data jumlah produk yang didistribusikan pada Tahun 2021 maka tidak ada produk sisa dikarenakan produk yang didistribusikan sudah ditambah dengan sisa

Tahun 2020 yaitu sebanyak 1.211,77 ton. Hal ini dapat diketahui dari data produksi Tahun 2021 hanya sebanyak 3.421,87 ton, sedangkan produk benih padi yang terjual sebanyak 4.633,66 ton sehingga aliran produk pada PT Saprotan Benih Utama sudah dapat dikatakan baik.

2. Aliran Keuangan

Aliran keuangan adalah aliran pembayaran suatu produk yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam rantai pasok dari hilir ke hulu atau sebaliknya. Hal ini sesuai dengan Nurhuda *et al*. (2017) bahwa aliran finansial merupakan aliran keuangan dari hilir ke hulu atau sebaliknya misalnya sistem pembayaran yang dilakukan oleh pihak yang terlibat (distributor dan pengecer) dalam rantai pasok baik secara tunai (*cash*) maupun kredit (angsuran). Pola aliran keuangan dapat digambarkan sebagai berikut:



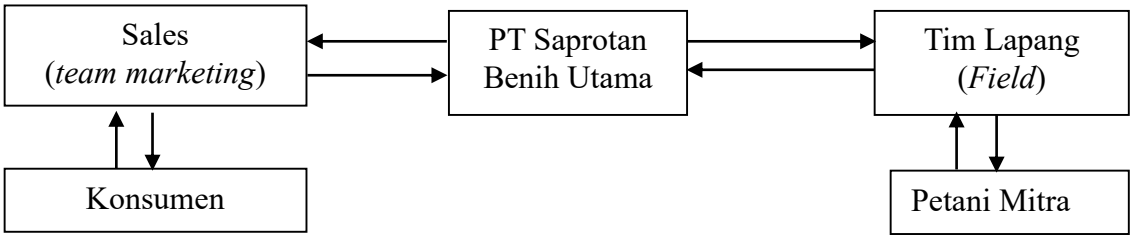
Sumber: Data Primer Penelitian (2022)

Gambar 2.
Pola Aliran Finansial

Pola aliran keuangan pada PT SBU terdiri dari 2 pola yaitu pertama dari PT SBU menuju ke petani mitra terkait pembayaran bahan baku. Pola pertama ini kurang berjalan dengan lancar dikarenakan terdapat keterlambatan pembayaran. Keterlambatan pembayaran ini biasanya dalam jangka waktu 3 – 10 hari dan dalam proses pembayaran pihak petani secara langsung datang ke perusahaan untuk menagih pembayaran dalam bentuk cash. Pola kedua yaitu aliran keuangan dari konsumen akhir menuju PT SBU. Mekanisme pembayaran melalui *team marketing* dengan cara datang ke tempat distributor untuk menagih pembayaran baik cash maupun transfer. Kedua pola aliran keuangan ini berjalan dengan lancar dan dapat dikatakan baik dikarenakan tidak ada penundaan pembayaran (dengan jangka waktu antara 1 – 2 bulan). Kelancaran aliran keuangan sangat mendukung tercapainya rantai pasokan yang efektif. Hal ini sesuai dengan Furqon (2014) bahwa keefektifan suatu rantai pasokan sangat ditentukan oleh kelancaran aliran keuangan, semakin efektif rantai pasokan, maka semakin besar pula produktivitas dan keuntungan yang diperoleh perusahaan.

3. Aliran Informasi

Pola aliran informasi pada sebuah rantai pasokan sangat menentukan keefektifan rantai pasok, hal ini dikarenakan aliran informasi berhubungan secara langsung terhadap perbaikan produk. Hal ini sesuai dengan pendapat Nurhuda *et al.* (2017) bahwa aliran informasi mempengaruhi keefektifan rantai pasokan sehingga secara langsung berkaitan terhadap perbaikan kualitas dan kuantitas produk. Pola aliran informasi dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Data Primer Penelitian (2022)
Gambar 3.
Pola Aliran Informasi

Pola aliran informasi pada PT SBU terdiri dari 2 arah yaitu arah pertama dari PT SBU menuju petani mitra melalui tim lapang perusahaan dan arah kedua dari PT SBU ke konsumen melalui *team marketing*. Arah pertama, tim lapang memberikan pengawalan dari awal tanam sampai panen, sedangkan untuk arah kedua semua kegiatan yang berhubungan dengan pembelian dilakukan melalui *team marketing*. Kedua arah aliran informasi ini terjadi komunikasi dua arah yang saling menguntungkan. Hal ini sesuai dengan Ma'ruf (2005) bahwa komunikasi dua arah merupakan komunikasi lengkap yang terjadi diantara pengirim ke penerima dan penerima ke pengirim sehingga menguntungkan kedua belah pihak. Pola aliran informasi ini sudah berjalan dengan cukup lancar, tetapi masih terdapat kendala dibagian aliran informasi ke petani mitra dikarenakan banyak petani yang kurang memperhatikan arahan dari perusahaan.

Pengukuran Performa Rantai Pasok Benih Padi

Hasil pengukuran efisiensi kinerja rantai pasok dapat dijabarkan pada Tabel 2.

Tabel 2.
Hasil Pengukuran Efisiensi Kinerja Rantai pasok

No	Atribut	Kinerja	Bobot	Skor	Penilaian Kinerja
1.	*Reliability*	Pemenuhan pesanan	0,22	95	20,48
		Kinerja pengiriman	0,02	80	1,94
		Kesesuaian dengan standar	0,02	80	1,71
		Tingkat pengembalian produk	0,20	30	6,07
		Waktu pengembalian produk	0,12	62	7,74
2.	*Responsiveness*	Siklus pemenuhan pesanan	0,09	100	8,91
		Lead time pemenuhan pesanan	0,12	100	11,70
3.	*Flexibility*	Fleksibitas pasokan	0,01	80	0,81
4.	*Cost*	Biaya *supply chain* manajemen	0,01	70	0,93
5.	*Asset*	Siklus *cash to cash*	0,16	77	12,60
		Persediaan Harian	0,02	95	1,73
				Total	74,63

Sumber: Data Primer Penelitian (2022)

Penerapan masing – masing indikator kinerja di PT SBU sudah dapat dikatakan bagus dikarenakan dari masing – masing indikator kinerja sudah berada dalam kisaran 70 – 90%. Hasil pengukuran kinerja rantai pasok benih padi adalah sebesar 74,63% yang berarti bahwa kinerja dari manajemen rantai pasok di PT SBU dapat dikategorikan *good*. Hal ini sesuai dengan

pendapat Rakhman *et al.* (2018) menyatakan bahwa kinerja rantai pasok termasuk kategori *good*, jika memiliki nilai monitoring sebesar 70 – 90%.

Hasil pembobotan AHP menunjukan bahwa prioritas pertama yaitu indikator pemenuhan pesanan dengan bobot sebesar 0,22, prioritas kedua indikator siklus pemenuhan pesanan sebesar 0,20. Prioritas ketiga yaitu tingkat pemenuhan pesanan sebesar 0,16, prioritas keempat yaitu indikator *lead time* pemenuhan pesanan dan indikator biaya *supply chain* manajemen sebesar 0,12, prioritas kelima yaitu indikator fleksibilitas rantai pasok sebesar 0,09. Prioritas keenam yaitu indikator kinerja pengiriman, kesesuaian dengan standar dan waktu pengembalian produk sebesar 0,02, dan prioritas ketujuh yaitu indikator siklus *cash to cash* dan persediaan harian sebesar 0,01. Menurut Luthfiana dan Perdana (2012) menyatakan bahwa fungsi dari pembobotan menggunakan AHP adalah untuk memecahkan persoalan dengan cara menyusun hierarki, kemudian dapat diketahui prioritas kinerja dari yang lebih tinggi ke lebih rendah baru dapat diambil keputusan.

Perhitungan margin dan efisiensi pemasaran menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai margin dan efisiensi pemasaran baik pada pola 1 maupun pola 2. Nilai margin pemasaran pola 1 yaitu Rp 5.000,00, Rp 6.500,00, Rp 7.000,00, Rp 8.500,00, dan Rp 7.500,00. Sedangkan pola 2 yaitu Rp 9.000,00, Rp 9.000,00, Rp 8.500,00, Rp 8.000,00, dan Rp 8.000,00. Hal ini dikarenakan pada pola 1, lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit dan saluran pemasarannya lebih pendek. Sedangkan pada pola 2, nilai margin pemasaran lebih besar dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat lebih banyak dan saluran pemasaran jauh lebih Panjang. Hal ini sesuai dengan pendapat Lirphandari dan Dwiastuti (2018) menyatakan bahwa nilai margin pemasaran pada setiap saluran berbeda – beda, hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam perusahaan. Semakin kecilnya nilai efisiensi pemasaran disebabkan karena semakin panjangnya saluran pemasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat Muhdiar *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar nilai margin pemasaran dan secara langsung berhubungan terhadap semakin kecilnya nilai efisiensi. Semakin kecil nilai efisiensi pemasaran maka semakin rendah pula keuntungan yang diterima perusahaan.

Nilai efisiensi pemasaran yang diperoleh juga berbeda antara pola 1 dan pola 2. Nilai efisiensi pemasaran pola 1 yaitu 92%, 90%, 89%, 87%, dan 89%. Sedangkan pola 2 yaitu 86%, 86%, 87%, 88%, dan 88%. Perbedaan nilai ini disebabkan oleh perbedaan nilai margin pemasaran dari setiap pola dan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat. Semakin besar nilai margin pemasaran maka semakin tidak efisien saluran pemasaran. Sedangkan jika nilai margin pemasaran kecil maka saluran pemasaran jauh lebih efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat Koestiono dan Agil (2010) menyatakan bahwa nilai efisiensi pemasaran sangat tergantung dengan nilai margin pemasaran, semakin besar nilai margin pemasaran maka semakin kecil tingkat efisiensinya. Berdasarkan nilai efisiensi pemasaran dapat diketahui bahwa kinerja pemasaran tergolong efisien yaitu lebih dari 40%. Hal ini sesuai dengan Fadhullah *et al.* (2018) bahwa perusahaan dapat dikatakan efisien jika memiliki nilai efisiensi ≥40% sedangkan jika ≤40% maka perusahaan dikatakan tidak efisien.

Hasil uji *independent sample t – test* margin pemasaran dan efisiensi pemasran menunjukan bahwa terdapat perbedaan rata – rata signifikan antara nilai margin pemasaran pada pola 1 dengan pola 2. Hasil uji margin pemasaran yaitu nilai *sig. (2- tailed*) margin pemasaran pola 1 dan pola 2 yaitu sebesar 0,033 dan 0,048. Kemudian nilai T-hitung sebesar -2,579 dan nilai T-tabel sebesar 2,306. Hasil uji efisiensi pemasaran yaitu nilai *sig.(2-tailed)* sebesar 0,037 dan 0,053. Kemudian nilai T-hitung sebesar 2,505 dan T-tabel sebesar 2,306 (T-hitung > T – tabel). Hasil tersebut menunjukan bahwa terdapat perbedaan rata – rata signifikan antara nilai margin pemasaran dan efisiensi pemasaran pada pola 1 dan pola 2. Berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa nilai margin pemasaraan pada pola 1 lebih kecil dibandingkan dengan pola 2. Sedangkan

nilai efisiensi pemasaran lebih besar pada pola 1 dibandingkan pola 2. Nilai margin pemasaran pada pola 1 lebih kecil dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit sehingga menunjukkan efisiensi pemasaran lebih besar. Sedangkan pola 2 nilai margin pemasaran lebih besar dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat lebih banyak sehingga nilai efisiensi lebih kecil. Hal ini sesuai dengan pendapat Andi *et al.* (2018) yang menyatakan bahwa besar kecilnya nilai margin pemasaran disebabkan oleh banyak tidaknya lembaga pemasaran yang terlibat dan panjang tidaknya saluran pemasaran. Kemudian ketika nilai margin pemasaran kecil maka nilai efisiensinya jauh lebih besar dan sebaliknya. Semakin besar nilai efisiensi maka semakin baik pula kinerja dan produktivitas perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat Prayitno *et al.* (2013) yang menyatakan bahwa semakin besar nilai efisiensi, maka semakin efisien pula kinerja perusahaan sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen secara cepat dan tepat.

Kesimpulan

Manajemen rantai pasok benih padi lokal yang diterapkan di PT Saprotan Benih Utama sudah dilaksanakan dengan baik. Aliran rantai pasok benih padi baik aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi sudah dapat dikatakan baik. Hal ini terbukti dari kinerja perusahaan dalam penjualan produk benih padi sudah hampir mendekati target perusahaan. Nilai kinerja manajemen rantai pasok benih padi yang telah diterapkan di PT SBU termasuk dalam kategori *good* dengan atribut prioritas paling tinggi adalah *reliability* yaitu kriteria pemenuhan pesanan (PP). Berdasarkan analisis kedua yaitu perbandingan nilai margin pemasaran dan efisiensi pemasaran terdapat perbedaan signifikan baik pada pola pertama maupun pola kedua. Pola pertama lebih efisien dibandingkan pola kedua.

Berikut beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada perusahaan yaitu sebaiknya PT SBU dalam hal kemitraan dengan petani mitra lebih meningkatkan kegiatan pengawasan, kemudian kesepakatan tertulis antara kedua pihak lebih diperketat dan didetailkan kembali, kemudian sebaiknya PT SBU dalam penerapan manajemen rantai pasok lebih diperhatikan dan ditingkatkan kembali untuk kedepannya, walaupun secara keseluruhan sudah dapat dikatakan bagus tetapi berdasarkan indikator pengukuran kinerja rantai pasok terdapat satu indikator kinerja yang masih belum optimal yaitu terkait biaya rantai pasok yang dikeluarkan cukup besar serta sebaiknya PT SBU tidak hanya berfokus pada evaluasi pencapaian target saja, namun juga melaksanakan penilaian kinerja rantai pasok menggunakan atribut kinerja SCOR. Penilaian ini tidak harus menggunakan semua atribut dan semua indikator tetapi bisa diambil sebagian indikator yang telah saya buat seperti indikator pemenuhan pesanan, kinerja pengiriman, kesesuaian dengan standar, siklus pemenuhan pesanan dan tingkat pengembalian produk sehingga dapat digunakan untuk evaluasi dan perbaikan manajemen rantai pasok untuk kedepannya.

Terimakasih

Ucapan terimakasih diberikan kepada manajer dan seluruh karyawan PT SBU yang telah memfasilitasi dalam pelaksanaan penelitian sehingga penelitian ini berjalan dengan lancar.

Daftar Pustaka

Awaludin, A dan Hendra. 2018. Fungsi manajemen dalam pengadaan infrastruktur pertanian masyarakat di Desa Watatu Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Bonggala. J. Publication. **2** (1): 1 – 12.

Badrudin. 2013. Dasar – Dasar Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Fadhullah, A. D., T. Ekowati dan Mukson. 2018. Analisis rantai pasok (supply chain) kedelai di UD Adem Ayem Kecamatan Pulokulon Kabupaten Grobogan. J. Pendidikan Bisnis

dan Ekonomi. **4** (2): 1 – 10.

Furqon, C. 2014. Analisis manajemen dan kinerja rantai pasokan agribisnis buah stroberi di Kabupaten Bandung. J. Image. **3** (2): 109 - 126.

Hatta, M. 2012. Uji jarak tanam sistem legowo terhadap pertumbuhan dan hasil beberapa varietas padi pada metode SRI. J. Agrista. **16** (2): 87 – 93.

Koestiono, D dan A. Agil. 2010. Analisis efisiensi pemasaran jeruk manis (marketing efficiency analysis of sweet orange). J. Agrise. **10** (1): 26 – 38.

Lesilolo, M. K., J. Riry dan E. A. Matatula. 2013. Pengujian variabilitas dan vigor benih beberapa jenis tanaman yang beredar di pasaran Kota Ambon. J. Agrologia. **2** (1): 1 – 9.

Lirphandari, R. H dan R. Dwiastuti. 2018. Analisis kinerja pasar benih padi di Kabupaten Madiun. J. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. **2** (5): 412 – 423.

Luthfiana, A. C dan R. Perdana. 2012. Pengukuran performansi *supply chain* dengan pendekatan supply chain operation reference (SCOR) dan analytical hierarcy process (AHP). J. Manajemen dan Organisasi. **2** (3): 57 – 72.

Ma'ruf, H. 2005. Pemasaran Ritel. Jakarta: PT Gramedia Pusaka Utama.

Martono, R. V. 2020. Dasar – Dasar Manajemen Rantai Pasok. Jakarta: Bumi Aksara.

Muhdiar., S. Andi dan Halimah. 2018. Analisis margin pemasaran beras Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone (Studi Kasus di Desa Poliwali – Desa Kalibong – Desa Massenrenpulu). J. Pendidikan Teknologi Pertanian. *4* (0): 79 - 86.

Nurhuda, L., A. Setiawan dan D. R. Andriani. 2017. Analisis manajemen rantai pasok kentang (*Solanum tuberosum L.*) di Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang. J. Ekonomi Pertanian dan Agribisnis. **1** (2): 129 – 142.

Prasetyo, A. S dan T. P. G. Agustina. 2019. Implementasi manajemen pelatihan guna meningkatkan kinerja karyawan di PT. Tunas Agro Persada, Demak. J. Agroland. **26** (3): 241 – 251.

Pratama, R. 2020. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish Publisher

Prayitno, A. B., A. I. Hasyim dan S. Situmorang. 2013. Efisiensi pemasaran cabai merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. J. Ilmu – Ilmu Agribisnis. 1 (1): 53 - 59.

Puspitasari, M. S. 2017. Analisis efisiensi penggunaan faktor produksi pada usahatani padi dengan menggunakan benih bersertifikat dan non sertifikat di Desa Air Satan Kecamatan Muara Beliti Kabupaten Musi Rawas. J. Societa. **6** (1): 46 – 56.

Rahim, A dan D. R. Hastuti. 2005. Sistem Manajemen Agribisnis. Makassar: State University of Makassar Press.

Rakhman, A., Machfud dan Y. Arkeman. 2018. Kinerja manajemen rantai pasok dengan menggunakan pendekatan metode supply chain operation reference (SCOR). J. Aplikasi Manajemen dan Bisnis. **4** (1): 106 – 118.

Saaty, T. L dan Vargas, I. G. 2012. Models, Methods, Concepts, & Application of the Analytical Hierarchy Process. New York: Springer Sciences & Business Media.

Sucahyowati, H. 2017. Pengantar Manajemen. Malang: Wilis.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Wheelen, T. L. dan J. D. Hunger. 2003. Manajemen Strategis. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Wijayanto, H. 2012. Pengantar Manajemen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI TUKAR PETANI TANAMAN HORTIKULTURA DI SULAWESI SELATAN

Ronal Gunawan Hamjaya[1], Didi Rukmana[2], Yopie Lumoindong[3]

[123]Program Studi Agribisnis, Universitas Hasanuddin

Penulis koresponden: Ronal Gunawan Hamjaya

Abstrak

Subsektor hortikultura telah berkontribusi secara nyata dalam mendukung perekonomian nasional maupun dalam penyerapan tenaga kerja. Peningkatan produksi tanaman hortikultura khususnya kacang panjang, cabai rawit, dan tomat di Provinsi Sulawesi Selatan tidak dapat menjadi ukuran jika petaninya juga tidak sejahtera. Hal ini dapat dilihat dimana perkembangan nilai tukar petani tanaman hortikultura cenderung fluktuatif setiap tahunnya. Salah satu indikator yang dapat mengukur tingkat kesejahteraan petani adalah nilai tukar petani (NTP). Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh luas lahan, jumlah produksi, harga komoditas kacang panjang, cabai rawit, dan tomat terhadap nilai tukar petani tanaman hortikultura Provinsi Sulawesi Selatan. Dalam upaya mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan metode studi pustaka. Salah satu cara untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi NTP yakni menggunakan metode regresi linear berganda. Kesimpulan dari penelitian ini, yaitu variabel luas panen, jumlah produksi, harga jual komoditas kacang panjang, cabai rawit, dan tomat secara simultan mempengaruhi nilai tukar petani tanaman hortikultura (NTPH). Kemudian pengujian variabel harga jual komoditas cabai rawit dan tomat secara parsial mempengaruhi NTPH. Saran yang dapat diberikan yaitu kepada pemerintah diharapkan dapat merancang kebijakan yang efektif guna mendorong semangat berusaha tani bagi petani.

Kata kunci: nilai tukar petani, hortikultura, kesejahteraan petani

Abstract

The horticulture sub-sector has contributed significantly in supporting the national economy as well as in the absorption of labor. Increased production of horticultural crops, especially long beans, cayenne pepper, and tomatoes in South Sulawesi Province cannot be a measure if the farmers are also not prosperous. It can be seen where the development of horticultural crop farmers' exchange rate tends to fluctuate every year. One indicator that can measure the level of farmer welfare is the farmer's exchange rate (NTP). The objectives to be achieved in this study are to analyze the effect of land area, production amount, commodity prices of long beans, cayenne pepper, and tomatoes on the exchange rate of farmers in the Horticultural Crops Subsector of South Sulawesi Province. In an effort to obtain the data needed for this research, data was collected by means of a literature study method. One way to test the factors that influence NTP is to use the multiple linear regression method. The conclusion of this research is that the variables of harvested area, amount of production, selling price of long beans, cayenne pepper, and tomatoes simultaneously affect the exchange rate of horticultural crops farmers (NTPH). Then the testing of the commodity selling price of cayenne pepper and tomato partially affects NTPH. Suggestions that can be given are that the government is expected to be able to design effective policies to encourage the spirit of farming for farmers

Keywords: farmer's exchange rate, horticulture, farmer welfare

Pendahuluan

Indonesia merupakan sebuah negara besar dengan total luas sebesar 5.193.250 km². Luas daratan Indonesia sendiri sebesar 1.919.440 km², sehingga hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara yang memiliki keanekaragaman sumberdaya hayati yang sangat tinggi. Indonesia juga dikenal sebagai negara agraris, julukan negara agraris sendiri melihat dari kondisi perekonomian Indonesia yang sangat mengandalkan sektor pertanian yang berasal dari komoditas pangan, hortikultura, perikanan, maupun perkebunan. Indonesia sebagai pemasok ekspor migas maupun nonmigas pada pasar dunia. Indonesia sebagai salah satu pemasok ekspor migas maupun nonmigas pada pasar dunia. Di Indonesia, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan memiliki kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto yaitu sekitar 13,14 persen pada tahun 2017 atau merupakan urutan kedua setelah sektor industri pengolahan. Peran sektor pertanian dalam perekonomian Indonesia sangat penting karena sektor tersebut mampu memberikan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar penduduk Indonesia tinggal di dan juga dapat memberikan manfaat bagi penduduk Indonesia (Raflesia et al., 2021)

Pembangunan di segala bidang merupakan arah dan tujuan kebijakan Pemerintah Indonesia. Mengingat bahwa sebagian besar penduduk Indonesia tinggal di daerah perdesaan dan penduduk perdesaan umumnya masih menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian, maka sangat diharapkan sektor pertanian ini dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan yang mampu meningkatkan pendapatan para petani dan mampu mengentaskan kemiskinan. Oleh karena itu, dalam setiap tahapan pertanian kegiatan pembangunan kesejahteraan petani selalu menjadi tujuan pembangunan pemerintah. Melalui berbagai kebijakan dan program pembangunan pertanian, Pemerintah telah berupaya meningkatkan produksi pertanian, menjaga stabilitas pangan pasokan, dan meningkatkan pendapatan/kesejahteraan petani (Syekh, 2020). Dengan perkataan lain arah dari pembangunan ekonomi adalah mengusahakan agar pendapatan masyarakat naik, disertai dengan tingkat pemerataan yang meningkat sebaik mungkin. Kegiatan utama disektor pertanian merupakan kegiatan budidaya yang dilakukan di wilayah pedesaan. Berkaitan dengan hal tersebut, fokus pembangunan dengan tujuan meningkatkan pendapatan petani menjadi sangat relevan dan strategis (BPS Sulsel, 2020b).

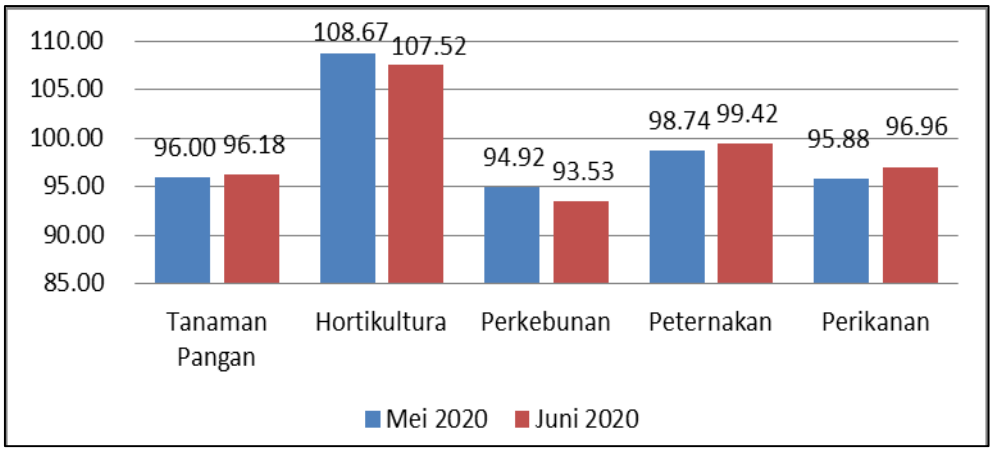
Sektor pertanian sebagai salah satu sektor ekonomi termasuk sektor yang sangat potensial dalam memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional maupun regional. Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, terutama dalam sumbangannya terhadap PDB, penyedia lapangan kerja dan penyediaan pangan dalam negeri. Selain itu, selama manusia masih membutuhkan hasil pertanian dalam kehidupannya dan hasil pertanian masih dibutuhkan sebagai bahan baku yang digunakan untuk sektor industri, maka usaha sektor pertanian akan terus berjalan (Albetris, 2019). Di Indonesia, pembangunan pertanian diarahkan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor dan pendapatan petani, memperluas kerja, serta mendorong pemerataan. Berkaitan dengan hal tersebut, fokus pembangunan dengan tujuan meningkatkan pendapatan petani menjadi sangat relevan. Kesejahteraan petani senantiasa menjadi tujuan pembangunan yang ingin dicapai dalam pembangunan pertanian tahunan (Rachmat, 2013).

Sektor pertanian merupakan sektor yang strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat, terutama dalam sumbangan terhadap PDB, penyedia lapangan kerja, dan penyediaan pangan dalam negeri. Sektor pertanian telah memberikan dampak positif bagi masyarakat, namun sektor pertanian masih belum mampu menjawab masalah kemiskinan di pedesaan. Produksi pertanian yang mengalami peningkatan yang signifikan ternyata tidak diiringi dengan kesejahteraan petani yang meningkat. Meskipun tercatat angka penduduk miskin di perdesaan mengalami penurunan, namun jumlah penduduk

miskin di perdesaan masih cukup besar. Kesejahteraan petani yang tidak meningkat disebabkan karena harga yang diterima petani dan harga yang dibayarkan konsumen masih rendah. Menurut Rusono (2013), banyak faktor yang akan mempengaruhi daya tawar para petani ini seperti pasar, kelembagaan, kualitas produk dan aspek lain dari kesetaraan kelembagaan. Sektor pertanian memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Dalam pembangunan nasional, sektor pertanian menjadi salah satu prioritas utama karena mayoritas penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian. Kesejahteraan petani dan pengentasan kemiskinan terutama di wilayah pedesaan menjadi fokus pembangunan pertanian karena sektor pertanian menjadi basis pertumbuhan ekonomi pedesaan (Kusumawarshani, 2017).

Subsektor hortikultura telah berkontribusi secara nyata dalam mendukung perekonomian nasional, baik dalam penyediaan produk pangan, kesehatan dan kosmetika, budaya dan pariwisata, perdagangan, penciptaan produk domestik bruto maupun dalam penyerapan tenaga kerja (BPS, 2020). Nilai tukar petani untuk subsektor tanaman hortikultura pada Bulan Juni 2020 mengalami penurunan sebesar 1,06 persen. Penurunan indeks yang diterima petani disebabkan turunnya indeks pada kelompok sayur-sayuran dan tanaman obat-obatan. Penurunan terbesar terjadi pada kelompok tanaman obat-obatan sebesar 2,13 persen. Pada indeks yang dibayar petani (ib) mengalami penurunan sebesar 0,05 persen (BPS, 2020). Nilai tukar petani tanaman hortikultura mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Nilai tukar petani tanaman hortikultura pada Bulan Oktober 2021 mengalami peningkatan, yaitu naik sebesar 1 persen. Indeks yang diterima petani (it) mengalami peningkatan sebesar 0,93 persen, dan indeks yang dibayar petani (ib) mengalami penurunan sebesar 0,07 persen. Pada Indeks yang dibayar petani (ib), penurunan terbesar disebabkan oleh turunnya Indeks Rumah Tangga, yaitu sebesar 0,17 persen (BPS Sulsel, 2021).

Untuk melihat keberhasilan pembangunan, selain data tentang pertumbuhan ekonomi juga diperlukan data pengukur tingkat kesejahteraan penduduk khususnya petani. Salah satu indikator proxy yang dapat mengukur tingkat kesejahteraan petani adalah nilai tukar petani. NTP merupakan rasio antara Indeks Harga yang Diterima oleh petani (It) dan Indeks Harga yang Dibayar oleh petani (Ib). It merupakan indikator tingkat pendapatan produsen petani, sedangkan Ib dari sisi kebutuhan petani baik untuk konsumsi maupun biaya produksi. Bila It atau Ib lebih besar dari 100, berarti It atau Ib lebih tinggi dibandingkan It atau Ib pada tahun dasar. NTP adalah pengukur kemampuan tukar produk pertanian yang dihasilkan petani dengan barang/jasa yang diperlukan untuk konsumsi rumah tangga dan keperluan dalam memproduksi produk pertanian. Secara konsep, NTP adalah pengukur kemampuan tukar produk pertanian yang dihasilkan petani dengan barang/jasa yang diperlukan untuk konsumsi rumah tangga dan keperluan dalam memproduksi produk pertanian (BPS Sulsel, 2020a).



Sumber: BPS (2020)

Gambar 1

Perkembangan Nilai Tukar Petani (NTP) Sulawesi Selatan Menurut Subsektor Mei-Juni 2020

Pada Gambar 1. dapat dilihat bahwa, dua dari lima subsektor mengalami penurunan nilai tukar petani (NTP), yaitu pada subsektor tanaman hortikultura dan subsektor tanaman perkebunan rakyat. Sedangkan subsektor lainnya mengalami peningkatan NTP, yaitu subsektor tanaman pangan, subsektor tanaman perkebunan rakyat, subsektor perikanan, dan subsektor peternakan. Penurunan nilai tukar petani terjadi pada subsektor tanaman hortikultura yakni sebesar 1,06. Hal ini mengindikasikan bahwa petani hortikultura di Sulawesi Selatan berada dalam kategori tidak sejahtera dibandingkan dengan subsektor pertanian lainnya. Pengetahuan mengenai faktor-faktor yang menentukan nilai tukar petani akan sangat berguna bagi perencanaan kebijakan pembangunan pertanian di masa yang akan datang. Walaupun terjadi peningkatan pada factor-faktor produksi tanaman hortikultura di Provinsi Sulawesi Selatan tidak dapat menjadi ukuran jika petaninya juga tidak sejahtera. Menurut Simatupang dan Maulana (2008) dalam Surbakti (2020)mengemukakan bahwa penanda kesejahteraan yang unik bagi rumah tangga tani praktis tidak ada, sehingga nilai tukar petani menjadi pilihan satu-satunya bagi pengamat pembangunan pertanian dalam menilai tingkat kesejahteraan petani.

Tabel 1

Perubahan It, Ib dan NTP Desember 2020 terhadap Desember 2019

Subsektor	Desember 2019			Desember 2020			Perubahan		
	It	Ib	NTP	It	Ib	NTP	It	Ib	NTP
Gabungan	99.79	103.12	96.77	102.79	105.37	97.56	3.01	2.18	0.82
Tanaman Pangan	97.74	102.87	95.02	100.82	105.18	95.85	3.15	2.25	0.87
Hortikultura	115.14	102.41	112.43	109.01	105.02	103.80	-5.32	2.55	-7.68
Perkebunan Rakyat	98.37	102.76	95.73	102.78	105.19	97.71	4.48	2.36	2.07
Peternakan	105.36	104.68	100.64	109.94	106.44	103.29	4.35	1.68	2.63
Perikanan	103.26	104.59	98.73	105.68	106.25	99.46	2.34	1.59	0.74
Perikanan Tangkap	102.69	103.42	99.29	109.02	105.19	103.64	6.16	1.71	4.38
Perikanan Budidaya	103.68	105.42	98.34	103.29	107.01	96.52	-0.38	1.51	-1.85

Sumber: BPS Sulsel (2020a)

Peningkatan produksi tanaman hortikultura di Provinsi Sulawesi Selatan tidak dapat menjadi ukuran jika petaninya juga sejahtera. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 dimana perkembangan nilai tukar petani tanaman hortikultura cenderung fluktuatif setiap tahunnya. Dimana angka ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan petani tanaman hortikultura di Sulawesi Selatan berada di kategori tidak sejahtera, yang ditunjukkan dengan perubahan nilai tukar petani ke arah negatif. Nilai tukar terhadap konsumsi rumah tangga, bibit, pupuk, obat-obatan, sewa lahan, transportasi, modal, serta upah akan berpengaruh terhadap nilai tukar petani (NTP) subsektor hortikultura.

Komoditas tanaman hortikultura yang digunakan dalam penelitian ini yakni kacang panjang, cabai rawit dan tomat, dimana ketiga komoditas tersebut merupakan komoditas yang memiliki dampak besar di Sulawesi Selatan. Peneliti memilih ketiga komoditas tersebut dengan alasan bahwa ketiga komoditas tersebut merupakan komoditas utama yang memiliki pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di Sulawesi Selatan, dimana ketiga komoditas ini selalu dimanfaatkan oleh masyarakat di Sulawesi Selatan, baik sebagai sayuran untuk dikonsumsi maupun digunakan sebagai peracik makanan. Selain itu, ketiga komoditas yang dipilih memiliki sejumlah manfaat bagi kesehatan. Adapun variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini yakni luas panen, jumlah produksi serta harga jual dari setiap komoditas kacang panjang, cabai rawit dan tomat di Sulawesi Selatan. Alasan pemilihan ketiga variabel tersebut baik luas panen, jumlah produksi maupun harga jual dikarenakan ketiga variabel tersebut merupakan penerimaan petani setiap bulan yang akan dianalisis pada penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan variabel terhadap nilai tukar petani tanaman hortikultura di Sulawesi Selatan, pada akhirnya akan berdampak secara langsung terhadap kesejahteraan petani.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar petani tanaman hortikultura di Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar petani berupa luas lahan, jumlah produksi, dan harga komoditas dari tanaman kacang panjang, cabai rawit, dan tomat terhadap nilai tukar petani tanaman hortikultura Provinsi Sulawesi Selatan.

Rumusan Masalah

Dalam agribisnis, tersedianya lahan tanaman hortikultura seperti kacang panjang, cabai rawit, dan tomat yang telah ada seharusnya dapat memberikan peluang untuk menghasilkan produksi tanaman tersebut yang lebih besar lagi dengan pengelolaan tanaman yang tepat dan pengolahan yang tepat sehingga menghasilkan tanaman hortikultura dengan kualitas yang tinggi, dimana pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap pendapatan petani. Di satu sisi, harga jual yang tidak menentu yang juga turut berpengaruh kepada pendapatan petani yang tidak menentu. Berdasarkan hal tersebut, salah satu indikator yang dapat mengukur tingkat kesejahteraan petani adalah nilai tukar petani (NTP). Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi nilai tukar petani tanaman hortikultura dan bagaimana pengaruh luas lahan, jumlah produksi, dan harga komoditas kacang panjang, cabai rawit, dan tomat terhadap nilai tukar petani tanaman hortikultura di Provinsi Sulawesi Selatan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dijabarkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tukar petani berupa luas lahan, jumlah produksi, dan harga komoditas dari tanaman kacang panjang, cabai rawit, dan tomat terhadap nilai tukar petani tanaman hortikultura Provinsi Sulawesi Selatan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari-Mei 2022. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*), yaitu dengan sengaja karena alasan-alasan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Bahwa lokasi penelitian ini merupakan wilayah yang sama dengan domisili peneliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriktif kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Dalam upaya mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data dengan cara melakukan studi pustaka. Metode studi pustaka (*library research*) dan dokumentasi sebagai metode utama dalam penelitian. Jenis data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk data berkala (*time series*) dari tahun 2018-2020 dengan objek penelitian yaitu data nilai tukar petani (NTP), indeks harga yang diterima petani. Sumber data diperoleh dari Badan Pusat Statistik, baik nasional maupun regional. Juga melalui Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Sulawesi Selatan, website resmi Kementerian Pertanian dan literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Menurut Zed (2014), Studi pustaka atau kepustakaan dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Dari angka yang diperoleh akan dianalisis lebih lanjut dalam analisis data. Seperti yang dikemukakan Sugiyono (2013) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengaju hipotensis yang telah ditetapkan. Dan adapula sumber data yang digunakan yakni data sekunder.

Secara konsepsi NTP mengukur daya tukar dari komoditas pertanian yang dihasilkan petani terhadap produk yang dibeli petani untuk keperluan konsumsi dan keperluan dalam memproduksi usahatani. Menurut (Bantilan et al., 2017), NTP dapat digunakan sebagai: (1) alat kesejahteraan petani, (2) daya beli petani, (3) penentu harga diterima dan penentu harga yang dibayar petani. Nilai tukar petani (NTP) didefinisikan sebagai rasio antara harga yang diterima petani (HT) dengan harga yang dibayar petani (HB) atau NTP = HT/HB. Pengukuran NTP dinyatakan dalam bentuk indeks sebagai berikut:

$$NTP = \frac{IT}{IB} \qquad (1)$$

dimana:
NTP = Nilai Tukar Petani
IT = Indeks harga yang diterima petani
IB = Indeks harga yang dibayar petani.

Untuk menjawab rumusan masalah, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif, yaitu terdapat pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi luas lahan, jumlah produksi, harga komoditas komoditas kacang panjang, cabai rawit, dan tomat terhadap nilai tukar petani yang dianalisis dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Secara sistematis model tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha_0 + A_1X_1 + A_2X_2 + A_3X_3 + A_4X_4 + A_5X_5 + A_6X_6 + A_7X_7 + A_8X_8 + A_9X_9 + e \qquad (2)$$

Keterangan:
Y = Nilai Tukar Petani Subsektor Tanaman Hortikultura
α = Konstanta
A1-A5 = Koefisien Regresi
X1 = Luas Panen Tanaman Kacang Panjang (Ha)

X2 = Luas Panen Tanaman Cabai Rawit (Ha)
X3 = Luas Panen Tanaman Tomat (Ha)
X4 = Jumlah Produksi Tanaman Kacang Panjang (Ton)
X5 = Jumlah Produksi Tanaman Cabai Rawit (Ton)
X6 = Jumlah Produksi Tanaman Tomat (Ton)
X7 = Harga Komoditas Tanaman Kacang Panjang (Rp/Kg)
X8 = Harga Komoditas Tanaman Cabai Rawit (Rp/Kg)
X9 = Harga Komoditas Tanaman Tomat (Rp/Kg)
e = Error

Hasil dan Pembahasan

Analisis data dilakukan setalah semua data yang dibutuhkan terkumpul yang kemudian dimasukkan ke dalam Microsoft excel dan selanjutnya akan diolah menggunakan perangkat lunak atau aplikasi SPSS 25. Berikut merupakan hasil analisa data terhadap kelima variabel yang diolah dalam aplikasi yaitu luas panen, jumlah produksi, harga jual tanaman hortikultura Sulawesi Selatan.

Tabel 2
Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	70.294	14.257		4.931	.000
	Luas KCG (X1)	.119	.324	.076	.366	.717
	Luas CR (X2)	.217	.123	.227	1.764	.090
	Luas TMT (X3)	.308	.228	.252	1.351	.189
	Produksi KCG (X4)	.123	.115	.222	1.070	.295
	Produksi CR (X5)	.038	.057	.081	.658	.517
	Produksi TMT (X6)	.041	.044	.190	.932	.361
	Harga KCG (X7)	.090	.138	.092	.654	.519
	Harga CR (X8)	.061	.024	.374	2.564	.017
	Harga TMT (X9)	.094	.030	.461	3.164	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS Versi 25.0, diolah tahun 2022

Analisis regresi linear berganda adalah model analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan secara linear antara variabel independen yaitu luas panen, jumlah produksi, harga jual komoditas kacang panjang, cabai rawit, dan tomat dengan variabel dependen, yaitu nilai tukar petani tanaman hortikultura. Berdasarkan hasil perhitungan (Lihat Tabel 4), diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Y = 70,294 + 0,119X1 + 0,217X2 + 0,308X3 + 0,123X4 + 0,038X5 + 0,041X6 + 0,090X7 + 0,061X8 + 0,094X9

Adapun uraian masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang diperoleh dari perhitungan analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Pengaruh luas panen tanaman kacang panjang (X1) terhadap nilai tukar petani subsektor tanaman hortikultura (NTPH)**.** Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel luas panen dengan

nilai koefisien regresi sebesar 0,119 menunjukkan bahwa setiap kenaikan luas panen sebesar satu hektar akan menyebabkan kenaikan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) Sulawesi Selatan sebesar 0,119%. Hal ini berarti bahwa jika luas panen mengalami kenaikan maka NTPH juga akan mengalami peningkatan dan sebaliknya, jika luas panen mengalami penurunan maka NTPH akan mengalami penurunan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis dan teori yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah luas lahan akan meningkatkan nilai tukar petani suatu komoditi. Hasil penelitian ini didukung pula oleh pernyataan Dionita & Utama (2015), seluruh aktifitas manusia dalam mencukupi kebutuhan hidup membutuhkan ruang sehingga ketersediaan lahan berpengaruh besar terhadap manusia dan daya dukung lahan merupakan penggunaan tanah dan data populasi yang sistematis maka semakin luas lahan yang digunakan semakin besar pula produksinya dan begitu pula sebaliknya.

Pengaruh luas panen tanaman cabai rawit (X2) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel luas panen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,217 menunjukkan bahwa setiap kenaikan luas panen sebesar satu hektar akan menyebabkan kenaikan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) Sulawesi Selatan sebesar 0,217%. Hal ini berarti bahwa jika luas panen mengalami kenaikan maka NTPH juga akan mengalami peningkatan dan sebaliknya, jika luas panen mengalami penurunan maka NTPH akan mengalami penurunan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis dan teori yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah luas lahan akan meningkatkan nilai tukar petani suatu komoditi.

Pengaruh luas panen tanaman tomat (X3) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel luas panen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,308 menunjukkan bahwa setiap kenaikan luas panen sebesar satu hektar akan menyebabkan kenaikan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) Sulawesi Selatan sebesar 0,308%. Hal ini berarti bahwa jika luas panen mengalami kenaikan maka NTPH juga akan mengalami peningkatan dan sebaliknya, jika luas panen mengalami penurunan maka NTPH akan mengalami penurunan. Hasil ini sesuai dengan hipotesis dan teori yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah luas lahan akan meningkatkan nilai tukar petani suatu komoditi.

Pengaruh produksi tanaman kacang panjang (X4) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel jumlah produksi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,123 menunjukkan bahwa setiap kenaikan jumlah produksi sebesar satu ton akan menyebabkan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) mengalami peningkatan sekitar 0,123%. Hal ini berarti bahwa jika jumlah produksi mengalami kenaikan maka NTPH mengalami kenaikan dan sebaliknya. Hasil ini sesuai dengan hipotesis bahwa peningkatan jumlah produksi akan meningkatkan NTPH. Jumlah produksi yang meningkat mengindikasikan bahwa jumlah penerimaan yang diterima oleh petani juga akan meningkat, atau indeks harga yang diterima (It) semakin tinggi. Akibatnya penerimaan petani juga akan bertambah. Hal ini dapat menyebabkan petani mengalami surplus dan nilai tukar petani bergerak kearah positif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Fajri et al (2016)yang menyatakan bahwa produktivitas padi mempengaruhi fluktuasi nilai tukar petani karena berkaitan langsung dengan teknik budidaya usaha tani yang ditujukan untuk peningkatan volume produksi. Petani yang biasanya mengikuti pelatihan, penyuluhan dalam pertemuan kelompok tani dan didukung dengan adanya sarana produksi pertanian yang memadai cenderung mencapai volume produksi yang tinggi. Hal ini membuat potensi produksi akan memperbesar penerimaan usaha tani dan meningkatkan nilai tukar petani sehingga kesejahteraan petani padi juga meningkat.

Pengaruh produksi tanaman cabai rawit (X5) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel jumlah produksi dengan nilai

koefisien regresi sebesar 0,038 menunjukkan bahwa setiap kenaikan jumlah produksi sebesar satu ton akan menyebabkan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) mengalami peningkatan sekitar 0,038%. Hal ini berarti bahwa jika jumlah produksi mengalami kenaikan maka NTPH mengalami kenaikan dan sebaliknya. Hasil ini sesuai dengan hipotesis bahwa peningkatan jumlah produksi akan meningkatkan NTPH. Jumlah produksi yang meningkat mengindikasikan bahwa jumlah penerimaan yang diterima oleh petani juga akan meningkat, atau indeks harga yang diterima (It) semakin tinggi. Akibatnya penerimaan petani juga akan bertambah. Hal ini dapat menyebabkan petani mengalami surplus dan nilai tukar petani bergerak kearah positif.

Pengaruh produksi tanaman tomat (X6) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel jumlah produksi dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,041 menunjukkan bahwa setiap kenaikan jumlah produksi sebesar satu ton akan menyebabkan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) mengalami peningkatan sekitar 0,041%. Hal ini berarti bahwa jika jumlah produksi mengalami kenaikan maka NTPH mengalami kenaikan dan sebaliknya. Hasil ini sesuai dengan hipotesis bahwa peningkatan jumlah produksi akan meningkatkan NTPH. Jumlah produksi yang meningkat mengindikasikan bahwa jumlah penerimaan yang diterima oleh petani juga akan meningkat, atau indeks harga yang diterima (It) semakin tinggi. Akibatnya penerimaan petani juga akan bertambah. Hal ini dapat menyebabkan petani mengalami surplus dan nilai tukar petani bergerak kearah positif.

Pengaruh Harga Jual tanaman kacang panjang (X7) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel harga jual dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,090 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga jual sebesar satu rupiah akan menyebabkan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) mengalami peningkatan sekitar 0,090%. Hal ini berarti bahwa jika harga jual mengalami kenaikan maka NTPH juga akan mengalami kenaikan dan sebaliknya, jika harga jual mengalami penurunan maka NTPH akan mengalami penurunan. Harga jual komoditi hortikultura ditingkat produsen yang mengalami peningkatan berarti memberikan gambaran bahwa Indeks harga yang diterima petani (It) juga meningkat. Peningkatan harga jual ditingkat produsen akan meningkatkan Indeks yang diterima petani (It) yang menyebabkan penerimaan dan kesajahteraan petani juga akan bertambah.

Pengaruh Harga Jual tanaman cabai rawit (X8) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel harga jual dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,061 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga jual sebesar satu rupiah akan menyebabkan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) mengalami peningkatan sekitar 0,061%. Hal ini berarti bahwa jika harga jual mengalami kenaikan maka NTPH juga akan mengalami kenaikan dan sebaliknya, jika harga jual mengalami penurunan maka NTPH akan mengalami penurunan. Harga jual komoditi hortikultura ditingkat produsen yang mengalami peningkatan berarti memberikan gambaran bahwa Indeks harga yang diterima petani (It) juga meningkat. Peningkatan harga jual ditingkat produsen akan meningkatkan Indeks yang diterima petani (It) yang menyebabkan penerimaan dan kesajahteraan petani juga akan bertambah.

Pengaruh Harga Jual tanaman tomat (X9) terhadap nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH). Hasil pengujian diperoleh bahwa variabel harga jual dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,094 menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga jual sebesar satu rupiah akan menyebabkan nilai tukar petani Sub sektor tanaman hortikultura (NTPH) mengalami peningkatan sekitar 0,094%. Hal ini berarti bahwa jika harga jual mengalami kenaikan maka NTPH juga akan mengalami kenaikan dan sebaliknya, jika harga jual mengalami penurunan maka NTPH akan mengalami penurunan. Harga jual komoditi

hortikultura ditingkat produsen yang mengalami peningkatan berarti memberikan gambaran bahwa Indeks harga yang diterima petani (It) juga meningkat. Peningkatan harga jual ditingkat produsen akan meningkatkan Indeks yang diterima petani (It) yang menyebabkan penerimaan dan kesajahteraan petani juga akan bertambah.

Untuk itu, kebijakan pemerintah yang perlu dibenahi yakni distribusi barang harus dijamin kelancaran hingga ke perdesaan sehingga dapat menekan laju kenaikan barang konsumsi petani. Pemerintah juga sebaiknya dapat menjamin ketersediaan sarana produksi pertanian, khususnya benih dan pupuk, secara tepat guna membantu petani khususnya petani hortikultura agar mampu memproduksi secara maksimal. Serta pemerintah juga dapat memberikan bantuan sosial dan program padat karya juga perlu diarahkan untuk mendukung proses usahatani, sehingga selain membantu meningkatkan daya beli petani, juga dapat membantu biaya tenaga kerja usahatani yang persentasenya cukup besar. Pemerintah juga sebaiknya memberikan program-program serta pelatihan yang rutin kepada petani agar mampu berusahatani secara efisien agar berdampak positif pada kesejahteraan petani.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yakni variabel luas panen, jumlah produksi, harga jual komoditas kacang panjang, cabai rawit, dan tomat secara simultan mempengaruhi nilai tukar petani subsektor tanaman hortikultura (NTPH). Kemudian pengujian variabel harga jual komoditas cabai rawit dan tomat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai tukar petani subsektor tanaman hortikultura (NTPH). Variabel luas panen komoditas kacang panjang, cabai rawit serta tomat, jumlah produksi komoditas kacang panjang, cabai rawit serta tomat, dan harga jual komoditas kacang panjang tidak berpengaruh signifikan namun bernilai positif. Variabel harga jual komoditas cabai rawit dan tomat secara parsial berpengaruh signifikan dan bernilai positif.

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang dapat diberikan yaitu pertama tama kepada pemerintah diharapkan dapat merancang dan membuat program maupun kebijakan yang efektif guna mendorong semangat berusaha tani bagi petani agar tercipta motivasi untuk berusahatani sehingga dapat mengembangkan potensi pertanian. Kedua, kepada pemerintah daerah agar melakukan pengontrolan yang baik terutama di tingkat produsen tetap stabil sehingga akan menjaga tingkat penerimaan petani Ketiga, kepada petani diharapkan dapat memaksimalkan kegiatan budidaya dengan pemanfaatan sarana produksi yang tersedia secara efisien dan efektif.

Daftar Pustaka

Albetris, A. (2019). Kontribusi Sektor Pertanian dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Daerah Provinsi Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, *4*(1), 96. https://doi.org/10.33087/jmas.v4i1.76

Bantilan, N. K., Wahyuningsih, M. A., & Rauf, R. A. (2017). Improved Exchange Rate Farmers through Rice Falied Crop Intensification in Tolitoli, Indonesia. *Sustainable Agriculture Research*, *7*(1), 1. https://doi.org/10.5539/sar.v7n1p1

BPS. (2020). *Perkembangan Nilai Tukar Petani Bulan Juni 2020 Provinsi Sulawesi Selatan*. sulsel.bps.go.id

BPS Sulsel. (2020a). *Nilai Tukar Petani Provinsi Sulawesi Selatan 2020*. sulsel.bps.go.id

BPS Sulsel. (2020b). *Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Sulawesi Selatan Menurut Lapangan Usaha 2016-2020*. sulsel.bps.go.id

BPS Sulsel. (2021). *Perkembangan Nilai Tukar Petani Oktober 2021*.

Dionita, N. F. , & U. M. S., & Utama, M. S. (2015). *Pengaruh Produksi, Luas Lahan, Kurs Dollar Amerika Serikat Dan Iklim Terhadap Ekspor Kacang Mete Indonesia Beserta Daya Saingnya*. *4*(5), 349–366.

Kusumawarshani, C. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Tukar Petani Tanaman Pangan Di Pulau Jawa*. Universitas Diponegoro.

Rachmat, M. (2013). *Nilai Tukar Petani Konsep, Pengukuran dan Relevansinya sebagai Indikator Kesejahteraan Petani. Forum Penelitian Agro Ekonomi*. *31*(2), 111–122. https://doi.org/https://doi.org/10.21082/fae.v31n2.2013.111-122

Raflesia, S. P., Taufiqurrahman, Iriyani, S., & Lestarini, D. (2021). Agricultural commodity price forecasting using pso-rbf neural network for farmers exchange rate improvement in Indonesia. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Informatics*, *9*(3), 784–792. https://doi.org/10.52549/IJEEI.V9I3.2723

Romdhoni Fajri, M., Marwanti, S., & Rahayu, W. (2016). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI TUKAR PETANI SEBAGAI INDIKATOR KESEJAHTERAAN PETANI PADI DI KABUPATEN SRAGEN. *AGRISTA*, *4*, 85–94.

Rusono, A. S. dkk. (2013). *Analisis Nilai Tukar Petani (Ntp) Sebagai Bahan Penyusunan RPJMN Tahun 2015-2019*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Surbakti, S. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Tukar Petani Tanaman Pangan Di Provinsi Sumatera Utara. Skripsi. Medan. Universitas Sumatera Utara.* UNIVERSITAS SUMATERA UTARA.

Syekh, S. (2020). *The Role Of Human Resources In Determining Exchange Rate For Farmers Of Food Crops In East Tanjung Jabung Regency Jambi Province*. *1*(6). https://doi.org/10.31933/DIJEMSS

Zed, M. (2014). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI PURUN DENGAN APLIKASI BERLIAN PORTER DI KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

Muhammad Andri Zuliansyah[1], Dessy Adriani[2], Elisa Wildayana[2]

[1]Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis Universitas Sumatera Selatan

[2]Fakultas Pertanian Prodi Agribisnis Universitas Sriwijaya

Email: m.andri.zuliansyah@uss.ac.id

Abstrak

Agroindustri purun merupakan usaha yang banyak dilakukan oleh kaum perempuan. Purun menjadi komoditi lokal unggulan khas gambut. Kondisi sekarang ini bahwa lahan gambut purun yang semakin berkurang karena alihfungsi lahan menjadi lahan perkebunan. Oleh karena itu, purun perlu diperhatikan dengan berbagai kebijakan yang disusun dan dianalisis dengan menggunakan metode berlian porter. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengindentifikasi kondisi agroindsutri purun 2) menganalisis faktor-faktor yang berkaitan langsung dengan daya saing agroindustri purun, dan 3) menyusun rancangan strategi pengembangan usaha agroindustri purun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) faktor yang berkontribusi terhadap agroindustri purun adalah perkembangan perkebunan kelapa sawit dengan rata-rata 4.83, untuk kondisi saat ini dan pertumbuhan daya saing agroindustri purun adalah persaingan purun dengan kelapa sawit dengan rata-rata 4.97 dan untuk faktor peningkatan daya saing agroindustri purun adalah peningkatan invetasi dan modal dengan rata-rata 4.20. 2) faktor-faktor yang berkaitan langsung dengan daya saing agroindustri purun meliputi kondisi faktor dengan rata-rata 2.88, kondisi permintaan dengan rata-rata 2.32, strategi, struktur dan *rivalry* usaha dengan rata-rata 2.99, industri terkait dengan rata-rata 2.41, kebijakan pemerintah dengan rara-rata 2.81 dan faktor kontribusi dengan rata-rata 3.40. 3) rancangan strategi pengembangan usaha agroindustri purun dengan menggunakan analisis SWOT.

Kata kunci : Agroindustri, Purun, Berlian Porter

Abstract

The Agroindustry of purun is a business that is mostly carried out by women. Purun is a distinctive superior local commodity for peatlands. The current condition is that purun peatlands are decreasing due to land conversion into plantation land. Therefore, purun needs to be considered with various policies compiled and analyzed using the diamond porter method. This study aims 1) to identify the condition of purun agroindustry, 2) to analyze the factors that are directly related to the competitiveness of purun agroindustry, and 3) Develop a strategy for the development of purun agroindustry business. oil palm with an average of 4.83, for the current conditions and growth in the competitiveness of purun agroindustry is purebred competition with oil palm with an average of 4.97 and for factors increasing the competitiveness of purun agroindustry is an increase in investment and capital with an average of 4.20. 2) factors that are directly related to the competitiveness of purun agroindustry include the condition of factors with an average of 2.88, demand conditions with an average of 2.32, strategy, structure and business rivalry with an average of 2.99, industries related to the average average of 2.41, government policy with an average of 2.81 and a contribution factor with an average of 3.40. 3) the design of the strategy for developing the purun agroindustry business using SWOT analysis.

Keywords: Agroindustry, Purun, Berlian Porters

Pendahuluan

Sektor agroindustri menjadi sumber pendapatan sebagian besar penduduk serta dapat mengurangi permasalahan kemiskinan di Indonesia. Pembangunan sektor pertanian khususnya agroindustri diharapkan mampu berperan untuk menciptakan pasar bagi hasil-hasil pertanian melalui berbagai produk olahan. Salah satu bentuk agroindustri yang ada di Indonesia seperti agroindustri kerajinan yang masih berkembang di masing-masing daerah (Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesi, 2009). Keberagaman etnis yang kemudian menjadikan setiap daerah di negeri ini menjadi unik (Suprapto, 2019). Pengembangan industri kerajian masih potensial di berbagai daerah dengan ciri usaha yang bertumpu pada skala rumah tangga atau industri kecil dan menengah. Mengingat eratnya keterkaitan antara sektor pertanian dan sektor industri maka paradigma baru dalam pembangunan ekonomi yang berorientasi pada agroindustri merupakan strategi industrialisasi yang tepat (Pratiwi et al., 2017).

Berkaitan dengan pencegahan kebakaran lahan gambut, salah satunya agroindustri yang harus dikembangkan adalah agroindustri purun. Purun adalah salah satu tanaman yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan masih sering ditemui di lahan gambut. Musim hujan purun akan tumbuh bebas di lahan gambut, dan musim kemarau purun mudah terbakar akibat dari adanya reaksi gas metan yang terkandung didalam tanah gambut (Wianto et al., 2011). Purun dimanfaatkan sebagai bahan baku bagi pengarajin seperti tikar, topi, dompet, tas, wadah beras, wadah nasi dan lain sebagainya (Pangaribuan & Silaban, 2017). Selain dapat dimanfaatkan sebagai sumber perekonomian masyarakat seperti tikar purun, purun juga dapat digunakan sebagai bahan pupuk organik untuk meningkatkan kesuburan tanah di lahan gambut. Menurut (Yoesran et al., 2014) tanaman purun termasuk kelompok hasil hutan bukan kayu yang memiliki nilai ekonomis, karena merupakan salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat dibeberapa desa setempat. Sementara (Hakim & Agency, 2018) menyatakan bahwa Purun salah satu hasil kekayaan alam yang telah diubah secara manual menjadi produk kerajinan dan sangat potensial untuk terus dikembangkan dan produk anyaman purun memiliki ciri khas dan dapat digunakan dalam waktu yang lama (Royani, 2017).

Sejak zaman dahulu, masyarakat di wilayah Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI) telah memanfaatkan purun menjadi berbagai produk kerajinan anyaman, sebagian besar anyaman tikar purun. Kerajinan anyaman tikar purun telah dilakoni sejak dahulu atau secara turun menurun hingga sekarang, bahkan dari anak-anak sudah dilatih untuk membuat anyaman hingga usia lanjut. Menganyam tikar purun merupakan pekerjaan rutin bagi kaum perempuan dan sudah puluhan tahun dilakoni. Hampir 90 persen perempuan yang tinggal di Kecamatan Pedamaran bisa menganyam tikar purun (Wildayana, Adriani, et al., 2017b). Perkembangan era semakin berkembang, perkembangan usaha menganyam dan kreativitas produk belum menunjukkan perubahan yang beragam. Selama ini, anyaman tikar purun hadir berupa selembar tikar yang digunakan bagi konsumen dan belum dimodifikasi atau didiversifikasi dengan motif dan desain yang berbeda (Adriani, 2017). Menurut (Armanto et al., 2016) dan (Armanto et al., 2017) ditahun 1970-an masyarakat di Pedamaran (Kecamatan Pedamaran dan Pedamaran Timur) Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan memanfaatkan lahan gambut secara arif dan ramah lingkungan karena lahan gambut mampu menghasilkan purun sebagai sumber mata pencaharian, sehingga lahan gambut terhindar dari kebakaran.

Upaya dalam rangka mencegah terulangnya kejadian kebakaran lahan dan hutan di tahun 2015 sebagai komoditi lokal unggulan khas gambut, sudah saatnya perhatian diberikan pada komoditi purun. Oleh karenanya, usaha peningkatan daya saing komoditi purun di lahan gambut dimulai dengan pemahaman berbagai kondisi sosial dan ekonomi usaha purun yang telah ada dimasyarakat. Lalu, mengenai informasi alternatif dalam rangka mengembangkan peluang

usaha purun dan berdampak pada peningkatan pendapatan rumah tangga yang bermukim di wilayah lahan gambut (Adriani, 2017). Konsep *"zero waste"* atau pendekatan ramah lingkungan perlu diterapkan. Pemanfataan lahan gambut ramah lingkungan merupakan strategi pencegahan dan pemusnahan sumberdaya gambut (Wildayana, Adriani, et al., 2017a) dan (Wildayana, Armanto, et al., 2017).

Metode Berlian Porter (*Diamond Porter*) salah satu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis kondisi agroindustri purun saat ini. Model *Competitiveness Diamond* (daya saing berlian) menyatakan bahwa industri yang ada di suatu daerah unggul bukanlah dari kesesuaian sendiri tetapi merupakan kesuksesan kelompok dengan adanya keterkaitan antar perusahaan dan institusi yang mendukung. Berlian adalah sebuah sistem dimana komponen-komponennya saling menguntungkan dan menguatkan (Porter, 1990).

Metode Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Menang Raya di Kabupaten Ogan Komering Ilir. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Menang Raya merupakan salah satu sentra industri tikar purun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan melakukan observasi atau pengamatan secara menyeluruh untuk memperoleh fakta-fakta dari kondisi yang ada dilapangan dan mencari keterangan-keterangan secara aktual. Metode penarikan contoh dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Tujuan pertama dan kedua dengan menggunakan model berlian porter, responden diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai kondisi industri purun dan diberikan pilihan jawaban kualitatif. Jawaban kualitatif dikonversi ke dalam nilai-nilai dengan skala 1-5. 1 bernilai sangat rendah, 2 bernilai rendah, 3 bernilai sedang, 4 bernilai tinggi, 5 bernilai sangat tinggi atau pernyataan lainnya yang setara. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif seperti persentase, skor rata-rata (*mean*) dan standar deviasi (STDev) sehingga memudahkan dan memungkinkan perbandingan melalui penggunaan metode statistik untuk ilmu sosial. Kemudian untuk menyusun rancangan strategi pengembangan agroindustri purun di Kabupaten Ogan Komering Ilir dengan menggunakan analisis SWOT yang dapat menjadikan usaha agroindustri purun di Desa Menang Raya memiliki daya saing yang unggul dan mampu bersaing di pasar global.

Hasil dan Pembahasan

1. Kondisi Agroindustri Purun Sekarang

1.1. Faktor-Faktor yang berkontribusi terhadap Agroindustri Purun

Tabel 1.1. menujukkan bahwa hasil penelitian mengenai faktor yang berkontribusi terhadap agroindustri purun. Faktor yang paling berkontribusi sangat dikaitkan dengan perkembangan perkebunan kelapa sawit dengan skor rata-rata 4.83. Kontribusi yang dimaksud pertanyaan yang negatif artinya dengan adanya perkebunan kelapa sawit perkembangan agroindustri purun menurun dilihat dari bahan baku yang sudah semakin sulit didapat.

Tabel 1.1. Faktor-Faktor yang berkontribusi terhadap Agroindustri Purun di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Biaya produksi rendah	3.73	0.58
2	Kebijakan pemerintah terhadap iklim usaha yang kondusif	3.30	0.53
3	Akses terhadap pasar	3.30	0.53
4	Akses terhadap bahan baku	3.17	0.53
5	Perkembangan perkebunan kelapa sawit	4.83	0.65
6	Kepadatan penduduk	2.40	0.38
7	Stabilitas politik	2.07	0.58

1.2. Kondisi Saat ini dan Pertumbuhan Daya saing Agroindsutri Purun

Tabel 1.2. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai kondisi saat ini dan pertumbuhan daya saing agroindustri purun. Dimana persaingan purun dengan kelapa sawit yang memiliki skor rata-rata 4.97. Daya saing agroindustri purun mengalami penurunan dikarenakan lahan gambut purun yang sudah diambil oleh perusahaan kelapa sawit.

Tabel 1.2. Kondisi Saat ini dan Petumbuhan Daya saing Agroindustri Purun di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Pertumbuhan agroindustri purun saat ini	3.57	0.50
2	Tingkat daya saing agroindustri purun terhadap produk olahan sejenis	3.57	0.50
3	Persaingan purun dengan kelapa sawit	4.97	0.18

.

1.3. Faktor Peningkatan Daya saing Agroindustri Purun

Tabel 1.3. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai faktor peningkatan daya saing agroindustri purun. Hal yang paling penting bagi pengrajin untuk peningkatan daya saing agroindustri purun yaitu perlunya peningkatan investasi dan modal dimana memiliki skor rata-rata 4.20. Pengrajin sangat terbantu apabila banyak orang yang berinvestasi dan memberikan modal untuk usaha menganyam tikar purun ini.

Tabel 1.3. Faktor Peningkatan Daya saing Agroindustri Purun di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Peningkatan mutu sumber daya manusia	3.70	0.60
2	Peningkatan infrastruktur teknologi pengolahan	3.57	0.57
3	Peningkatan infrastruktur teknologi informasi	2.70	0.47
4	Peningkatan investasi dan modal	4.20	0.66
5	Kebijakan pemerintah	3.40	0.67

2. Faktor-Faktor yang Berkaitan Langsung dengan Kondisi Agroindustri Purun di Kecamatan Pedamaran

2.1. Kondisi Faktor

2.1.1. Kondisi Input

Tabel 2.1. menujukkan bahwa hasil penelitian mengenai kondisi input. Dari 4 pertanyaan terdapat 2 pertanyaan yang memiliki nilai skor rata-rata 2.93 yaitu ketersediaan sumber daya fisik dan faktor lokasi. Kondisi inilah yang berkaitan langsung dengan kondisi agroindustri purun.

Tabel 2.1. Kondisi Input di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Ketersediaan sumber daya fisik (bahan baku, mesin dan peralatan lain)	2.93	0.25
2	Ketersediaan pengetahuan (akan produk olahan)	2.57	0.63
3	Faktor lokasi	2.93	0.37
4	Ketersediaan infrastruktur	2.33	0.48

2.1.2. Kondisi Permodalan

Tabel 2.2. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai kondisi permodalan. Daya tawar agroindustri purun memiliki skor rata-rata 4.30. Pengrajin purun memiliki daya tawar purun yang tinggi dikarenakan sulit mendapatkan bahan baku rumput purun.

Tabel 2.2. Kondisi Permodalan di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Merangsang agroindustri purun	3.73	0.52
2	Mudah mendapatkan bantuan modal/pinjaman	1.97	0.41
3	Bunga modal/pinjaman kondusif	1.77	0.50
4	Dayatawar agroindustri purun	4.30	0.65

2.1.3. Kondisi Tenaga Kerja

Tabel 2.3. menujukkan bahwa hasil penelitian mengenai kondisi tenaga kerja. Ketersediaan tenaga kerja disana cukup tinggi yang memiliki skor rata-rata 4.27. Ketersediaan untuk menganyam tikar purun masih banyak di Kecamatan Pedamaran. Dimana, ibu-ibu yang sebagai ibu rumah tangga banyak menjadi pengrajin anyaman tikar purun.

Tabel. 2.3. Kondisi Tenaga Kerja di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Ketersediaan sumber daya manusia (dalam berbagai keahlian yang lengkap)	2.93	0.25
2	Upah dan gaji	3.57	0.50
3	Pendidikan	2.10	0.31
4	Keterampilan / pelatihan	2.20	0.41
5	Ketersediaan tenaga kerja	4.27	0.64

2.2. Kondisi Permintaan

Tabel 2.4. menujukkan bahwa hasil penelitian mengenai kondisi permintaan. Permintaan akan pelanggan memiliki skor rata-rata 3.73. Permintaan akan tikar purun masih banyak diminati oleh konsumen karena menjadi salah satu produk yang digemari oleh warga lokal maupun diluar daerah setempat.

Tabel 2.4. Kondisi Permintaan Agroindustri Purun di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Pelanggan yang '*demanding*'	3.73	0.69
2	Jumlah pelanggan lokal independen yang besar	2.60	0.72
3	Membangun hubungan panjang dengan pelanggan inti	2.30	0.53
4	Antisipasi pembeli lokal terhadap pasar lain	1.97	0.18
5	Peluang pasar ekspor	1.00	0.00

2.3. Strategi, Struktur dan '*Rivalry*' Usaha

2.3.1. Strategi

Tabel 2.5. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai strategi agroindsutri purun. Strategi yang harus dilakukan di Kecamatan Pedamaran yaitu dengan variasi produk yang beragam. Variasi produk memiliki skor rata-rata 3.60. Variasi produk yang dimiliki cukup beragam. Namun, perlunya diversifikasi akan produk dan pelatihan sehingga tikar purun mampu bersaing dengan produk lainnya.

Tabel 2.5. Strategi di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Inovasi dalam pemasaran	2.93	0.37
2	Strategi terhadap peningkatan konsumen	2.60	0.50
3	Peningkatan kualitas dan jenis produk	3.50	0.57
4	Penelitian pemasaran	1.73	0.45
5	Variasi produk	3.60	0.50
6	Iklan	1.00	0.00
7	Keterlibatan konsumen	1.63	0.56

2.3.2. Struktur

Tabel 2.6. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai struktur agroindustri purun. Banyak hambatan bagi usaha untuk masuk dalam industri yang memiliki skor rata-rata 4.40. Prosedur yang sulit dan banyak hambatan bila pengrajin ingin masuk ke dalam industri.

Tabel 2.6. Struktur di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Banyak pemain dalam agroindustri purun	4.10	0.31
2	Pangsa pasar dalam negeri	3.63	0.49
3	Persaingan dengan usaha lokal sejenis	3.53	0.57
4	Persaingan dengan produk import	3.27	0.78
5	Banyak hambatan bagi usaha untuk masuk dalam industri	4.40	0.50

2.3.3. *Rivalry* Usaha

Tabel 2.7. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai *rivalry* usaha agroindustri purun. Persaingan tikar purun yang memiliki skor rata-rata yang tinggi 3.43 pada kompetisi dalam kualitas. Kualitas merupakan tolak ukur konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk.

Tabel 2.7. *Rivalry* Usaha di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Kompetisi dalam biaya	3.37	0.49
2	Kompetisi dalam kualitas	3.43	0.50
3	Kompetisi domestik	3.27	0.52
4	Kompetisi dengan perusahaan asing	1.03	0.18

2.4. Industri Terkait dan Pendukung

Tabel 2.8. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai indsutri terkait dan pendukung agroindustri purun. Pemasok bahan baku memiliki skor rata-rata 3.43. Koordinasi ini penting dijaga karena pemasok dan pengrajin saling menguntungkan.

Tabel 2.8. Industri Terkait dan Pendukung di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Pemasok bahan baku	3.43	0.50
2	Koordinasi antara supplier dan usaha	3.13	0.51
3	*Cluster* industri pendukung	2.00	0.37
4	Bank/lembaga keuangan	1.90	0.40
5	Sekolah/Perguruan Tinggi	2.90	0.31
6	Lembaga Penelitian	1.37	0.49
7	NGO/LSM	2.20	0.48

2.5. Kebijakan Pemerintah

Tabel 2.9. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai kebijakan pemerintah. Persepsi pengrajin mengenai kebijakan pemerintah ini paling besar di kebijakan pemerintah mengenai agroindsutri purun memiliki skor rata-rata 3.73. Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah sekarang ini berupa regulasi belum dikeluarkannya peraturan pemerintah daerah.

Tabel 2.9. Kebijakan Pemerintah di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Kebijakan pemerintah mengenai tenaga kerja	3.00	0.64
2	Kebijakan pemerintah mengenai teknologi	2.90	0.61
3	Kebijakan pemerintah mengenai infrastruktur	2.90	0.61
4	Kebijakan pemerintah mengenai stimulus permintaan pasar	2.67	0.55
5	Kebijakan pemerintah mengenai agroindustri purun	3.73	0.52
6	Kebijakan pemerintah mengenai peraturan dan perlindungan komoditas dalam negeri	2.80	0.71
7	Kebijakan pemerintah mengenai perpajakan	1.67	0.61

2.6. Faktor Kontribusi

Tabel 2.10. menunjukkan bahwa hasil penelitian mengenai faktor kontribusi agroindustri purun. Faktor kontribusi yang paling banyak ada di tenaga kerja yang murah dan melimpah dengan skor rata-rata 4.37. Kondisi ini akan dijumpai di Kecamatan Pedamaran karena tenaga kerja khususnya perempuan masih berlimpah dan diupah murah dalam menganyam tikar purun.

Tabel 2.10. Faktor Kontribusi di Kecamatan Pedamaran, 2018

No	Atribut Pertanyaan	Mean	STDev
1	Dekat dengan ibu kota	3.93	0.25
2	Dekat dengan sumber daya bahan baku	3.30	0.47
3	Dekat dengan akses jalan tol	3.10	0.61
4	Dekat dengan pelabuhan dan bandar udara	1.00	0.00
5	Tenaga kerja yang murah dan melimpah	4.37	0.49
6	Iklim usaha yang baik	4.03	0.49
7	Lingkungan usaha yang kondusif	4.10	0.48

3. Rancangan Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Purun

Rancangan strategi pengembangan usaha agroindustri purun dengan menggunakan analisis SWOT. Matriks SWOT memiliki empat sel kemungkinan alternatif yang dapat digunakan untuk strategi pengembangan agroindustri purun terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal yang telah di kombinasi seperti strategi S-O (*Strengths-Oppurtunities*), strategi W-O (*Weaknesses-*

Oppurtunities), strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) dan strategi S-T (*Strengths-Threats*). Melalui identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal maka diperoleh kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) serta peluang (*Oppurtunities*)dan ancaman (*Threats*) dalam pemasaran anyaman tikar purun di Kecamatan Pedamaran.

Tabel 3.1. Matriks SWOT Pemasaran Tikar Purun di Kecamatan Pedamaran, 2018.

	Kekuatan (*Strengths*)	**Kelemahan (*Weaknesses*)**
	1) Pengalaman lama usaha menganyam 2) Keterampilan dan Ketelitian dalam menganyam 3) Tenaga kerja yang melimpah 4) Kualitas anyaman tikar 5) Saluran distribusi pendek 6) Harga yang terjangkau 7) Kontinyuitas produksi 8) Menggunakan peralatan yang masih tradisonal	1) Kurang inovasi dalam produk 2) Promosi atau iklan terbatas 3) Pangsa pasar masih rendah untuk produk selain tikar purun 4) Permodalan terbatas 5) Manajemen keuangan belum tersusun secara rapi 6) Waktu produksi yang cukup lama 7) Variasi produk masih sedikit 8) Belum menggunakan teknologi yang ada.
Peluang (*Opportunities*)	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**
1) Pelatihan dan pembinaan 2) Bantuan modal dengan subsidi bunga 3) *Event* pameran dan *showroom* produk 4) Perkembangan obyek wisata 5) Ketersediaan bahan baku melimpah 6) Relasi yang baik dengan pemasok 7) Adanya langganan pedagang 8) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi	1) Meningkatkan kualitas SDM bagi pengrajin dalam rangka meningkatkan daya saing produk, serta memperkuat jejaring permodalan, promosi, dan pelanggan. 2) Menjaga hubungan atau relasi yang baik dengan pemasok untuk menjamin kontinyuitas bahan baku purun.	1) Optimalisasi dalam penggunaan berbagai media upaya meningkatkan promosi. 2) Pemanfaatan fasilitas pemerintah untuk meningkatkan inovasi, permodalan, dan pemasaran.
Ancaman (*Threats*)	**Strategi S-T**	**Strategi W-T**
1) Alokasi anggaran terbatas 2) Kualitas bahan baku menurun 3) Fluktuasi harga bahan baku 4) Meningkatnya produk tikar plastik dan karpet	1) Meningkatkan efisiensi produk dan margin dengan menggunakan saluran distribusi yang pendek. 2) Menjaga kepercayaan konsumen dengan	1) Meningkatkan inovasi dan promosi produk dengan melihat perkembangan pasar serta meningkatkan alokasi waktu usaha. 2) Melakukan pencatatan

halus 5) Persaingan dari pengrajin sejenis	kualitas dan kontinyuitas produk melalui manajemen produksi yang lebih baik.	data produksi dan penguatan dana mandiri.

Kesimpulan

Kondisi agroindsutri purun di Kabupaten Ogan Komering Ilir dilihat dari: a) untuk faktor yang berkontribusi terhadap agroindustri purun adalah perkembangan perkebunan kelapa sawit dengan rata-rata sebesar 4.83, b) untuk kondisi saat ini dan pertumbuhan daya saing agroindustri purun adalah persaingan purun dengan elapa sawit dengan rata-rata sebesar 4.97, dan c) untuk faktor peningkatan daya saing agroindustri purun adalah peningkatan invetasi dan modal dengan rata-rata sebesar 4.20. Faktor-faktor yang berkaitan langsung dengan daya saing agroindustri purun dilihat dari: a) kondisi faktor dengan rata-rata sebesar 2.88 yang meliputi kondisi input dengan rata-rata sebesar 2.69, kondisi permodalan dengan rata-rata sebesar 2,94 dan kondisi tenaga kerja dengan rata-rata sebesar 3,01, b) kondisi permintaan dengan rata-rata sebesar 2.32, c) strategi, struktur dan rivalry usaha dengan rata-rata sebesar 2.99 yang meliputi strategi dengan rata-rata sebesar 2.43, struktur dengan rata-rata sebesar 1,63 dan *rivalry* usaha dengan rata-rata sebesar 2.77, d) industri terkait dengan rata-rata sebesar 2.41, e) kebijakan pemerintah dengan rara-rata sebesar 2.81 dan f) faktor kontribusi dengan rata-rata 3.40. Rancangan strategi pengembangan usaha agroindustri purun dengan menggunakan analisis SWOT sebagai berikut: a) Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*) dengan meningkatkan kualitas SDM pengrajin dalam rangka meningkatkan daya saing produk serta memperkuat jejaring permodalan, promosi, dan pelanggan serta menjaga hubungan baik dengan pemasok untuk menjamin kontinyuitas bahan baku. b) Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*) dengan mengoptimalisasi penggunaan berbagai media dalam meningkatkan promosi dan pemanfaatan fasilitas pemerintah untuk meningkatkan inovasi, permodalan, dan pemasaran. c) Strategi S-T (*Strengths-Threats*) dengan meningkatkan efisiensi produk dan margin dengan menggunakan saluran distribusi yang pendek dan menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk melalui manajemen produksi yang lebih baik. d) Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*) dengan meningkatkan inovasi dan promosi produk dengan melihat perkembangan pasar serta meningkatkan alokasi waktu pengusaha dan melakukan pencatatan data produksi dan penguatan dana mandiri.

Rekomendasi yang dapat diberikan bagi a) pengrajin anyaman tikar untuk meningkatkan pengetahuan, ketrampilan, ketelitian dan kreativitas dalam diversifikasi produk olahan purun serta kemampuan memanajemen usaha yang lebih baik dengan mengakses informasi terbaru mengenai industri kerajinan rumah tangga serta aktit mengikuti pembinaan dan pelatihan yang dilaksanakan pemerintah. b) Pemerintah Kabupaten Ogan Komering Ilir terus menggalakkan pembinaan dan pendampingan kepada UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam rangka meningkatkan semangat pengrajin untuk berkreasi dan berinovasi serta peningkatan kualitas produk dan diversifikasi produk.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mambantu dalam menyelesaikan penelitian ini

Daftar Pustaka

Adriani, D. et al. (2017). *Peningkatan Daya Saing Ekonomi Purun : Pelestarian Gambut Melalui Kearifan Lokal. Policy Brief. Laporan Kegiatan Konsorsium 'PETUAH' Perguruan Tinggi untuk Indonesia Hijau – MCA Indonesia. Jakarta.* 1–6.

Armanto, M. E., Wildayana, E., Imanudin, M. S., Junedi, H., & Zuhdi, M. (2017). Peat Sweet Land. *Journal of Wetlands Environmental Management*, *5*(2), 14.

Armanto, M. E., Wildayana, E., Junedi, H., & Zuhdi, M. (2016). *Managing Actual Problems of Peatsoils Associated with Soil Acidity*. *58*(3), 58–63. https://doi.org/10.22135/sje.2016.1.3.58-63

Hakim, S. S., & Agency, D. (2018). *Menganyam purun untuk kelestarian gambut*. *February*.

Pangaribuan, W., & Silaban, R. (2017). *Upaya Peningkatan Pendapatan Wanita Pengrajin Purun (Eleocharis Dulcis) Di Kecamatan Perbaungan*. *23*(2), 309–314.

Pratiwi, N. A., Harianto, H., & Daryanto, A. (2017). Peran Agroindustri Hulu dan Hilir Dalam Perekonomian dan Distribusi Pendapatan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, *14*(2), 127–137. https://doi.org/10.17358/jma.14.2.127

Porter M.E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press. Brooklyn, Massachuset.

Royani, M. ;. W. A. (2017). *Bentuk-Bentuk Geometris Pada Pola Kerajinan Anyaman Sebagai Kearifan Lokal Di Kabupaten Barito Kuala*. *3*(2), 105–112.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suprapto, W. (2019). Purun: Merajut Ekologi Dan Tradisi Di Kota Tikar Dalam Konteks Ips. *Jurnal PIPSI (Jurnal Pendidikan IPS Indonesia)*, *4*(2), 47. https://doi.org/10.26737/jpipsi.v4i2.1286

Wianto, T., Ishaq, I., Faisal, A. &, & A, H. (2011). Rekayasa Tumbuhan Purun Tikus (Eleocharis Dulcis) sebagai Substitusi Bahan Matrik Komposit Pada Pembuatan Papan Partikel. *Jurnal Fisika FLUX*, *8(2)*, 154–164.

Wildayana, E., Adriani, D., & Armanto, M. E. (2017a). Livelihoods , Household Income and Indigenous Technology in South Sumatra Wetlands. *Sriwijaya Journal of Environment*, *2*(1), 25–30.

Wildayana, E., Adriani, D., & Armanto, M. E. (2017b). *Pendekatan Bottom-Up Pengembangan Kerajinan Purun di Kawasan Lahan Gambut Bottom-Up Approach for Purun Handicraft Development on the Peatland Area*. 978–979.

Wildayana, E., Armanto, M. E., Imanudin, M. S., & Junedi, H. (2017). Characterizing and Analyzing Sonor System in South Sumatra Tidal Wetlands. *Journal of Wetlands Environmental Management*, *5*(2), 6. https://doi.org/10.20527/jwem.v5i2.109

Yoesran, M., Gunawansyah, & R, A. A. (2014). Usaha Peningkatan ProduktivitasTenaga Kerja dan Nilai Tambah Kerajinan Purun. *Jurnal Hutan Tropis*, *2*, 176–188.

ANALISIS EFISIENSI TEKNIS DAN EKONOMIS PENGGUNAAN FAKTOR-FAKTOR USAHATANI PADI DI DESA BURNEH, KECAMATAN BURNEH, KABUPATEN BANGKALAN

Khusnatul Khomsah[1], Istifadatul Kamilah[1], T. Zhila Sheintika Alfen[1], Genduk Suryawati[1], dan Kurnia Firdatus Zaifah[1]

[1]Agribisnis, Universitas Trunojoyo Madura

Email: husnatasya7@gmail.com

Abstrak

Penggunaan faktor produksi yang tidak efisien oleh petani padi di Desa Burneh, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan mempengaruhi kualitas dan kuantitas hasil panen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi teknis dan ekonomis pada penggunaan faktor usahatani padi di Desa Burneh, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Sampel penelitian yang dipakai adalah 60 responden dengan jenis data primer. Data kemudian dianalisis menggunakan pendekatan fungsi produksi Cobb Douglass dengan SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa benih dan luas lahan berpengaruh signifikan terhadap produksi dengan asumsi *cateris paribus*. Sedangkan pupuk phonska, pupuk urea, dan tenaga kerja tidak berpengaruh terhadap produksi. Dari persamaan *CobbDouglas* diperoleh nilai elastisitas 1.216>1 sehingga berada pada tahap *increasing return to scale*. Benih, tenaga kerja dan luas lahan memiliki nilai NPM>1 yang berarti belum mencapai efisiensi ekonomis, sedangkan pupuk phonska dan pupuk urea memiliki nilai NPM<1 yang berarti tidak efisien secaraekonomis.

Kata Kunci: Faktor Produksi, Efisiensi Teknis, Efisiensi Ekonomis.

Abstract

The use of inefficient production factors by rice farmers in Burneh Village, Burneh District, Bangkalan Regency affects the quality and quantity of the yields obtained. This study aims to analyze the technical and economic efficiency of the use of rice farming factors in Burneh Village, Burneh District, Bangkalan Regency. The research sample used was 60 respondents with primary data types. The data were then analyzed using the Cobb Douglass production function approach with SPSS 16.0. The results showed that seeds and land area partially had a significant effect on production with the assumption of cateris paribus, while phonska fertilizer, urea fertilizer, and labor partially had no effect on production. From the Cobb Douglas equation, the elasticity value is 1.216>1 so that it is at the stage of increasing return to scale. Seeds, labor and land area have NPM values> 1 which means that they have not achieved economic efficiency, while phonska fertilizers and urea fertilizers have NPM values < 1 which means that they have not achieved economic efficiency.

Keywords: Production Factors, Technical Efficiency, Economic Efficiency.

Pendahuluan

Beras menjadi bahan pangan utama bagi masyarakat Indonesia meskipun terdapat beberapa daerah di Indonesia yang mengkonsumsi makanan pokok lainnya. Hingga saat ini tingkat ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap konsumsi beras mencapai 95%(Junaedi et al., 2016). Berdasarkan hasil survey sosial ekonomis nasional 2012, rata-rata tingkat konsumsi beras perkapita dalam seminggu mencapai 1,673 kg, beras ketan mencapai 0,003kg dan tepung beras mencapai 0,005 kg(Fahmi & Hayati, 2020). Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk maka kebutuhanpangan di Indonesia seperti beras akan semakin meningkat. Namun, produksi padi pada tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 233,91 ribu ton atau 0,43 persen dibandingkan tahun 2020 (BPS, 2022a). Berdasarkan penurunan tersebut, maka perlu dilakukan suatu tindakan efisiensi yang dapat meningkatkan luas panen dan produktivitas tanaman padi.

Jawa Timur menjadi salah satu daerah yang berkontribusi besar terhadap ketersediaan padi di Indonesia. Namun penurunan produksi padi pada tahun 2021 juga dialami oleh JawaTimur(BPS, 2021). Penurunan ini juga dialami oleh beberapa kabupaten yang berkontribusi terhadap ketersediaan padi di Jawa Timur salah satunya Kabupaten Bangkalan yang pada tahun 2021 menjadi daerah penghasil padi tertinggi di Pulau Madura dari 4 kabupaten yang ada. Kabupaten Bangkalan memiliki luas panen sebesar 40.240,81 Ha dengan jumlah produksi padi sebesar 185.815,55 ton(BPS, 2022b). Sedangkan kecamatan yang memiliki luas panen tertinggi di Kabupaten Bangkalan pada tahun 2019 adalah Kecamatan Burneh dengan luas panen sebesar 5.421 Ha dan produktivitas sebesar 5,90 ton/Ha (BPS, 2020). Penurunan produksi padi salah satunya disebabkan karena menurunnya luas panen di beberapa wilayah. Apabila penurunan ini terjadi terus menerus akan mengakibatkantingkat permintaan berasakan sulit terpenuhi dan impian Indonesia untuk mencapai ketahanan pangan akan terhambat.

Efisiensi teknis merupakan kemampuan seorang petani dalam menghasilkan output yang maksimal dengan penggunaan sejumlah input tertentu. Petani dikatakan efisien secara teknis ketika output yang dihasilkan maksimal pada penggunaan input yang optimal. Pada efisiensi teknis melihat hubungan dari input dan output yang dihasilkan tanpa mempertimbangkan harga dari input maupun outputnya. Sedangkan efisiensi ekonomis menurut (Partini, 2018) merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara keuntungan dengan keuntungan maksimalnya. Efisiensi ini terjadi ketika nilai produk marginal (NPM) sama dengan harga pada setiap input yang digunakan.

Permasalahan utama yang terjadi pada usahatani padi di Desa Burneh adalah pengalokasian faktor-faktor produksi oleh petani yang tidak sesuai takaran dari anjuran penyuluh. Hal tersebut akan mempengaruhi efisiensi teknis yang berdampak pada kualitas dan kuantitas padi yang diperoleh. Hasilnya akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh petani. Selain itu permasalahan lain yang mempengaruhi efisiensi teknis pemberian pupuk ke usahatani padi tidak diberikan sesuai takaran baik dari segi jumlah maupun waktu. Pemberian pupuk secara berlebihan akan mengakibatkan tanaman keracunan, jika jumlah unsur hara melebihi kebutuhan tanaman (Nuryani et al., 2019). Pemberian pupuk harus diaplikasikan dengan tepat waktu. Menurut (Rajak et al., 2016)waktu pengaplikasian pupuk akan menentukan pertumbuhan tanaman karena kebutuhan unsur hara pada tanaman akan berbeda-beda dalam setiap tahap pertumbuhan dan perkembangannya. Sedangkan permasalahan ekonomis yang terjadi adalah rendahnya harga jual gabah kering panen (GKP) di tingkat petani. Selama bulan Mei 2022 harga GKP di tingkat petani rata-rata mencapai Rp 4.461 per kilogram atau mengalami kenaikan sebesar 2,12% (BPS, 2022a). Hal ini tidak sesuai dengan kondisi lapang, harga GKP di tingkat petani di Desa Burneh berkisar antara Rp 3.500 hingga Rp 4.000.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi efisiensi usahatani padi. (Souleymane,

2015) efisiensi usaha tani padi di Lembah Kou, Burkina Faso, Afrika Barat dipengaruhi secara negatif oleh pengalaman petani dan ukuran lahan pertaniannya. Artinya, semakin banyak pengalaman petani dan semakin luas lahan pertaniannya, maka alokasi sumberdaya dalam pertanian oleh petani akan menjadi tidak efisien. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Partini, 2018)di Kabupaten Indragiri Hilir, efisiensi usahatani padi dapat dicapai apabila luas lahan dan penggunaan pestisida ditambah, sedangkan penggunaan tenaga kerja dikurangi. Kurangnya insentif finansial pada usahatani padi dapat menyebabkan inefisiensi usahatani padi Pandan Wangi di Kecamatan Warung Kondang, Kabupaten Cianjur(Podesta & Rachmina, 2011).Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi teknis dan ekonomis pada penggunaan faktor usahatani padi di Desa Burneh, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Burneh, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa telah terjadi penurunan produktivitas padi di Desa Burneh, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani yang melakukan usahatani padi di Desa Burneh. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui sehingga penentuan jumlah sampel didasarkan pada Teori Roscoe(Sugiyono, 2013). Teori Roscoe menyatakan bahwa dalam penelitian yang melakukan analisis dengan multivariate (korelasi/ regresi berganda), jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel independen dan dependen yang diteliti. Berdasarkan teori tersebut, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 petani. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Snowball Sampling*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer diperoleh dari hasil wawancarasecara langsung dengan petani menggunakan kuisioner yang terstruktur. Kuisioner mencakup data tentang identitas petani, penggunaan faktor produksi, dan harga masing-masing faktor produksi yang digunakan oleh petani.

Sebelum dilakukan analisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 16.0, data akan terlebih dahulu diujimelalui uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji linieritas, uji heteroskedastisistas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi. (Nugraha, 2021)Uji liniaritas dilakukan dengan melihat apakah data yang akan digunakan dalam penelitian linier atau tidak, data yang dibutuhkan untuk regresi adalah data yang linier. (Nugraha, 2021)Regresi memerlukan data yang varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tidak memiliki pola tertentu, hal tersebut dapat dilakukan dengan uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot.* (Nugraha, 2021)Uji multikolinieritas menggunakan VIF (*varian inflation factor*) digunakan untuk melihat gejala multikolineritas atau korelasi antar variabel dalam data. Regresi memerlukan data yang terbebas dari gejala tersebut yakni nilai VIF< 10.Sedangkan uji autokorelasi menunjukkan bahwa data terbebas dari autokorelasi menggunakan kriteria pengujian -2 < nilai Durbin-Watson (DW) < 2 (Gujarati, 2010) atau $d < (4\text{-}d_L)$ (Mandei, 2011). Kriteria penilaian $d < (4\text{-}d_L)$ menunjukkan bahwa koefisien autokorelasi sama dengan nol, ini berarti tidak ada autokorelasi (Mandei, 2011).

Penelitian ini menggunakan pendekatan fungsi produksi *Cobb-Douglass* untuk mengetahui hubungan dari masing-masing faktor produksi terhadap hasil produksi padi, lalu dilanjutkan dengan menganalisis efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Fungsi produksi usahatani padi yang telah dispesifikasi dengan fungsi produksi *Cobb-Douglass* dapat diubah menjadi linier berganda sebagaimana bentuk persamaan berikut:

$LnY = Ln\beta_0 + \beta_1 LnX_1 + \beta_2 LnX_2 + \beta_3 LnX_3 + \beta_4 LnX_4 + \beta_5 LnX_5 + \varepsilon$ (1)

Dimana :

Y = Jumlah Produksi Padi (Kg)

X_1 = Benih (Kg)

X_2 = Pupuk Phonska (Kg)

X_3 = Pupuk Urea (Kg)

X_4 = Tenaga Kerja (HOK)

X_5 = Luas Lahan (Ha)

$\beta_1, \beta_2, \ldots \beta_5$ = KoefisienRegresi

Uji F dan uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan dan parsial(Mukhlis, 2017). Pengujian dilakukan dengan perbanding F-hitung dengan F-tabel, t-hitung dengan t-tabel, atau perbandingan nilai signifikansi dengan taraf kesalahan (α).

Efisiensi teknis dapat diketahui dengan menghitung nilai elastisitas produksi. Elastisitas produksi dalam analisis merupakan suatu konsep untuk mengukur tingkat perubahan output akibat penggunaan input. Elastisitas ini dapat diketahui melalui koefisien regresi. Elastisitas produksi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

$ET = EP = \beta_i$ (2)

Penggunaan faktor produksi dinyatakan efisien apabila elastisitas produksi berada diantara 0 dan 1 atau $1 > EP > 0$(Mandei, 2011).

Efisiensi harga diketahui dengan cara menyamakan antara nilai produk marjinal (NPM) setiap faktor produksi dengan harganya. Berikut adalah rumus untuk mengetahui efisiensi harga:

$$EH = \frac{NPM_x}{P_x} = \frac{P_y.PM_x}{P_y} = 1 \quad (3)$$

Dimana:

EH = tingkat efisiensi harga

NPM = nilai produksi marginal

PM_x = produk marginal input

P_y = harga output

P_x = harga input

$\frac{NPM_x}{P_x} = 1$ artinya penggunaan input X_i efisien.

$\frac{NPM_x}{P_x} > 1$ artinya penggunaan input X_i belum efisien.

$\frac{NPM_x}{P_x} < 1$ artinya penggunaan input X_1 tidak efisien.

Sedangkan rumus efisiensi ekonomis adalah sebagai berikut:

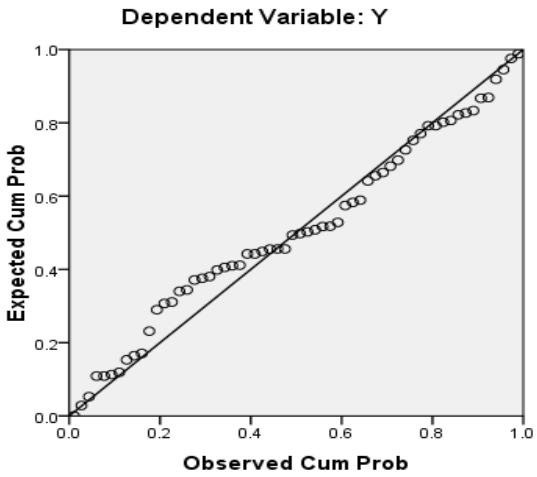
$EE = ET.EH$ (4)

Hasil dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Pada grafik hasil uji normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal. Hal tersebut menunjukkan bahawa data yang digunakan untuk penelitian memenuhi asumsi normalitas atau terdistribusi normal.



Sumber: data diolah (2022)

Gambar 1

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

b) Uji Multikolinearitas

Dari tabel 1, diketahui hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa fungsi produksi tidak mengindikasikan pelanggaran asumsi multikolinearitas karena nilai VIF dibawah 10. Pada data nilai tertinggi VIF hanya sebesar 6.387.

c) Uji Heteroskedastistas

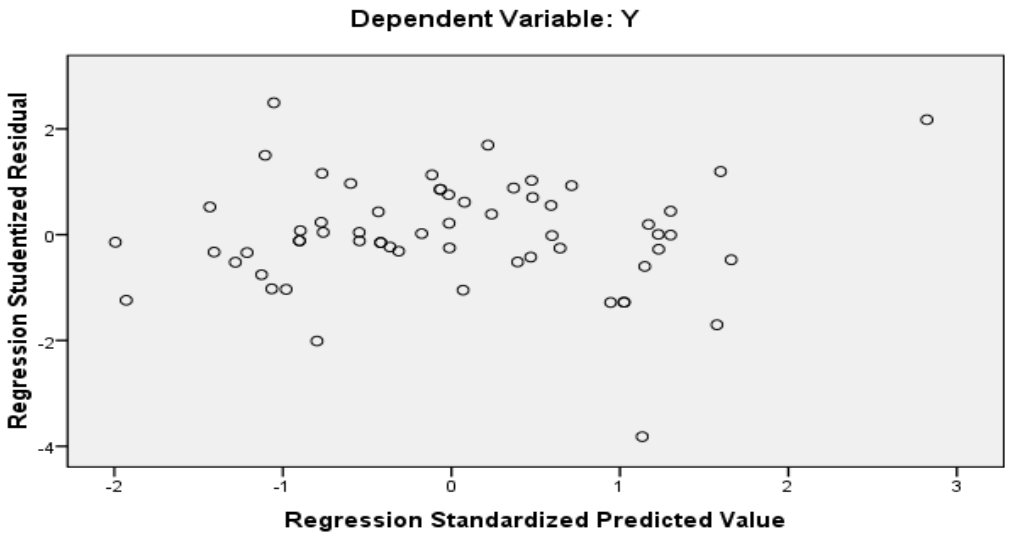
Berdasarkan gambar 2, hasil uji pada grafik scatter plot menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan tidak membentuk pola tertentu yang dimana bahwa penelitian ini tidak ada gejala heteroskedastistas.

Tabel 1

Tabel Nilai VIF

Variabel	Nilai VIF
Benih (X1)	3,048
Pupuk phonska (X2)	3,003
Pupuk urea (X3)	6,387
Tenaga kerja (X4)	6,027
Luas lahan (X5)	1,199

Sumber: data diolah (2022)



Sumber: data diolah (2022)
Gambar 2
Scatterplot

d) Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi menunjukkan bahwa -2 < nilai DW sebesar 1.244 < 2 yang berarti data terbebas dari autokorelasi. Selain itu, uji autokerelasi juga menunjukkan nilai d_L sebesar 1.41 yang berarti nilai DW sebesar 1.244 < (4-d_L) sebesar 2.59. Dengan demikian data menunjukkan koefisien auto korelasi sama dengan nol atau tidak ada autokorelasi.

Pengaruh Faktor Produksi pada Produksi Padi

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai bahwa nilai F_{hitung}= 25.915 lebih besarr dari nilai F_{tabel}= 2.38, atau nilai sig= 0.000 lebih kecil dari taraf kesalahan 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan faktor produksi yang digunakan yang terdiri dari benih (X_1), pupuk phonska (X_2), pupuk urea (X_3), tenaga kerja (X_4), dan luas lahan (X_5) berpengaruh nyata terhadap produksi padi di Desa Burneh.

Tabel 2
Tabel Hasil Uji F

F-hitung	F-tabel	Sig.
25.915	2.38	0.000

Sumber: data diolah (2022)

Tabel 3
Tabel Koefisien Regresi Faktor Produksi Padi

Variabel	Nilai
(Constant)	4.670
X_1	0.603
X_2	0.143
X_3	-0.273
X_4	0.307
X_5	0.436

Sumber: data diolah (2022)

Dari tabel 3, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$\text{Ln } Y = \text{Ln } 4.670 + 0.603 \text{ Ln } X_1 + 0.143 \text{ Ln } X_2 - 0.273 \text{ Ln } X_3 + 0.307 \text{ Ln } X_4 + 0.436 \text{ Ln } X_5$

Kemudian dari persamaan regresi tersebut akan ditransformasikan ke persamaan *Cobb Douglass* sebagai berikut:

$Y = 1.541 \; x \; X_1^{0.603} \; x \; X_2^{0.143} x \; X_3^{-0.273} \; x \; X_4^{0.307} \; x \; X_5^{0.436}$

Skala efisiensi suatu produksi dapat digunakan sebagai dasar pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensinya(Tung, 2013). Berdasarkan persamaan *Cobb Douglass* di atas, dapat diketahui elastisitas produksi ($\Sigma\beta$) adalah 1.216>1. Hal tersebut menunjukkan bahwa skala usahatani padi di Desa Burneh berada di tahap kenaikan hasil yang semakin meningkat (*increasing return to scale*). Hasil ini berbanding lurus dengan kondisi pertanian di Malaysia (Mailena et al., 2014) yang menyatakan bahwa rata-rata usahatani padi di Malaysia mengalami *increasing return to scale.* Kondisi ini menandakan bahwa kemungkinan menaikkan produksi dapat dilakukan dengan menambah faktor produksi. Artinya, setiap penambahan 1% setiap faktor produksi akan meningkatkan produksi sebesar 1.216% di Desa Burneh.

Tabel 4
Tabel Hasil Uji T

Faktor Produksi	t_{hitung}	$t_{tabel\ (0.05)}$	Elastistas Produksi
Benih (X_1)	4.725	2.004045	0.603
Pupuk Phonska(X_2)	1.122	2.004045	0.143
Pupuk Urea (X_3)	-1.505	2.004045	-0.273
Tenaga Kerja (X_4)	1.761	2.004045	0.307
Luas Lahan (X_5)	2.496	2.004045	0.436

Sumber: data diolah (2022)

Variabel benih memiliki t-hitung sebesar 4.725 lebih besar dari t-tabel sebesar 2.004045, artinya benih berpengaruh secara positif signifikan terhadap produksi padi di Desa Burneh. Setiap penambahan 1% benih, maka hasil produksi akan meningkat sebesar 0.603%. Penggunaan benih yang berkualitas akan mempengaruhi kualitas dan kuantitas padi yang dihasilkan(Yuliana

et al., 2017). Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan(Noer et al., 2018),(Mailena et al., 2014), (Miftachuddin, 2014), (Aziz et al., 2019), dan(Nafisah & Fauziyah, 2020). Hasil ini juga sedikit didukung oleh (Novia & Satriani, 2020) yang menyatakan bahwa benih berpengaruh signifikan terhadap produksi padi, namun memilki arah yang berbanding terbalik. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh(Dewi et al., 2012)dan (Rivanda et al., 2015) yang menyatakan bahwa benih tidak berpengaruh signifikan tehadap usahatani padi.

Luas lahan berpengaruh positif signifikan terhadap produksi padi di Desa Burneh. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-hitung variabel luas lahan yakni sebesar 2.496 lebih besar dari t-tabel yakni sebesar 2.004045. Artinya setiap penambahan 1% *cateris paribus* luas lahan akan terjadi peningkatan produksi padi di Desa Burneh sebesar 0.436. Hasil penelitian ini berbanding lurus dengan(Yoko et al., 2017), (Febrina et al., 2017), dan(Abas et al., 2018). Namun berbanding tebalik dengan (Wilujeng & Fauziyah, 2021) dan (Kaban et al., 2012) yang menyatakan bahwa luas lahan tidak berpengaruh signifikan terhadap usahatani padi.

Pupuk urea, pupuk phonska, dan tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap produksi padi di Desa Burneh. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai t-hitung ketiga variabel tersebut lebih kecil dengan t-tabel. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan (Taraka et al., 2012) dan(Miftachuddin, 2014). Dalam penelitian yang dilakukan oleh(Abas et al., 2018) mendukung hasil penelitian tentang tenaga kerja namun bertolak belakang dengan pupuk secara keseluruhan. Tidak berpengaruhnya pupuk urea dan phonska dalam usahatani padi di Desa Burneh adalah disebabkan oleh pemberian pupuk tidak begitu berpengaruh karena kondisi tanah yang cenderung subur untuk usahatani padi. Dengan kata lain, (Febrina et al., 2017)pemberian pupuk oleh petani padi telah mencapai titik jenuh sehingga tidak menunjukkan peningkatan atau penurunan produksi padi. Tenaga kerja yang digunakan oleh mayoritas petani responden adalah tenaga kerja pada masa pemanenan dan penanaman. Sisa kegiatan usahatani dikerjakan oleh petani guna meminimalisir biaya. Besaran jumlah orang yang digunakan pada masa pemanenan dan penanaman cenderung sama sehingga tenaga kerja tidak mempengaruhi produksi padi di Desa Burneh.

Analisis Efisiensi Teknis

Efisiensi teknis penggunaan faktor produksi untuk usahatani padi di Desa Burneh dapat terpenuhi apabila nilai elastisitas (β) berada di antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1, usahatani padi dikatakan secara teknis semakin efisien. Sebaliknya, semakin mendekati 0, usahatani padi dikatakan secara teknis semakin tidak efisien(Kaban et al., 2012). Elastisitas dalam fungsi produksi *Cobb Douglas* adalah koefisien regresi yang dihasilkan dan dapat dilihat di tabel 4.

Berdasarkan hasil dari tabel 4, variabel benih, pupuk phonska, tenaga kerja, dan luas lahan memiliki nilai elastisitas positif antara 0 dan 1. Artinya keempat variabel tersebut dapat dinyatakan efisien secara teknis. Sedangkan variabel pupuk urea memiliki nilai elastisitas kurang dari 0, sehingga dapat dinyatakan bahwa pupuk urea tidak efisien secara teknis. Dari empat nilai elastisitas positif tersebut, diketahui hanya variabel benih dan luas lahan yang berpengaruh terhadap usahatani padi di Desa Burneh.

Benih menjadi variabel yang paling elastis yang berarti peningkatan benih dapat meningkatkan hasil produksi padi yang paling besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Nilai elastisitas benih berada di daerah II (rasional). Hasil ini didukung oleh (Taraka et al., 2012) yang menyatakan bahwa benih dapat meningkatkan hasil produksi padi diThailand. Petani padi di Desa Burneh menggunakan beberapa jenis benih padi dengan rata-ratanya adalah Ciherang. Benih Ciherang dianjurkan untuk digunakan dalam lahan pertanian irigasi dengan beberapa keunggulan salah satunya adalah tahan dengan hama wereng coklat(Nafisah & Fauziyah, 2020). Sedangkan lahan pertanian di Desa Burneh ini menggunakan perairan irigasi sehingga cocok dengan rata-rata jenis benih yang digunakan. Dalam praktiknya, petani di Desa Burneh

menggunakan jarak tanam 20x20 cm. Penggunaan jarak tanam 25x25 cm memberikan kesempatan lebih banyak pada padi untuk menghasilkan anakan(Wilujeng & Fauziyah, 2021). Sehingga penambahan jumlah benih yang diakibatkan pengubahan jarak tanam akan dapat menghasilkan kenaikan hasil produksi padi.

Nilai elastisitas luas lahan menjadi terbesar kedua dari kelima variabel yang diteliti. Nilai elastisitas luas lahan adalah 0.436 yakni berada di daerah II (rasional). Hasil ini didukung oleh (Magreta et al., 2013) yang menyatakan bahwa luas lahan merupakan variabel yang elastis untuk produksi padi di Malawi Selatan. Selain itu, keelastisitasan luas lahan terhadap produksi padi didukung oleh (Rivanda et al., 2015) dan(Miftachuddin, 2014). Lahan yang ada di Desa Burneh lebih banyak adalah tanah liat yang cenderung subur untuk pertanian. Maka ketika luas lahan ditambahkan, maka akan terjadi peningkatan produksi padi.

Analisis Efisiensi Harga dan Ekonomis

Tingkat efisiensi harga ditentukan berdasarkan rasio nilai produk marjinal (NPM) dan biaya marjinal setiap faktor produksi (Px). Sedangkan nilai efisiensi ekonomis dianalisis menggunakan perkalian antara nilai efisiensi (ET) dan efisiensi harga (EH) . Apabila rasio yang dihasilkan sama dengan satu, maka dapat dikatakan usahatani tersebut telah efisien secara ekonomis. Penggunaan faktor produksi diukur menggunakan satuan yang berlaku dan dapat dilihat melalui tabel 5.

Tabel 5
Tabel Penggunaan Faktor Produksi

Faktor Produksi	NPMxi (Rp)	Harga (Pxi) (Rp)	Efisiensi Harga (NPMxi/Pxi)	Efisiensi Ekonomis (ET x EH)	Tingkat Efisiensi
Benih (X_1)	Rp 198,889	Rp 110,000	1.808078	1.090271	Belum Efisien
Pupuk Phonska(X_2)	Rp 7,757	Rp 135,000	0.057461	0.008217	Tidak Efisien
Pupuk Urea (X_3)	Rp -15,942	Rp 130,000	-0.12263	0.033478	Tidak Efisien
Tenaga Kerja (X_4)	Rp 296,286	Rp 35,000	8.465304	2.598848	Belum Efisien
Luas Lahan (X_5)	Rp 5,010,038	Rp 2,000,000	2.505019	1.092188	Belum Efisien

Sumber: data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 5, diketahui seluruh faktor produksi yang digunakan oleh petani padi di Desa Burneh tidak sama dengan satu. Diantara kelima faktor produksi tersebut, benih, tenaga kerja, dan luas lahan belum mencapai tingkat efisiensi. Sedangkan pupuk phonska dan pupuk urea tidak mencapai tingkat efisiensi.

Berdasarkan tabel 5, kondisi benih, luas lahan, dan tenaga kerja yang memiliki nilai efisiensi lebih dari satu menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut masih belum efisien. Sedangkan pupuk phonska dan pupuk urea memiliki nilai efisiensi tidak efisien. Hal ini dipengaruhi oleh penggunaan faktor-faktor yang tidak proporsional sesuai arahan yang diberikan oleh penyuluh.

(Darus et al., 2015)Menyatakan bahwa usahatani padi di Kabupaten Rokan Hulu telah efisien secara ekonomis dengan harga produsen padi rata-rata saat itu adalah Rp 3.700, total biaya yang digunakan oleh petani di Kabupaten Rokan Hulu adalah Rp 5.611.217,66/Ha/musim tanam dengan rata-rata pendapatan kotornya Rp 11.750.596,92/Ha/musim tanam. Sedangkan rata-rata

biaya yang dikeluarkan oleh petani di Desa Burneh adalah Rp 7.451.667/Ha/musim tanam dengan rata-rata pendapatan kotornya adalah Rp 10.228.000. Rata-rata harga produsen padi di waktu penelitian adalah Rp 3.500. Dari kedua data tersebut, diketahui bahwa petani di Desa Burneh terlalu banyak mengeluarkan biaya usahatani dibandingkan dengan biaya yang telah efisien secara ekonomis. Hal tesebut disebabkan oleh tidak proporsionalnya faktor-faktor produksi yang digunakan oleh petani sesuai anjuran penyuluh. Petani di Desa Burneh cenderung sembarangan dalam membeli dan menggunakan faktor produksi.

Kesimpulan

Hasil uji F terhadap faktor produksi padi menunjukkan bahwa benih, pupuk phonska, pupuk urea, tenaga kerja dan luas lahan secara simultan berpengaruh nyata terhadap produksi padi di Desa Burneh. Kondisi pertanian padi di Desa Burneh berada pada kondisi *increasing return to scale* yang artinya setiap penambahan faktor produksi akan meningkatkan produk yang dihasilkan. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel benih dan luas lahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap hasi produksi dengan asumsi *cateris paribus.* Sedangkan variabel pupuk phonska, pupuk urea, dan tenaga kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap hasil produksi. Variabel benih, luas lahan, pupuk phonska, dan tenaga kerja dinyatakan efisien secara teknis, namun hanya benih dan luas lahan yang mempengaruhi produksi. Sedangkan pupuk urea dinyatakan tidak efisien secara teknis. Berdasarkan analisis efisiensi harga dan ekonomis menunjukkan bahwa variabel benih, tenaga kerja, dan luas lahan belum efisien. Sedangkan variabel pupuk phonska dan pupuk urea tidak efisien. Penyebab ketidakmampuan usahatani padi di Desa Burneh mencapai efisiensi harga dan ekonomis adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani lebih besar daripada biaya yang seharusnya. Supaya para petani padi di Desa Burneh dapat mencapai tingkat efisiensi teknis dan ekonomis dalam usahatani padinya diperlukan upaya dari petani dalam pengkombinasian faktor produksi karena keterbatasan kuantitas dan kualitas faktor produksi padi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi petani dan penyuluh guna mengetahui efisiensi teknis dan ekonomis kegiatan usahatani padi di Desa Burneh untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pada hasil usahatani padi, khususnya di Desa Burneh sesuai dengan analisis yang telah dilakukan. Dari hasil peneltian yang telah dilakukan kedepannya diharapkan mampu untuk menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan lebih jauh untuk hasil penelitian yang lebih detail.

Ucapan Terimakasih

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkah dan rahmat-Nya, kami dapat menyelesaikan penelitian ini. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, kami akan kesulitan untuk menyelesaikan penelitian ini. Kami mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Novi Diana Badrut Tamami SP., MP, selaku Koordinator Prodi Agribisnis.
2. Dr. Elys Fauziyah, .S.P., M.P., selaku dosen pembimbing kami.
3. Sauqi Agung Firmanda, selaku asisten praktikum kami.
4. Petani di Desa Burneh, selaku responden penelitian yang telah bersedia kami wawancarai

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

Abas, H., Murtisari, A., & Boekoesoe, Y. (2018). Analisis Efisiensi Usahatani Padi Sawah

dengan Penerapan Sistem Tanam Jajar Legowo di Desa Iloheluma Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, *2*(2), 121–131. https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/view/2484

Aziz, N., Syakir, F., & Siswadi, B. (2019). Analisis Efisiensi Ekonomis Penggunaan Faktor Produksi Padi Sawah di Desa Sukorejo Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Sosial Ekonomis Pertanian Dan Agribisnis*, *7*(3), 1–8. http://riset.unisma.ac.id/index.php/SEAGRI/article/view/2102

BPS. (2020). *Kabupaten Bangkalan Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik. https://bangkalankab.bps.go.id/publication/2020/04/27/9c0a18278a04566e8e03141b/kabupaten-bangkalan-dalam-angka-2020.html

BPS. (2021). *Produksi Padi Tahun 2021 Naik 1,14 Persen (Angka Sementara)*. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/10/15/1850/produksi-padi-tahun-2021-naik-1-14-persen--angka-sementara-.html

BPS. (2022a). *Perkembangan Nilai Tukar Petani dan Harga Produsen Gabah, Mei 2022*. Badan Pusat Statistik. https://boyolalikab.bps.go.id/pressrelease/2022/06/02/461/perkembangan-nilai-tukar-petani-dan-harga-produsen-gabah--mei-2022.html

BPS. (2022b). *Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik. https://jatim.bps.go.id/publication/2022/02/25/33699f6fcd84e0e2a0ad96f0/provinsi-jawa-timur-dalam-angka-2022.html.

Darus, D., Bahri, S., & Ismail, U. P. (2015). Analisis Ekonomis Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo, Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Dinamika Pertanian*, *30*(2), 171–176. https://journal.uir.ac.id/index.php/dinamikapertanian/article/view/811

Dewi, I. G. A. C., Suamba, I. K., & Ambarawati, I. G. A. A. (2012). Analisis Efisiensi Usahatani Padi Sawah (Studi Kasus di Subak Pacung Babakan, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung). *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, *1*(1), 1–10. https://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA/article/view/1122

Fahmi, R. R., & Hayati, M. (2020). Strategi Pegembangan Bisnis Beras UD. Sovi Jaya di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. *AGRISCIENCE*, *1*(2), 487–506. https://doi.org/https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i2.8741

Febrina, V., Nurachaini, D. S., & Saputra, A. (2017). Analisis Efisiensi Ekonomis Penggunaan Faktor Produksi Usahatani Padi Sawah Organik di Desa Pasar Terusan Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batanghari. *Jurnal Sosioekonomiska Bisnis*, *20*(1), 1–11. https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jiseb.v20i1.5029

Gujarati, D. (2010). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.

Junaedi, M., Daryanto, H. K. S., Sinaga, B. M., & Hartoyo, S. (2016). Technical Efficiency and the Technology Gap in Wetland Rice Farming in Indonesia: A Meta Frontier Analysis. *International Journal of Food and Agricultual Economics*, *4*(2), 39–50. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.234909

Kaban, T. F., Ginting, R., & Iskandarini, I. (2012). Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Usahatani Padi Sawah di Desa Sei Belutu Kecamatan Sei Bamban Kabupaten Serdang Bedagai. *JOURNAL ON SOCIAL ECONOMIC OF AGRICULTURE AND AGRIBUSINESS*, *1*(1), 1–14. https://jurnal.usu.ac.id/index.php/ceress/article/view/1577/880

Magreta, R., Edriss, A.-K., Mapemba, L. D., & Zingore, S. (2013). Economic Efficiency of

Rice Production in Smallholder Irrigation Schemes: A Case of Nkhate Irrigation Scheme in Southern Malawi. *International Conference of the African Association of Agricultural Economists*. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.161636

Mailena, L., Shamsudin, M. N., Radam, A., & Mohamed, Z. (2014). Efficiency of Rice Farms and its Determinants: Application of Stochastic Frontier Analysis. *Trends in Applied Science Research*, *9*(7), 360–371. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17311/tasr.2014.360.371

Mandei, J. R. (2011). Efisiensi Penggunaan Faktor Produksi Usahatani Cabe di Kelurahan Marawas Kecamatan Tondano Utara Kabupaten Minahasa. *AGRI-SOSIOEKONOI*, *7*(3), 56–68. https://doi.org/https://doi.org/10.35791/agrsosek.7.3.2011.7354

Miftachuddin, A. (2014). Analisis Efisiensi Faktor-Faktor Produksi Usaha Tani Padi di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. *Economics Development Analysis Journal*, *3*(1), 1–12. https://doi.org/https://doi.org/10.15294/edaj.v3i1.3510

Mukhlis, H. H. (2017). *Analisis Efisiensi Ekonomis Penggunaan Faktor-Faktor Produksi pada Usahatani Tembakau di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang* [Skripsi, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro]. http://eprints.undip.ac.id/52955/

Nafisah, D., & Fauziyah, E. (2020). Efisiensi Teknis dan Perilaku Risiko Petani Padi Berdasarkan Input (Studi Kasus di Desa Langkap Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan Madura). *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomis Pertanian Dan Agribisnis*, *17*(1), 55–64. https://jurnal.uns.ac.id/sepa/article/view/42228

Noer, S. R., Zakaria, W. A., & Murniati, K. (2018). Analisis Efisiensi Produksi Usahatani Padi Ladang di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, *6*(1), 17–24. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v6i1.2492

Novia, R. A., & Satriani, R. (2020). Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Sawah Tadah Hujan di Kabupaten Banyumas. *Mediagro: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, *16*(1), 48–59. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31942/mediagro.v16i1.3389

Nugraha, B. (2021). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka Grup.

Nuryani, E., Haryono, G., & Historiawati, H. (2019). Pengaruh Dosis dan saat Pemberian Pupuk terhadap Hasil Tanaman Buncis (Phaselous vulgaris, L.) Tipe Tegak. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika Dan Subtropika*, *4*(1), 14–17. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31002/vigor.v4i1.1307

Partini, P. (2018). Analisis Efisiensi Usahatani Padi di Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir. *Jurnal Agribisnis*, *7*(2), 25–35. https://doi.org/https://doi.org/10.32520/agribisnis.v7i2.170

Podesta, R., & Rachmina, D. (2011). Efisiensi Teknis dan Ekonomis Usahatani Padi Pandan Wangi (Studi Kasus di Kecamatan Warung Kondang, Kabupaten Cianjur). *Forum Agriibisnis*, *1*(1), 58–75. https://doi.org/https://doi.org/10.29244/fagb.1.1.58-75

Rajak, O., Patty, J. R., & Nendissa, J. I. (2016). Pengaruh Dosis dan Interval Waktu Pemberian Pupuk Organik Cair BMW tehadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Sawi (Brassica juncea L.). *Jurnal Budidaya Pertanian*, *12*(2), 66–73. https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/bdp/article/view/325

Rivanda, D. R., Nahraeni, W., & Yusdiarti, A. (2015). Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Sawah (Pendekatan Stohactic Frontier) Kasus Petani SI-PTT di Kecamatan Telagasari Kabupaten Karawang Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Agribisains*, *1*(1), 1–13.

https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30997/jagi.v1i1.140

Souleymane, O. (2015). Technical and Economic Efficiency of Rice Production in the Kou Valley (Burkina Faso): Stochastic Frontier Approach. *Asian Economic and Social Society*, *5*(2), 53–63. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.209971

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Taraka, K., Latif, I. A., Shamsudin, M. N., & Sidique, S. bin A. (2012). Estimation of Technical Efficiency for Rice Farms in Central Thailand Using Stochastic Frontier Approach. *Asian Journal of Agriculture and Development*, *9*(2), 1–11. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.199098

Tung, D. T. (2013). Changes in the Technical and Scale Efficiency of Rice Production Activities in the Mekong Delta, Vietnam. *Agricultural and Food Economics*, *1*(16), 1–11. https://doi.org/https://doi.org/10.1186/2193-7532-1-16

Wilujeng, E. D., & Fauziyah, E. (2021). Efisiensi Teknis dan Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Lamongan. *AGRISCIENCE*, *1*(3), 712–727. https://doi.org/https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i3.11179

Yoko, B., Syaukat, Y., & Fariyanti, A. (2017). Analisis Efisiensi Usahatani Padi di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, *2*(2), 127–140. https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jai.2014.2.2.127-140

Yuliana, Y., Ekowati, T., & Handayani, M. (2017). Efisiensi Alokasi Penggunaan Faktor Produksi pada Usahatani Padi di Kecamatan Wirosari Kabupaten Grobogan. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, *3*(1), 39–47. https://doi.org/https://doi.org/10.18196/agr.3143

MEMAHAMI PELIBATAN PELANGGAN DI DALAM PROSES BISNIS DAN PEMASARAN PRODUK SEGAR PADA RITEL ONLINE

Hesty Nurul Utami[1], Adi Nugraha[1]

[1] Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Padjadjaran

Email: hesty.nurul@unpad.ac.id

Abstrak

Semakin berkembangnya penggunaan teknologi digital dan internet telah mentransformasi model keterlibatan konsumen di dalam bisnis online akibat perubahan pola perilaku belanja konsumen dan munculnya model bisnis baru yang dilakukan oleh perusahaan. Perkembangan platform digital juga mempengaruhi jenis bisnis ritel yang dijalankan secara online, seperti penjualan bahan pangan produk segar untuk kebutuhan sehari – hari. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pelibatan konsumen sebagai bagian dari proses bisnis yang dijalankan oleh pebisnis ritel online yang menjual produk segar. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan para pelaku usaha yang terlibat di dalam jaringan usaha ritel online yang menjual produk segar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelibatan konsumen menjadi salah satu hal penting di dalam proses bisnis ritel online yang menjual produk segar dengan menjadikan konsumen sebagai pihak yang berpotensi mempengaruhi model bisnis. Pelibatan konsumen dilakukan melalui interaksi yang dekat dengan setiap konsumen dan penciptaan pengalaman berbelanja yang berbeda dibandingkan dengan berbelanja produk segar di ritel konvensional. Pengalaman berbelanja online diterjemakan ke dalam berbagai aktivitas pemasaran kreatif dan inovatif sebagai diferensiasi bisnis. Hal ini diharapkan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen, penyebarluasan informasi positif mengenai perusahaan, pembelian berulang, penciptaan permintaan baru, serta menciptakan diferensiasi pengalaman berbelanja secara online untuk produk segar.

Kata kunci: platform digital, bisnis digital, pelibatan personal, pengalaman pelanggan, agribisnis

Abstract

The increase of digital technology and internet usage has transformed consumer engagement models in online businesses due to the changes in consumer purchase behaviour and the emergence of new business models implemented by companies. Digital platform development has also influenced online retailing business types, such as selling food products categorised as fresh produce for daily consumer needs. This study investigates consumer engagement as part of online food retailing business processes. The study employed a qualitative research approach with in-depth interviews with various business actors involved in the online food business retail that sold fresh produce. The results show that consumer engagement has become one of the essential parts of the business process of food online retailing by putting consumers as the party that potentially influences the company's business model. Consumer engagement is developed through close interactions with every consumer and creates an exceptional consumer experience distinct from conventional food retails. The online purchase experience is interpreted in various creative and innovative marketing activities used as business differentiation. These activities are expected to positively impact increasing consumer satisfaction, spreading positive information about the company, repeat purchase, creating new demands, and creating differentiation for fresh produce online purchase experience.

Keywords: digital platforms, digital business, personal engagement, customer experience, agribusiness

Pendahuluan

Penelitian mengenai dinamika hubungan antara perusahaan dan konsumen di dalam konteks bisnis online telah mendapatkan perhatian penting para peneliti pada satu dekade terakhir (lihat contohnya (Brodie et al., 2011; Eigenraam et al., 2018; Higgins & Scholer, 2009; Scholer & Higgins, 2009; Van Doorn et al., 2010; M. Zhang et al., 2017). Revolusi penggunaan internet dan teknologi infromasi dan komunikasi telah membuka peluang bagi dunia bisnis untuk membantu meningkatkan permintaan, menurunkan biaya (Zeng et al., 2017), dan menciptakan mekanisme bisnis baru di era digital (Bodini & Zanoli, 2011). Penggunaan internet dan perangkat teknologi pintar juga telah meningkatkan jumlah konsumen pengguna teknologi dan juga telah memodifikasi perilaku belanja konsumen. Perkembangan model bisnis yang didukung oleh inovasi digital teknologi ini juga telah memunculkan model bisnis ritel yang bebasis elektronik sebagai akibat adanya revolusi gaya berbelanja konsumen yang merubah pola interaksi dan transaksi antara penjual dan pembeli (Rolandi, 2017). Salah satunya adalah evolusi bisnis ritel pangan dan makanan yang terus mengalami perkembangan dan menjadikan ritel online sebagai jalur alternatif jaringan produk pangan (Lee et al., 2015; Lu & Reardon, 2018).

Sistem agribisnis memiliki kompleksitas yang berbeda dengan sektor lain terkait dengan jaringan lingkungan bisnis, struktur rantai nilai, dan pola permintaan konsumen (Cucagna & Goldsmith, 2018). Penggunaan teknologi di sektor agribisnis telah membantu untuk menangani kendala yang selama ini dihadapi, seperti penurunan biaya, ketersediaan produk pangan yang lebih banyak, serta memberikan alternatif cara berbelanja bahan pangan bagi konsumen di dalam memenuhi kebutuhannya. Bisnis ritel online yang berfokus pada penjualan bahan pangan seperti produk segar merupakan salah satu model bisnis ritel makanan yang saat ini berkembang saat ini. Penetrasi ritel online di industri ritel menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan dengan ritel konvensional, seperti keunggulan biaya distribusi dan kenyamanan waktu berbelanja dengan diterapkannya efisiensi rantai pasok (Lu & Reardon, 2018). Salah satu faktor yang menjadi penting di dalam pengembangan bisnis ritel online bahan pangan, seperti yang banyak berkembang di negara berkembang seperti Indonesia dengan banyak didominasi oleh bisnis skala kecil dan menengah (Utami et al., 2019b; T. Zhang, 2017), adalah interaksi kolaboratif antara konsumen dan perusahaan melalui pelibatan konsumen untuk mendapatkan keuntungan bersama (Saba et al., 2017; Zeng et al., 2017). Bisnis digital mampu menawarkan model bisnis baru yang menjanjikan dengan menggabungkan potensi dari masing – masing pelaku pasar yang terlibat di dalamnya, seperti penggunaan e-commerce yang dapat digunakan tidak hanya oleh perusahaan besar namun juga pelaku usaha kecil untuk dapat melakukan transaksi dengan konsumen (Berti & Mulligan, 2016).

Konsep pelibatan konsumen di dalam literatur pemasaran dan pemasaran jasa didefinisikan sebagai proses psikologis yang memodelkan mekanisme mengenai bagaimana loyalitas dapat dikelola (Bowden, 2009) dengan berlandaskan prinsip logika dominasi layanan (Lusch et al., 2007, 2010; Vargo & Lusch, 2017). Konsep ini melibatkan intentitas individu dalam berpartisipasi dan melakukan koneksi dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan termasuk semua aktivitas yang melibatkan interaksi yang diinisiasi baik oleh konsumen maupun perusahaan (Vivek et al., 2012). Melalui konsep pelibatan konsumen di dalam konteks bisnis digital di sektor agribisnis, pelaku usaha seperti produsen perlu melibatkan dan mendengarkan konsumen (Saba et al., 2017). Dengan demikian, konsep ini juga merubah orientasi bisnis dan pemasaran dari fokus kepada produk atau perusahaan, menjadi fokus kepada konsumen. Pada penelitian ini, konteks bisnis ritel online yang menjual bahan pangan yang saat ini sedang berkembang di Indonesia menunjukkan bahwa konsep bisnis ini masih tergolong baru yang diadopsi sebagai hasil dari transformasi bisnis di era revoluasi industry 4.0 (Utami et al., 2019a).

Sehingga bentuk pelibatan konsumen di dalam konteks ritel online yang menjual bahan pangan yang dikelola oleh bisnis skala kecil atau menengah menjadi penting untuk diteliti. Hal ini karena model bisnis yang dilakukan akan berbeda dengan ritel online berskala besar, terutama ritel online yang berfokus kepada penjualan produk pangan seperti produk segar. Maka, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi peran konsumen di dalam proses bisnis ritel online yang menjual produk segar dan untuk mengidentifikasi dampak pelibatan konsumen di dalam proses bisnis ritel online yang menjual produk segar. Dengan demikian, terdapat dua pertanyaan penelitian (PP) yang dijawab di dalam penelitian ini yaitu:

PP1: Bagaimana ritel online menempatkan dan memanfaatkan konsumen di dalam proses bisnisnya di dalam konteks ritel produk segar?

PP2: Bagaimana dampak pelibatan konsumen di dalam proses bisnis ritel online yang menjual produk segar?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian induktif melalui teknik wawancara mendalam dengan 72urposiv aktor bisnis yang terlibat di dalam jaringan ritel online yang menjual produk segar, mulai dari produsen sampai dengan peritel. Wawancara mendalam digunakan untuk memahami bagaimana para pelaku usaha ritel online melakukan interaksi dengan konsumen dan bagaimana konsumen dilibatkan di dalam proses bisnis ritel online berskala kecil dan menengah. Metode pengambilan sampel dilakukan melalui sampling 72urposive untuk mendapatkan sampel yang paling sesuai dengan kebutuhan penelitian. Metode pengambilan sampel ini digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dengan cara membatasi target responden hanya pada kelompok target tertentu dan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Responden penelitian atau informan berasal dari dua kota besar di Indonesia, yaitu Kota Bandung dan DKI Jakarta, karena saat ini ritel online yang menjual produk segar di Indonesia lebih banyak beroperasi di kota – kota besar di Indonesia. Sehingga, pemilihan informan yang terlibat di dalam jaringan ritel online di dua kota ini dianggap sesuai dengan target responden penelitian.

Tabel 1
Reponden Penelitian

No responden	Jenis kelamin	Bisnis operasi	Posisi/Jabatan
1	Laki – laki	Perusahaan ritel dan suplier online	Buyer dan supervisor lapangan
2	Laki – laki	Suplier online	Pendiri perusahaan
3	Perempuan	Peritel dan suplier online	*Chief executive officer*
4	Laki - laki	Petani produsen dan peritel online	Pemilik dan ketua koperasi
5	Perempuan	Peritel dan suplier online	*Chief financial officer*
6	Perempuan	Peritel online	Pendiri dan pemilik perusahaan
7	Laki – laki	Peritel dan suplier online	Pemilik
8	Laki – laki	Peritel online	Manajer operasional
9	Laki – laki	Suplier ke ritel online	Pedagang dan ketua koperasi

Sumber: data diolah, (2022)
25

Analisis data yang digunakan adalah analisis tematik (Braun & Clarke, 2006) secara kualitatif yang dilakukan pada data tekstual yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam. Analisis ini

dipilih untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian melalui identifikasi, kategorisasi, dan konseptualisasi berbagai aspek dan tema yang muncul dari data tekstual hasil wawancara. Terdapat enam tahapan analisis tematik yang dilakukan, yaitu pemahaman data, penciptaan *nodes*, pemberian tema yang berasal dari kumpulan *nodes*, mengevaluasi tema yang dibuat, mendefinisikan label atau nama dari tema yang telah dibuat, dan melaporkan hasil analisis. Perangkat lunak NVivo 12 digunakan untuk memfasilitasi analisis data tekstual.

Hasil dan Pembahasan

Peran konsumen di dalam proses bisnis dan pemasaran produk segar pada ritel online

Hasil analisis menunjukkan bahwa para pelaku usaha yang terlibat di dalam jaringan ritel online yang berfokus pada penjualan bahan pangan seperti produk segar memahami pentingnya konsumen dan keterlibatannya di dalam proses bisnis yang dijalankan. Hal ini dipahami tidak hanya oleh peritel tapi juga semua pelaku usaha yang terlibat di dalam ritel online tersebut, seperti petani produsen, pedagang perantara, dan supplier. Peritel online memberikan informasi dan tambahan pengetahuan kepada petani produsen atau pedagang yang menjadi mitra untuk dapat memahami proses dan pola penjualan produk segar kepada konsumen secara online sangat berbeda dengan pemasaran produk segar secara konvensional yang selama ini dilakukan, bahkan juga berbeda dengan pemasaran di ritel modern seperti supermarket. Pemasaran produk segar secara online mengusung konsep keterbukaan dan saling berbagi pengalaman baik dengan mitra petani, pedagang atau suplier, dan juga konsumen. Hal ini untuk memperoleh sinkroisasi antara apa yang dapat diproduksi oleh produsen bekerjasama dengan pedagang atau suplier, dan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Sehingga, melibatkan konsumen di dalam proses bisnis ritel online produk pangan melalui model pemasaran online yang berfokus kepada konsumen dengan berprinsip kepada keterbukaan, saling belajar dan berbagi pengalaman.

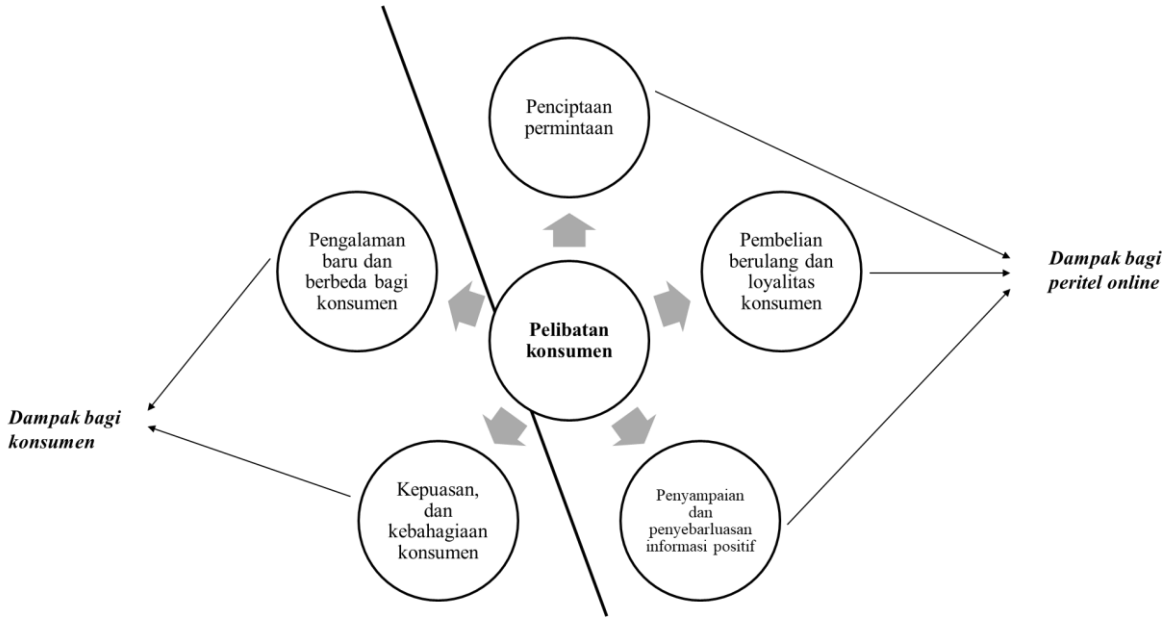
Pelibatan konsumen menjadi penting karena model bisnis ritel pangan yang dilakukan secara online berbeda dengan model bisnis penjualan produk pangan melalui jaringan ritel fisik atau konvensional. Interaksi antara penjual dan pembeli terjadi terjadi di dunia virtual tanpa ada pertemuan secara fisik, sehingga komunikasi dan dialog yang terjadi di antara penjual dan pembeli harus dipilih dengan tepat dan dilakukan secara efektif agar produk yang dijual dapat diterima konsumen dan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses interaksi virtual difasilitasi oleh berbagai aplikasi digital seperti internet dan media sosial yang digunakan oleh banyak konsumen saat ini. Informasi yang disampaikan oleh peritel bersifat beragam, seperti informasi yang bersifat tekstual, visual atau gambar, dan video atau audio visual. Informasi yang disampaikan oleh peritel berkaitan dengan produk dan layanan yang disediakan oleh peritel untuk memberikan kenyamanan bagi konsumen berbelanja menggunakan toko online untuk berbelanja kebutuhan makanan sehari – hari. Tujuan dari bentuk komunikasi ini adalah untuk melakukan persuasi dan menyampaikan berbagai informasi tambahan yang dianggap bermanfaat untuk menambah pengetahuan konsumen mengenai produk pangan, seperti informasi kesehatan, fungsi dan kegunaan berbagai macam produk segar, dan informasi metode atau teknik mengolah bahan pangan.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi antara penjual dan pembeli dan pengalaman yang dirasakan dan dibagikan oleh konsumen digunakan oleh peritel sebagai masukan di dalam proses bisnis untuk selanjutnya diinterpretasikan untuk membentuk model bisnis yang sesuai dengan kondisi pasar dan target konsumen. Namun demikian, konsumen juga diberikan pemahaman mengenai karakteristik bisnis pertanian yang berbeda dengan bisnis industri lain, seperti terkait dengan musim, kualitas produk yang dihasilkan petani adalah beragam, kapasitas petani kecil yang terbatas, serta harga produk yang terkadang mengalami fluktuasi. Melalui upaya pemberian pemahaman ini, peritel online berusaha untuk menawarkan

penawaran kompetitif yang mampu memberikan solusi tidak hanya bagi kebutuhan konsumen namun juga bagi kendala yang selama ini dihadapi oleh petani produsen (terutama yang berskala kecil) dan juga pedagang atau suplier. Pelibatan konsumen di dalam proses bisnis ini juga dijadikan sebagai bahan masukan untuk menciptakan berbagai aktivitas pemasaran kreatif dan inovatif untuk menawarkan sesuatu yang berbeda dan baru bagi konsumen. Melibatkan konsumen di dalam proses bisnis dan menterjemahkannya ke dalam berbagai bentuk aktivitas bisnis dan pemasaran juga menunjukkan adanya transformasi bisnis ritel bahan pangan yang difasilitasi oleh teknologi seperti internet dan sosial media. Transformasi bisnis ritel bahan pangan ini menunjukkan adanya kombinasi antara produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga kepuasan dan loyalitas konsumen dapat tercapai. Hal ini diharapakan oleh semua pihak yang terlibat di dalam jaringan ritel online produk pangan untuk dapat meningkatkan kemampuan daya saing bisnis produk pangan yang menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat di dalamnya.

Dampak pelibatan konsumen di dalam aktivitas bisnis dan pemasaran produk segar pada ritel online

Berdasarkan hasil analisis, melibatkan konsumen di dalam proses bisnis ritel online produk segar memberikan dampak positif yang menguntungkan baik bagi penjual maupun pembeli (gambar 1). Bagi peritel online, dampak yang muncul dapat berupa penciptaan permintaan baru dengan menawarkan berbagai varian produk segar yang disediakan oleh peritel. Melalui komunikasi pemasaran yang dilakukan di berbagai platform digital, peritel tidak hanya menawarkan produk segar yang selama ini sudah diketahui dan dibutuhkan oleh konsumen tapi juga menawarkan berbagai produk segar baru yang belum pernah dikonsumsi oleh konsumen. Hal ini berdampak pada munculnya pemintaan baru untuk berbagai produk segar. Permintaan konsumen merupakan peluang bisnis tidak hanya bagi peritel, namun juga bagi petani produsen dan pedagang atau suplier yang bermitra atau bekerjasama dengan peritel online. Ide – ide kreatif dan inovatif dapat muncul dan diciptakan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha ritel online bahan pangan. Dampak selanjutnya adalah adanya pembelian berulang yang mengindikasikan loyalitas konsumen untuk menggunakan jaringan ritel online untuk memenuhi kebutuhan bahan pangan. Berbagai layanan penyerta yang disediakan oleh peritel dianggap sebagai salah satu faktor yang menyebabkan kembalinya konsumen untuk berbelanja karena memberikan kenyamanan berbelanja bagi konsumen. Selain itu, dengan melibatkan konsumen di dalam proses bisnis dapat membantu meningkatkan kemungkinan konsumen untuk menyebarluaskan informasi positif kepada calon konsumen lain terkait pengalaman konsumen dalam berbelanja dan menikmati produk dan layanan peritel. Namun, menyebarluasan informasi positif ini dapat terjadi apabila pengalaman yang dialami konsumen adalah pengalaman yang positif dan memuaskan. Artinya, bila konsumen mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan atau negatif, maka muncul kemungkinan yang disebarluaskan konsumen adalah informasi yang negatif yang dapat merugikan peritel.

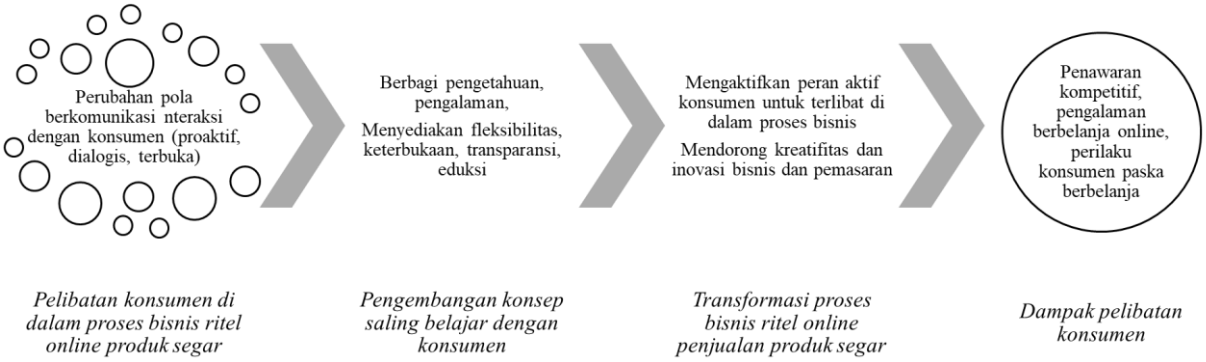


Sumber: data diolah, (2022)
Gambar 1
Dampak Pelibatan Konsumen di dalam Aktivitas Bisnis Ritel Online Produk Segar

Selain dampak bagi perusahaan, melibatkan konsumen di dalam proses bisnis ritel online juga berdampak bagi konsumen. Dampak tersebut dapat berupa diperolehnya pengalaman baru dan berbeda yang dirasakan oleh konsumen dengan berbelanja kebutuhan bahan pangan seperti produk segar secara online. Pada konteks penelitian ini, cara berbelanja bahan makanan secara online adalah hal yang baru bagi konsumen Indonesia sehingga konsumen dapat menemukan pengalaman berbelanja dibandingkan dengan berbelanja makanan makanan secara fisik dengan mendatangi toko atau pasar seperti yang selama ini dilakukan. Berbelanja bahan makanan secara online diharapkan oleh peritel online sebagai solusi bagi konsumen untuk mendapatkan kemudahan dalam berbelanja bahan makanan kebutuhan sehari – hari, terutama untuk konsumen yang bertempat tinggal di wilayah perkotaan yang memiliki tingkat kesibukan tinggi, waktu yang terbatas untuk berbelanja kebutuhan sehari – hari, dan kondisi lain yang menjadi kendala seperti kemacetan yang memberikan kerugian secara materiil dan imateriil (seperti waktu dan tenaga). Dampak berikutnya adalah munculnya kepuasan konsumen karena peritel berusaha menyediakan produk dan layanan yang terbaik untuk melayani konsumen. Bahkan peritel juga menyatakan bahwa misi yang diharapkan dari bisnis bahan makanan online ini tidak hanya untuk memuaskan konsumen tapi juga memberikan kebahagiaan bagi konsumen.

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan pengetahuan lebih lanjut mengenai pelibatan konsumen di dalam proses bisnis ritel online yang berfokus pada penjualan produk segar. Dengan menerapkan konsep pelibatan konsumen, maka konsumen diberikan peran aktif untuk mempengaruhi aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan kesempatan pada konsumen untuk menyampaikan pengalaman baru mereka berbelanja kebutuhan sehari – hari menggunakan ritel online. Model bisnis ritel online juga berusaha untuk mensiasati permasalahan dan perubahan pasar yang terjadi secara dinamis, seperti keamanan pangan, penyesuaian gaya hidup konsumen di dalam menggunakan internet dan media sosial, serta bertambahnya pengetahuan konsumen tentang berbagai hal terkait dengan produk pangan dan kesehatan makanan.



Gambar 1
Pelibatan Konsumen di dalam Proses Bisnis Ritel Online Produk Segar

Pelibatan konsumen di dalam proses bisnis ritel online penjualan produk segar dilakukan melalui tahapan – tahapan yang merubah proses interaksi antara penjual dan pembeli yang sebelumnya dilakukan secara konvensional melalui interaksi tatap muka. Pada prosesnya, inisiasi model ini selanjutnya akan berpengaruh terhadap pengembangan konsep saling belajar antara penjual dan pembeli, trasnformasi proses bisnis yang berbasis online, dan dampak yang mungkin dirasakan pelaku usaha dan konsumen (Gambar 2). Pelaku ritel online juga akan dapat memiliki keunggulan bersaing dan kemampuan berinovasi dan berkreativitas di dalam pemasaran produk disesuaikan dengan gaya hidup dan berbelanja konsumen melalui dunia virtual. Hal ini berbeda dibandingkan ritel konvensional dalam hal penawaran produk dan layanan yang kompetitif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya terkait konsep keterlibatan dan kolaborasi di dalam menciptakan nilai sebagai keunggulan bisnis (Vargo & Lusch, 2017). Penelitian ini mengindikasikan adanya transformasi perilaku berbelanja konsumen sepanjang proses pembelian, baik sebelum membeli, saat membeli, dan paska pembelian saat berbelanja online bahan makanan. Hasil penelitian juga sejalan dengan rekomendasi penelitian sebelumnya tentang penggunaan teknologi digital untuk kebutuhan bisnis ritel yang mampu merevolusi gaya berbelanja konsumen dan pola interaksi antara konsumen dan perusahaan (Rolandi, 2017). Penelitian ini juga mendukung konsep pelibatan konsumen di dunia virtual terdiri dari komponen kognitif, emosi, dan perilaku (M. Zhang et al., 2017). Hal ini ditunjukkan melalui upaya peningkatan pengetahuan konsumen, pengalaman berbelanja yang baru bagi konsumen dengan melibatkan teknologi digital, dan indikasi adanya perubahan perilaku berbelanja produk pangan terutama di kalangan konsumen perkotaan yang menuntut kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan. Sehingga, ketiadaan kesadaran dan pemahaman mengenai pelibatan konsumen di dalam bisnis ritel online bahan pangan dapat mengurangi daya saing perusahaan di dalam mendapatkan posisi yang menguntungkan di pasar dan di dalam persaingan usaha. Penyesuaian model interaksi dan komunikasi yang dilakukan melalui dunia virtual menjadi salah satu faktor penting di dalam kesuksesan bisnis ritel online karena gaya hidup sebagian besar konsumen saat ini sangat erat dengan aktivitas dunia maya.

Daftar Pustaka

Berti, G., & Mulligan, C. (2016). Competitiveness of small farms and innovative food supply chains: The role of food hubs in creating sustainable regional and local food systems. *Sustainability (Switzerland)*, *8*(616), 1–31. https://doi.org/10.3390/su8070616

Bodini, A., & Zanoli, R. (2011). Competitive Factors of the Agro-Food E-Commerce. *Journal of Food Products Marketing*, *17*(3), 241–260. https://doi.org/10.1080/10454446.2011.548696

Bowden, J. (2009). The process of customer engagement: A conceptual framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, *17*(1), 63–74. https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679170105

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, *14*(3), 252–271. https://doi.org/10.1177/1094670511411703

Cucagna, M. E., & Goldsmith, P. D. (2018). Value adding in the agri-food value chain. *International Food and Agribusiness Management Review C*, *21*(3), 293–316. https://doi.org/10.22434/IFAMR2017.0051

Eigenraam, A. W., Eelen, J., van Lin, A., & Verlegh, P. W. (2018). A Consumer-based Taxonomy of Digital Customer Engagement Practices. *Journal of Interactive Marketing*, *44*, 102–121. https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.002

Higgins, E. T., & Scholer, A. A. (2009). Engaging the consumer: The science and art of the value creation process. *Journal of Consumer Psychology*, *19*(2), 100–114. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.02.002

Lee, D., Jeong, H., Cho, J., Jeong, J., & Moon, J. (2015). Grocery Shopping via T-Commerce in Korea: New Shopping Channel Adoption Behavior Based on Prior E-Commerce Experience. *International Food and Agribusiness Management Review*, *18*(2), 1–16. https://doi.org/10.22004/ag.econ.204133

Lu, L., & Reardon, T. (2018). An Economic Model of The Evolution Of Food Retail and Supply Chains From Traditional Shops to Supermarkets to E-Commerce. *American Journal Agricultural Economic*, *100*(5), 1320–1335. https://doi.org/10.1093/ajae/aay056

Lusch, R. F., Vargo, S. L., & O 'brien, M. (2007). Competing through service: Insights from service-dominant logic. *Journal of Retailing*, *83*(1), 5–18. https://doi.org/10.1016/j.jretai.2006.10.002

Lusch, R. F., Vargo, S. L., & Tanniru, M. (2010). Service, value networks and learning. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *38*(1), 19–31. https://doi.org/10.1007/s11747-008-0131-z

Rolandi, S. (2017). Food E-Commerce as a New Tool for the Growth of the Economy. European Legal Framework for Information of Prepacked Food Sold Online. In Mariagrazia Alabrese, Margherita Brunori, Silvia Rolandi, & Andrea Saba (Eds.), *Agricultural Law* (1st ed., pp. 231–244). Springer.

Saba, A., Rolandi, S., & Pilloni, M. (2017). Small and medium sized wine producers dealing with business to business e-commerce: Towards a relational model for enhancing value (co-) creation. *BIO Web of Conferences*, *9*, 1–6. https://doi.org/10.1051/bioconf/20170903017

Scholer, A. A., & Higgins, E. T. (2009). Exploring the complexities of value creation: The role of engagement strength. *Journal of Consumer Psychology*, *19*(2), 137–143. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.02.007

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business Seventh Edition. In *John Wiley & Sons Ltd* (Seventh Ed). John Wiley & Sons Ltd.

Utami, H. N., Alamanos, E., & Kuznesof, S. (2019a). Co-creation Benefits by Re-configuring the Value Network in Creative Agri-food Transformation through the SMEs E-commerce channel: A Business Market Perspective. *Proceedings of the International Conference on Trade 2019 (ICOT 2019)*, 63–68. https://doi.org/10.2991/icot-19.2019.14

Utami, H. N., Alamanos, E., & Kuznesof, S. (2019b). Going digital: SMEs Based Food E-commerce Engaging Customer through Customer Needs-Driven. *ICEB 2019 Proceeding 57*, *2019-Decem*, 526–529. https://aisel.aisnet.org/iceb2019/57

Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. *Journal of Service Research*, *13*(3), 253–266. https://doi.org/10.1177/1094670510375599

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing*, *34*(1), 46–67. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.001

Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer Relationships Beyond Purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, *20*(2), 122–146. https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679200201

Zeng, Y., Jia, F., Li, W. C., & Guo, H. (2017). E-commerce in agri-food sector: a systematic literature review. *International Food and Agribusiness Management Review*, *20*(4), 439–459. https://doi.org/10.22434/IFAMR2016.0156

Zhang, M., Guo, L., Hu, M., & Liu, W. (2017). Influence of customer engagement with company social networks on stickiness: Mediating effect of customer value creation. *International Journal of Information Management*, *37*(3), 229–240. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.010

Zhang, T. (2017). Paths for upgrade and transformation of e-commerce of China's fresh agricultural products based on the whole industry supply chain. *Asian Agricultural Research*, *9*(8), 1–4. https://doi.org/10.19601/j.cnki.issn1943-9903.2017.08.001

ANALISIS DAYA SAING BUAH MANGGIS INDONESIA DI NEGARA THAILAND, HONG KONG, DAN MALAYSIA

Eka Purna Yudha[1], Ega Yunita Sari[1], Adi Nugraha[1]

[1] Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Padjadjaran

Email: eka.purna.yudha@unpad.ac.id

Abstrak

Manggis adalah komoditas unggulan ekspor Negara Indonesia. Tiga Negara yang menjadi Negara tujuan ekspor manggis Indonesia adalah Thailand, Hongkong dan Malaysia. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan metode analisis data *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Jenis data berupa nilai ekspor total dan komoditas manggis (HS 080450) Indonesia , nilai ekspor dan impor komoditas manggis Indonesia, volume ekspor manggis Indonesia, dengan data time series tahun 2014-2018. Hasil dari analisis daya saing ekspor manggis Indonesia menunjukkan rata-rata nilai RCA Indonesia di Negara Thailand (0,63) artinya berdaya saing lemah dan tidak memiliki keunggulan komparatif. Pada Negara Hongkong dan Malaysia yaitu masing-masing (28,16) dan (12,69). Menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing kuat dan keunggulan komparatif di Negara Hongkong dan Malaysia. Sedangkan, rata-rata hasil ISP Indonesia (0,973) menyatakan bahwa Indonesia berdaya saing kuat dan dalam tahap kemandirian. Negara India dan Kenya sebagai pengeskpor buah manggis memiliki ISP (0,989) untuk India dan (0,949) untuk Kenya.

Kata kunci : Manggis, Daya saing, RCA, ISP

Abstract

Mangosteen is a leading export commodity of the Indonesian State. The three countries that become Indonesia's mangosteen export destinations are Thailand, Hong Kong and Malaysia. This study uses quantitative analysis with the data analysis method Revealed Comparative Excellence (RCA) and the TradeSpecialization Index (ISP). The types of data consist of the total export value and mangosteen commodity (HS 080450)of Indonesia, the export and import value of Indonesian mangosteen commodities, the volume of Indonesian mangosteen exports, with 2014-2018 time series data. The results of the analysis of Indonesia's mangosteen export competitiveness show the average value of Indonesia's RCA in Thailand (0.63) means that it is weakly competitive and has no comparative advantage. In Hong Kong and Malaysia, respectively (28.16) and (12.69). Supporting that Indonesia has strong competitiveness and comparative advantage in Hong Kong and Malaysia. Meanwhile, the average Indonesian ISP results (0.973) state that Indonesia is highly competitive and in a condition of independence. India and Kenya as exporters of mangosteen fruit have ISPs (0.989) for India and (0.949) for Kenya.

Key source : Mangosteen, Competitiveness, RCA, ISP

Pendahuluan

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi besar dalam sektor pertanian. Kesuburan tanah di Negara Indonesia dapat dimanfaatkan untukmembudidayakan beberapa komoditas pertanian. Sektor pertanian memiliki peran terhadap perkembangan ekonomi Negara dan perekonomian setiap daerah (Respatti et al., 2014; Mani & Yudha, 2021; Yudha et al., 2018). Manggis (Garcinia mangostana Linn)adalah salah satu komoditas pertanian yang tergolong dalam anggota family *Guttiferae* dan dijuluki dengan sebutan *"the queen offruits"* karena memiliki banyak khasiat pada setiap bagiannya. Indonesia adalah salah satu Negara penghasil buah manggis terbesar di Dunia. Menurut (Kementerian Pertanian, 2019) terdapat 4 provinsi penghasil buah manggis terbesar yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Banten dan Sumatera Barat. Tabel 1. Menunjukkan luas panen, produksi dan produktivitas Manggis di 4 Provinsi pada tahun 2019. Provinsi Sumatera Barat menjadiprovinsi terbesar dalam produksi manggis dengan jumlah 28.833 ton di tahun 2019. Artinya data tersebut menyatakan bahwa di Provinsi Sumatera Barat sangat besar potensinya untuk mengembangkan komoditas manggis. Kecocokan karakteristik lahan dan agroklimat serta sebaran wilayah yang luas memungkinkan Indonesia mengembangkan buah manggis (Kustiari et al., 2012).

Tabel 1
Luas panen, Produksi dan Produktivitas Manggis di Indonesia Tahun 2019

No	Provinsi	Luas Panen(Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ha/Ton)
1.	JawaBarat	8.811	74.975	8,51
2.	Jawa Timur	3.467	21.483	6,20
3.	Banten	1.670	10.269	6,15
4.	Sumatera Barat	2.301	28.833	13,60

Sumber : Kementerian Pertanian, 2019

Pada Tabel 1. Menunjukkan bahwa Indonesia memiliki produksi manggis yang melimpah sehingga hal ini menjadikan Indonesia sebagai Negara pengekspor manggis. Menurut (Yatman, 2012) manggis di Indonesia menjadi salah satu komoditas ekspor. Pada tahun 2008 volume ekspor mencapai 6 juta ton dannilai ekspor US$ 3.611.995. Menurut (BPS, 2018) total ekspor buah-buahan diIndonesia sebesar 87,99 ribu ton dengan nilai ekspor US$ 61,86 juta. Komoditas manggis menyumbang 38,84 ribu ton dengan nilai ekspor US$ 33.278.463. Angka tersebut menunjukkan bahwa komoditas manggis penyumbang devisa terbesar pada sektor pertanian komoditas buah-buahan.

Indonesia termasuk kedalam 5 negara terbesar di dunia yang mengekspor manggis. Menurut (Kementrian Pertanian, 2018) pengekspor manggis terbesar dunia adalah Cina, India, Kenya, Indonesia dan Thailand. Komoditas buah manggis memiliki status pasar yang mendunia, pemasarannya sudah masuk ke pasar internasional di beberapa Negara. Menurut (Elfiyani et al., 2014) ekspor buah segar pada pasar buah-buahan tidak dibatasai oleh kuota. Hal ini menjadikan peluang besar untuk Indonesia dapat ekspor manggis ke Negara tujuan. Permintaan pasar internasional terhadap komoditas buah manggis masih belum terpenuhi. Artinya, Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan devisa Negara dengan mengekspor manggis di tingkat pasar internasional. Namun produk pertanin Indonesia harus semakin bersaing di pasar internasional, karena iklim perdagangan dunia semakin bebas, sehingga posisi tawarnya di pasar dunia harus ditingkatkan dan jaringan yang sudah dirintis harus diaktifkan lagi (Muslim & Nurasa, 2011) .

Negara tujuan ekspor buah manggisIndonesia diantaranya Hongkong, Thailand dan Malaysia. Tabel 2. Menunjukkan volume dan nilai ekspor manggis dari Indonesia ke Negara Hongkong,

Thailand dan Malaysia tahun 2018. Negara Malaysiamemiliki jumlah volume lebih banyak dibandingkan Negara lainnya. Hal inimenyatakan permintaan manggis di Negara tersebut sangat tinggi sehingga volumenyamencapai 11.360.742 kg pada tahun 2018.

Tabel 2
Volume dan Nilai Ekspor Manggis Indonesia ke Negara Thailand, Hongkong dan Malaysia Tahun 2018.

No.	Negara	Volume (Kg)	Nilai (US$)
1.	Thailand	10.619.089	7.144.370
2.	Hongkong	3.249.011	3.112.351
3.	Malaysia	11.360.742	5.565.912

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura,2018

Volume ekspor yang relatif tinggi terhadap beberapa Negara tujuan menyatakan tingkat peluang ekspor untuk Negara Indonesia sangat besar. Meningkatkan produksi buah manggis di Indonesia dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan buah manggis pada Negara pengimpor. Semakin banyaknya Negara produsen manggis maka dibutuhkan peningkatan kualitas dan kemampuan daya saing pada komoditas buah manggis Indonesia. Menurut (Ustriaji, 2017) daya saing ekspor diidentifikasi berdasarkan daritingkat output yang dihasilkan terhadap setiap unit input yang digunakan. Daya saing ini menjadi faktor yang menentukan suatu komoditas bertahan pada perdagangan internasional. Artinya bahwa komoditas manggis Indonesia harus memiliki daya saing yang kuat untuk dapat terus mempertahankan komoditasnya di pasar internasional. Adanya negara-negara produsen manggis mengakibatkan pengembangan ekspor manggis dalam jangka panjang sangat ditentukan oleh peningkatan kualitas komoditas dan kemampuan daya saingnya (Hanani et al., 2009; E. P. Yudha et al., 2018; E. P. Yudha et al., 2020), Peluang ekspor yang semakin besar terjadi pada daya saing yang semakin kuat. Kekuatan daya saing suatu komoditas dapat diketahui menggunakan analisis keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk (1) Mengetahui perkembangan ekspor manggis Indonesia ke Negara tujuan eksporyaitu Thailand, Hongkong dan Malaysia periode tahun 2014-2018, (2) Menganalisisdaya saing ekspor manggis Indonesia ke Negara tujuan ekspor yaitu Thailand, Hongkong dan Malaysia periode tahun 2014-2018.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan datakomoditas manggis (HS 80450) secara timeseries dari tahun 2014-2018. Adapun untuksumber data diperoleh dari situs website yang menyediakan data ekspor impor seperti BPS, Cometrade, Fao, Kementrian Pertanian, Kementrian Perdagangan, Trademap.

Rumus dari RCA adalah sebagai berikut:

$$C = \frac{\frac{X_{ij}}{X_j}}{\frac{X_{iw}}{X_w}}$$

Keterangan :

Xij :nilai ekspor komoditi Indonesia di Negara j
Xj :nilai ekspor total negara j
Xiw :nilai ekspor komoditi idunia di Negara j
Xw :nilai ekspor total dunia
C :indeks RCA
i :Komoditi Manggis

Kriteria :
C > 1 = Berdaya saing kuat
C < 1 = Berdaya saing lemah
Kriteria :
ECI > 1 = Berdaya saing kuat
ECI <1 = Berdaya saing lemah

j :Negara Tujuan Ekspor

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun untuk analisis data yang digunakan yaitu dengan pendekatan *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Indeks Spesialisasi Perdagangan* (ISP). Metode analisis data *Revealed Comparative Advantage* (RCA) adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu Negara terhadap komoditas tertentu perdaga (Kementerian Perdagangan RI, 2019). Analisis RCA digunakan untuk mengetahui kinerja ekspor dari suatu Negara.

Sementara itu, metode *Indeks Spesialisasi* (ISP) adalah metode yang digunakan untuk mengukur posisi daya saing suatu Negara di Negara tujuan eksporuntuk komoditas tertentu.
Rumus :

$$C = \frac{N_x - N_m}{N_x + N_m}$$

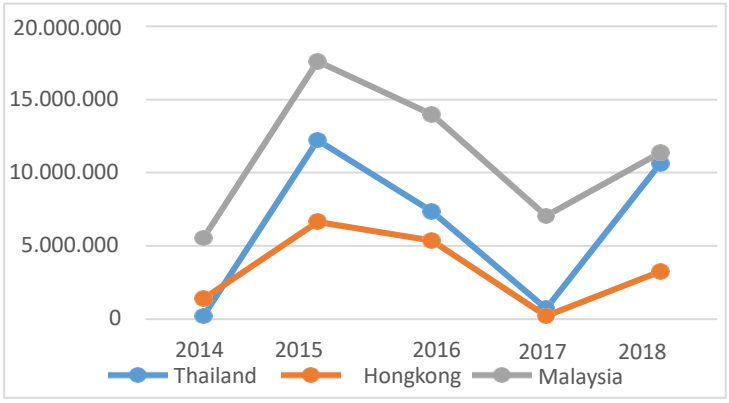
Keterangan :
N : Total nilai barang
x : Ekspor
m : Impor
i : Komoditas

Kriteria :
Tahap Pengenalan -1 < ISP ≤ -0,5
Tahap Substitusi Impor -0,5 < ISP ≤ 0,0
Tahap Perluasan0 < ISP < +0,8
Tahap KemandirianISP = 1,0
Tahap Mengimpor Kembali +0,8 > ISP ≤ 0

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan Ekspor manggisIndonesia ke Negara Thailand, Hongkong dan Malaysia

Manggis adalah salah satu komoditas ekspor unggulan untuk Negara Indonesia. Buah manggis yang dibudidayakan di Negara Indonesia ini sudah masuk ke dalam pasar internasional.Negara pengimpor manggis Indonesia diantaranya adalah Thailand, Hongkong dan Malaysia. Perkembangan ekspor manggis Indonesia terlihat pada total volume ekspormanggis Indonesia ke Negara tujuan.



Gambar 1
Volume ekspor manggis Indonesia terhadap Negara Thailand, Hongkong dan Malaysia
Sumber : Kementerian Pertanian, 2020

Pada Gambar 1. Terlihat bahwa perkembangan volume ekspor komoditasmanggis ke Negara tersebut sangat berfluktuatif. Tahun 2015 menjadi puncak terbesar untuk Negara Indonesia dalam volume ekspor ke Negara Thailand, Hongkong dan Malaysia dibandingkandengan tahun lainnya. Hal ini disebabkan melonjaknya permintaan manggis di Negara tujuan ekspor. Komoditas manggis yang dihasilkan oleh ketiga Negara tersebut tidak dapat memenuhi

kebutuhanmasyarakatnya, sehingga terjadi lonjakan volume ekspor dari Negara Indonesia. Negara Malaysia adalah Negara importir manggis Indonesia terbesar pada tahun 2014-2018 jika dibandingkan dengan Negara Thailand dan Hongkong. Tahun 2017 total volume ekspor untuk NegaraThailand dan Hongkong memiliki jumlah yang hampir sama. Volume ekspor manggis Indonesia ke Negara Thailand dapat dikatakan sedikit, hal ini dikarenakanNegara Thailand dapat membudidayakanmanggis di Negara nya. Menurut (Kementerian Pertanian RI, 2019) NegaraThailand masuk dalam kategori 10 negara pengekspor buah manggis.

Daya saing komoditas manggis Indonesia

Metode *Revealed Comparative Advantage* (RCA) digunakan untuk mengukur keunggulan komparatif suatu Negara terhadap negara tujuan eksporuntuk komoditas buah manggis. Hasil RCA > 1 menunjukkan bahwa Negara Indonesia memiliki keunggulan komparatif danberdaya saing kuat di Negara tujuan ekspor yaitu Thailand, Hongkong dan Malaysia.Sementara, untuk RCA < 1 artinya NegaraIndonesia memiliki daya saing lemah terhadap Negara tujuan ekspor untuk komoditas manggis (Baskara & Supriono, 2018; Hasanah et al., 2021b). Tabel 4. Menunjukkanhasil perhitungan RCA Manggis Indonesiaterhadap Negara tujuan ekspor tahun 2014-2018. Komoditas manggis Indonesia memiliki keunggulan komparatif danmemiliki daya saing pada Negara tujuan ekspor yaitu Hongkong dan Malaysia. Setiap tahunnya nilai RCA untuk Hongkong dan Malaysia memangmengalami fluktuasi, namun nilai RCA tersebut tetap berada di nilai lebih dari satu.Sehingga, Indonesia memiliki keunggulan komparatif di Negara Malaysia danHongkong

Tabel 4
Hasil perhitungan RCA komoditas manggis Indonesia ke Negara tujuanekspor (Thailand, Hongkong dan Malaysia)

No.	Negara Tujuan	Tahun (t)	RCA Indonesia
1.	Thailand	2014	0,04
		2015	1,35
		2016	0,89
		2017	0,05
		2018	0,84
	Rata-rata		0,63
2.	Hongkong	2014	6,05
		2015	43,84
		2016	40,75
		2017	1,26
		2018	48,88
	Rata-rata		28,16
3.	Malaysia	2014	4,26
		2015	23,58
		2016	15,10
		2017	7,24
		2018	13,26
	Rata-rata		12,69

Sumber : UNCOMTRADE, 2018 (diolah)

Nilai RCA komoditas manggisindonesia terhadap Negara Thailand dapat dinyatakan tidak memiliki keunggulan komparatif dan tidak memiliki daya saing. Pada tahun 2015 nilai RCA Indonesia ke Negara Thailand meningkat menjadi 1,35. Artinya Negara Indonesia memiliki keunggulan komparatif dan berdaya saing kuat di Negara Thailand hanya pada tahun 2015. Sementara itu, berdasarkan hasil analisis RCA, rata-rata nilai perhitunganRCA pada Negara Thailand yaitu 0,63. Sehingga dapat disimpulkan untuk Negara Thailand, tidak ada keunggulan komparatifdan berdaya saing lemah terhadap ekspor komoditas manggis Indonesia (Kustiari et al., 2012; Evi Thelia Sari, 2006; Hidayati & Suhartini, 2018).
Keunggulan komparatif yang timbuldi Negara Malaysia dan Hongkong disebabkan adanya perniagaan yang menguntukan antara dua daerah ekonomi yang bekerja sama dalam ekspor manggis. Menurut (Pradipta, 2015; Hasanah et al., 2021; Satria et al., 2020) keuntungan komparatif timbul akibat perbedaan *"endowments"* seperti sumber daya alamiah, modal, penduduk dan lainnya.

Rasio-rasio antar biaya produksi untuk suatu produk komoditas Negara tertentuakan berbeda dengan rasio sama, pada Negara lain. Indonesia sebagai Negara pengekspor buah manggis dapat diukur daya saingnya menggunakan metode analisis Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP). Pada metode ISP Negara Indonesia dapat diukur kriterianya. Terdapat 5 kriteriauntuk metode ISP yaitu Tahap Pengenalan($-1 < ISP \leq -0,5$) ,Tahap Substitusi Impor ($-0,5 < ISP \leq 0,0$) ,Tahap Perluasan ($0 < ISP < +0,8$) ,Tahap Kemandirian ($ISP = 1,0$) , Tahap Mengimpor Kembali ($+0,8 > ISP \leq 0$).Posisi daya saing yang diukur yaitu diantaranya Negara-negara pengekspormanggis yaitu Indonesia, India dan Kenya.Hasil perhitungan nilai ISP kemudian disesuaikan dengan 5 kriteria dari metode ISP.

Tabel 5
Hasil perhitungan ISP (Indeks Spesialisasi Perdagangan) komoditas manggisIndonesia, India dan Kenya tahun 2014-2018

Negara	Tahun (t)	Nilai Ekspor (USDollar)	Nilai Impor (US Dollar)	ISP	Keterangan
Indonesia	2014	8.450.000	582.000	0,871	Tahap Kemandirian
	2015	19.015.000	2.000	1,000	Tahap Kemandirian
	2016	21.072.000	14.000	0,999	Tahap Kemandirian
	2017	5.225.000	13.000	0,995	Tahap Kemandirian
	2018	34.528.000	5.000	1,000	Tahap Kemandirian
			Rata-rata	0,973	**Tahap Kemandirian**
India	2014	169.136.000	1.080.000	0,987	Tahap Kemandirian
	2015	183.567.000	1.155.000	0,987	Tahap Kemandirian
	2016	202.540.000	806.000	0,992	Tahap Kemandirian
	2017	182.216.000	822.000	0,991	Tahap Kemandirian
	2018	160.065.000	1.112.000	0,986	Tahap Kemandirian
			Rata-rata	0,989	**Tahap Kemandirian**
Kenya	2014	14.714.000	48.000	0,993	Tahap Kemandirian
	2015	19.154.000	139.000	0,986	Tahap Kemandirian
	2016	17.943.000	55.000	0,994	Tahap Kemandirian
	2017	17.401.000	1.439.000	0,847	Tahap Kemandirian
	2018	20.292.000	775.000	0,926	Tahap Kemandirian
			Rata-rata	0,949	**Tahap Kemandirian**

Sumber : Trade Map, 2018 (diolah)

Pada tabel 5. Menunjukkan bahwa tiga Negara produsen utama manggis yaituIndonesia, India dan Kenya memiliki daya saing yang kuat dan berada diposisi kriteriatahap kemandirian (Riris Loisa, 2019; E. Yudha et al., 2018). India merupakan Negara dengan Indeks Spesialisasi

Perdagangan (ISP) tertinggi jika dibandingkan dengan Indonesia dan Kenya. Ketiga Negara tersebut cenderung memiliki nilai ISP mendekati 1. Artinya produk yang dihasilkan oleh Negara tersebut khususnya komoditas manggis memiliki daya saing yang kuat dan termasuk kedalam golongan produk tahap kemandirian. Nilai ISP Indonesia cenderung fluktuatif, namun hampir setiaptahunnya nilai ISP mendekati 1. Hal ini disebabkan tingkat produksi komoditas manggis di Indonesia yang selalu meningkat setiap tahunnya. Terbukti pada nilai ISP Indonesia pada tahun 2014 yaitu 0,871 dan mengalami peningkatan menjadi 1 Untuk Kenya, nilai ISP cenderung stabildan tetap mendekati 1, namun terjadi penurunan nilai ISP pada tahun 2017 dankembali meningkat di tahun 2018.

Kesimpulan

Ekspor manggis akan menjadi lebih efisien apabila difokuskan pada tujuan negara-negara dengan nilai memiliki dayasaing dan keunggulan komparatif seperti Negara Hongkong dan Malaysia. Indonesia perlu meningkatkan produksi komoditas manggis dengan tetap menjamin kualitas, agar buah manggis tetap bisa menjadi produk buah unggulan ekspor

Pengembangan ke depan perlu mempertimbangkan pengolahan produksi agroindustri turunan dari manggis, agar bisa meningkatkan nilai jual dan rantai pemasaran. Sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, produktitvitas, nilai tambah, dan daya saing (E. P. Yudha & Noerbayinda, 2023). Daya saing dan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh komoditas manggis Indonesia harus dapat dipertahankan dan dikembangkan terkaittingkat produksinya, kualitas yang terjamindan memperluas kerjasama dengan Negara lain untuk bisa menjadi Negara pengimpormanggis Indonesia (Gentzora et al., 2021; Andala et al., 2014).
Pemerintah dan masyarakat khususnya petani manggis harus bisa bekerjasama dalam membudidayakan komoditas tersebut (Setiawan et al., 2021). Dukungan terhadap petani manggis untuk dapat membantu dalam meningkatkan kualitas dan volume produksi manggis sangat dibutuhkan.Memberikan kemudahan akses untukmendapatkan alat dan bahan-bahan usaha tani manggis menjadi salah satu bantuan yang dapat membantu dalam peningkatan produksi.

Daftar Pustaka

Andala, A., Abidin, Z., & Situmorang, S. (2014). Keunggulan Kompetitif Dan Komparatif Usahatani Manggis Di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, *2*(3), 214–222.

Baskara, A. Y., & Supriono. (2018). Analisis Daya Saing Ekspor Kelapa Indonesia Di Pasar Internasional (Studi Pada Industri kopra Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *61*(1), 208–214.

Elfiyani, R., Radjab, N. S., & Harfiyyah, L. S. (2014). PERBANDINGAN PENGGUNAAN ASAM SITRAT DAN TARTRAT TERHADAP SIFAT FISIK GRANUL EFFERVESCENT EKSTRAK KERING KULIT BUAH MANGGIS (Garcinia mangostana L.). *Media Farmasi*, *11*(1), 7–17.

Evi Thelia Sari. (2006). Peranan Customer Value Dalam Mempertahankan Keunggulan Bersaing Pada Restoran Cepat Saji. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, *2*(2), 68–75.

Gentzora, B. M., Noor, T. I., & Yudha, E. P. (2021). *POTENSI NILAI MANFAAT EKONOMI DAN KESEDIAAN PETANI THE POTENTIAL VALUE OF ECONOMIC BENEFIT AND FARMERS WILLINGNESS TO PAY CIPANGARANGAN IRRIGATION SERVICES PENDAHULUAN Cipangarangan adalah sungai yang berasal dari 5 (lima) titik mata air yang terletak d.* *7*(2), 1417–1438.

Hanani, N., Hartono, R., & Ratnadi, L. P. A. (2009). ANALISIS TINGKAT DAYA SAING EKSPOR BUAH-BUAHAN INDONESIA ANALYSIS COMPETITIVENES LEVEL EXPORT FRUIT INDONESIA. *Agrise*, *9*(1), 1.

Hasanah, F., Setiawan, I., Noor, T. I., & Yudha, E. P. (2021a). Analisis Potensi Sektor Unggulan Dan Perubahan Struktur Ekonomi Di Kabupaten Serang Provinsi Banten. *MIMBAR AGRIBISNIS*, *7*(1), 947–960.

Hasanah, F., Setiawan, I., Noor, T. I., & Yudha, E. P. (2021b). Pemetaan Sebaran Tingkat Alih Fungsi Lahan Sawah di Kabupaten Serang. *Jurnal Agrica*, *14*(2), 171–182. https://doi.org/10.31289/agrica.v14i2.5039

Hidayati, T. N., & Suhartini, S. (2018). Analisis Daya Saing Ekspor Pisang (Musa Paradiaca L.) Indonesia di Pasar Asean dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, *2*(4), 267–278. https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.04.2

Kementerian Perdagangan RI. (2019). *Metodologi Indeks Spesialisasi Perdagangan (ISP)*.

Kementerian Pertanian RI. (2019). *Stastistik Data Volume dan Nila Ekspor subsektor Hortikultura Indonesia tahun 2014-2018*.

Kustiari, R., Purba, H. J., & Hermanto, N. (2012). Analisis Daya Saing Manggis Indonesia di Pasar Dunia (Studi Kasus di Sumatera Barat). *Jurnal Agro Ekonomi*, *30*(1), 81–107. https://doi.org/10.21082/jae.v30n1.2012.81-107

Mani, S. Al, & Yudha, E. P. (2021). The Competitiveness of Indonesian Cashew Nuts in The Global Market. *Jejak*, *14*(1), 93–101. https://doi.org/10.15294/jejak.v14i1.26067

Muslim, C., & Nurasa, T. (2011). Daya Saing Komoditas Promosi Ekspor Manggis, Sistem Pemasaran dan Kemantapannya di Dalam Negeri (Studi Kasus di Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat). *Jurnal Agro Ekonomi*, *29*(1), 87–111. https://doi.org/10.21082/jae.v29n1.2011.87-111

Pradipta, A. (2015). Posisi Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Buah-Buahan Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, *11*(2), 129–143.

Respatti, E., Goejantoro, R., Wahyuningsih, S., Program, M., Statistika, S., Program, S. P., & Unmul, F. (2014). Perbandingan Metode Ordinary Kriging dan Inverse Distance Weighted untuk Estimasi Elevasi Pada Data Topografi (Studi Kasus: Topografi Wilayah FMIPA Universitas Mulawarman) Comparison of Ordinary Kriging and Inverse Distance Weighted Methods for Estimation. *Jurnal EKSPONENSIAL*, *5*(2), 163–170.

Riris Loisa, F. P. D. (2019). Analisis Daya Saing Ekspor Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, *2*(4), 1–11. https://doi.org/10.24912/jmbk.v2i4.4863

Satria, F. M., Nugraha, A., Yudha, E. P., & Ernah. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN INDUSTRI HILIR DOMESTIK TERHADAP BIJI KAKAO. *Agricore*, *5*(2), 139–150.

Setiawan, M. A., Noor, T. I., Sulistyowati, L., & Yudha, E. P. (2021). Mapping of Food Security Based on Natural Disaster Mitigation in Serang Regency, Banten Province, Indonesia. *PSYCHOLOGY AND EDUCATION*, *58*(4), 911–924.

Ustriaji, F. (2017). analisis daya saing komoditi ekspor unggulan indonesia di pasar internasional. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, *14*(2), 149–159. https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jep.v14i2.38 51

Yudha, E., Juanda, B., Kolopaking, L., & Kinseng, R. (2018). Pengukuran pengaruh belanja desa terhadap kinerja pembangunan desa dengan menggunakan geographically weighted regression. *TATALOKA*, *20*(1), 23–34.

Yudha, E. P., Juanda, B., Kolopaking, L. M., & Kinseng, R. A. (2018). Rural Development in Rural Autonomy Era (Case Study at Pandeglang District, Banten Province -Indonesia). *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*, *37*(3), 269–278.

Yudha, E. P., Juanda, B., Kolopaking, L. M., & Kinseng, R. A. (2020). Rural development policy and strategy in the rural autonomy era. Case study of pandeglang regency-indonesia. *Human Geographies*, *14*(1). https://doi.org/10.5719/hgeo.2020.141.8

Yudha, E. P., & Noerbayinda, E. (2023). Analisis Daya Saing Pisang Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, *7*(1).

PENDEKATAN *STOCHASTIC FRONTIER* PADA EFISIENSI TEKNIS DAN EKONOMI USAHATANI PADI (*ORYZA SATIVA* L.) DI KECAMATAN BURNEH, KABUPATEN BANGKALAN

Amirza Rizki Rachmawati[1], Nur Winda Dewi Agustina[2], Siti Nuridayanti Rahman[3], Tantria Oktaviana[4], dan Weny Eka Wahyu Maulidya[5]

[1]Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Raya Telang, Perum Telang Indah, Telang, Kamal, Bangkalan, 69162.

Email: rachmawatiamirza05@gmail.com

Abstrak

Kecamatan Burneh merupakan salah satu wilayah penghasil padi tertinggi di Kabupaten Bangkalan. Namun, masih terdapat masalah inefisiensi pada usahatani padi di Kecamatan Burneh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat efisiensi teknis dan ekonomi serta penyebab inefisiensi usahatani padi di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 68 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis fungsi produksi *Stochastic Frontier*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata petani padi di Kecamatan Burneh memiliki nilai efisiensi teknis sebesar 0,55, efisiensi alokatif sebesar 0,980 dan efisiensi ekonomi sebesar 0,424. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa rata-rata usahatani padi di Kecamatan Burneh efisien secara alokatif, tetapi tidak efisien secara teknis dan ekonomi.

Kata kunci: Usahatani Padi, Produktivitas, Efisiensi, Sumber Inefisiensi

Abstract

The Burneh district is one of the highest rice producing regions of the district of Bangkalan. However, there is still an inefficiencies in the rice farming in the Burneh district. The study aimed to analyzed technical and economic efficiency levels and causes of rice inefficiencies in Burneh district, the district of Bangkalan. The study use a quantitative descriptive method approached with a sample number of 68 respondents.the method of analysis used is the stochastic frontier production function analysis. Researched shows that the average rice farmer in the Burneh district has a technical effieciency value of 0,55, alregional efficiency of 0,980 and economic efficiency of 0,424. It may be concluded, that the average rice farming in the Burneh district is allocative efficient, but not technically and economically efficient.

Keywords: Rice Farming, Productivity, Efficiency, Sources of Ineficiency

Pendahuluan

Sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut Kementerian Agraria dan Tata Ruang atau Badan Pertahanan Nasional (ATR/BPN) pada tahun 2019 menyatakan bahwa Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki luas lahan pertanian sebesar 7.463.948 ha lahan baku sawah (lahan sawah). Jumlah penduduk di Indonesia yang bekerja di sektor pertanian sebesar 38,23 juta orang atau 29,76%, sedangkan sisanya bekerja di sektor perdagangan dan industri (BPS, 2020).

Padi (*Oryza sativa* L.) merupakan komoditas strategis yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Selain itu, padi juga menjadi makanan pokok bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2021), Provinsi Jawa Timur merupakan penyumbang produksi padi tertinggi di Indonesia dengan jumlah produksi sebesar 9.789.587,67 ton dan luas panen sebesar 1.747.481,20 ha pada tahun 2021. Kondisi ini menunjukkan bahwa Provinsi Jawa Timur memiliki kontribusi tinggi dalam menyumbang produksi padi nasional.

Tabel 1
Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Padi di Kecamatan Bureth Tahun 2016-2020

Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2016	6.476	40.151	6,2
2017	6.463	43.890	6,79
2018	5.121	31.296	6,11
2019	4.611	25.678	5,57
2020*	6.521	36.367	5,58
Rata-rata produktivitas			6,05

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020
Keterangan: *) Angka sementara

Kabupaten Bangkalan merupakan wilayah penghasil padi tertinggi di Pulau Madura pada tahun 2019 dengan jumlah produksi sebesar 201.620 ton (BPS, 2019). Salah satu wilayah di Kabupaten Bangkalan yang menjadi sentra produksi padi tertinggi yaitu Kecamatan Burneh. Meskipun menjadi sentra produksi padi di Kabupaten Bangkalan, produktivitas padi di Kecamatan Burneh mengalami penurunan dari tahun 2018-2020 sebesar 0,53 ton/ha. Kondisi ini menunjukkan adanya permasalahan inefisiensi produksi yang terjadi pada usahatani padi di Kecamatan Burneh. Salah satu indikator penyebab inefisiensi usahatani padi yaitu rendahnya produktivitas (Noer et al., 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rivanda et al., (2015) input produksi yang berpengaruh nyata terhadap peningkatan produksi padi yaitu luas lahan, pupuk kandang, pupuk NPK, tenaga kerja, dan musim tanam sedangkan penggunaan benih secara berlebihan dapat menurunkan produksi padi sehingga berpengaruh terhadap penurunan produktivitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Nafisah & Fauziyah (2020) dan Asnah et al., (2015) menyatakan bahwa rendahnya produktivitas usahatani disebabkan oleh inefisiensi usahatani dimana inefisiensi produksi disebabkan oleh pengalokasian faktor-faktor produksi yang kurang tepat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Azwar et al., (2019), Fauzan (2020), Gultom et al., (2014), dan Yoko et al., (2014) menyatakan bahwa kombinasi pengalokasian penggunaan input usahatani padi secara teknis pada tingkat biaya minimum akan mempengaruhi tingkat efisiensi petani. Input produksi yang berpengaruh terhadap produksi padi yaitu benih/bibit, subsidi benih hibrida, subsidi pupuk organik, pupuk KCL, lahan, dan tenaga kerja (Yousuf Kurniawan, 2012; Wilujeng & Fauziyah, 2021; dan Tinaprilla et al., 2013). Sementara itu, menurut Anggraini et

al., (2016) dan Fauzan (2020) menyatakan bahwa penyebab inefisiensi usahatani padi diantaranya yaitu usia, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan keikutsertaan dalam kelompok tani.

Rendahnya produktivitas padi berdampak pada penurunan pendapatan yang diperoleh oleh petani (Miftachuddin, 2014). Suryandari & Rahayuningsih (2020) menyatakan bahwa pendapatan petani padi dengan luas lahan kurang dari 1 ha di Desa Tonjung, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan memiliki rata-rata pendapatan bersih selama satu kali tanam (3 bulan) sebesar Rp2.446.200,00 atau setara dengan Rp815.400,00 per bulan. Apabila dibandingan dengan Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) Kabupaten Bangkalan 2020 yaitu sebesar Rp1.954.705,75 per bulan, maka pendapatan petani padi di Desa Tonjung masih jauh di bawah UMK. Kondisi ini menunjukkan adanya kemungkinan terjadinya inefisiensi ekonomi karena pendapatan petani padi di Desa Tonjung masih dibawah UMK Kabupaten Bangkalan. Menurut Arnanda et al., (2016) efisiensi ekonomi disebabkan karena keterbatasan akses petani dalam memperoleh input produksi, mahalnya biaya transportasi, keterbatasan infrastruktur pertanian, dan rendahnya sumber daya petani padi di Kecamatan Kuala Kampar.

Penelitian terkait efisiensi teknis dan ekonomi usahatani padi telah banyak dilakukan di berbagai wilayah. Penelitian yang dilakukan oleh Konja et al., (2019) menyatakan bahwa faktor yang menjadi penyebab inefisiensi teknis petani padi di Ghana Utara yaitu usia, penyuluhan, pendidikan, ukuran rumah tangga, dan akses kemudahan kredit. Produksi beras di Guraferda Woreda, Ethiopia dipengaruhi oleh lahan, tenaga kerja, tenaga sapi, benih, herbisida, dan DAP sedangkan efisiensi ekonomi dipengaruhi oleh pendidikan, frekuensi kontak ekstensi dan keanggotaan koperasi, serta kedekatan dengan pasar (Melese et al., 2019). Pada penelitian yang dilakukan oleh Watkins et al., (2014) mengemukakan bahwa produksi beras di Amerika Serikat tidak efisien secara alokatif dan ekonomi karena kurangnya kombinasi input yang tepat sehingga biaya yang digunakan belum minimal. Selanjutnya, penelitian oleh Bidzakin et al., (2018) menyatakan bahwa sistem pertanian kontrak memiliki efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan sistem pertanian non kontrak, sedangkan pada kebun kontrak dengan sistem irigasi memiliki efisiensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan kebun kontrak dengan produksi tadah hujan. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis tingkat efisiensi teknis dan ekonomi serta penyebab inefisiensi usahatani padi di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan pada bulan Mei sampai dengan Juni 2022. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (purposive). Adapun pertimbangan mengenai pemilihan lokasi di Kecamatan Burneh disebabkan karena Kecamatan Burneh merupakan sentra produksi padi di Kabupaten Bangkalan dengan jumlah produksi padi 25.678 ton dan produktivitas mencapai 5,57 ton/ha pada tahun 2019 (BPS, 2019). Dipilih tiga desa yang berada di Kecamatan Burneh untuk dilakukan penelitian dengan pertimbangan ketiga desa tersebut memiliki jumlah produksi padi yang tertinggi yaitu Desa Tonjung, Burneh, dan Langkap. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada analisis efisiensi teknis dan ekonomi serta penyebab inefisiensi usahatani padi di Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan.

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari kegiatan wawancara dengan bantuan kuesioner. Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga dilengkapi dengan data sekunder sebagai penunjang penelitian. Kemudian pada teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non-probability sampling dengan tipe purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria. Kriteria petani yang digunakan dalam penelitian ini yaitu petani yang memiliki luas lahan minimal 0,1 ha dan

berpengalaman usahatani minimal 2 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times p\,(1-p)}{d^2} \quad \text{.....(1)}$$

$$n = \frac{1{,}645^2 \times 0{,}5\,(1-0{,}5)}{0{,}1^2} = 67{,}651$$

Keterangan:

n = jumlah sampel; z (skor z pada taraf 10%) = 1,645; p (maksimal estimasi) = 0,5; d (*alpha* atau *sampling error*) = 10% atau 0,1 (Lemeshow dan Levy, 1997).

Berdasarkan perhitungan lemeshow diperoleh hasil 67,651 atau dibulatkan menjadi 68 sampel. Jumlah sampel tersebut diambil dari tiga desa yaitu Desa Tonjung 20 responden, Desa Burneh 20 responden, dan Desa Langkap 28 responden. Sampel petani ditentukan secara *purposive sampling* karena keterbatasan data mengenai populasi petani padi di Kecamatan Burneh, sehingga tidak memungkinkan dilakukan pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan keadaan petani dalam melakukan usahatani padi. Sedangkan pada analisis kuantitatif digunakan untuk melakukan perhitungan terkait hasil produksi, harga dari hasil produksi, jumlah dari faktor produksi, dan harga faktor produksi. Analisis data diolah menggunakan analisis fungsi produksi *Stochastic Frontier* dengan bantuan *Software Frontier 4.1* dan *Microsoft Office Excel*. Adapun fungsi produksi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu fungsi produksi *Stochastic Frontier Cobb-Douglass* yang dapat dinyatakan dalam persamaan berikut (Coelli dan Battese 1998).

$$\text{Ln Y} = \beta\, o + \beta\, 1\text{lnP1} + \beta\, 2\text{lnP2} + \beta\, 3\text{lnP3} + \text{vi} - \text{ui} \quad \text{.....(2)}$$

Keterangan:

Y	= Produksi Padi (Kg)
P1	= Luas Lahan (Ha)
P2	= Benih (Kg)
P3	= Pupuk Urea (Kg)
β 0	= Intersep
β 1, β 2, β 3	= Parameter yang diestimasi
vi, ui	= *error term* (efek inefisiensi dalam model)

Efisiensi Teknis digunakan untuk mengukur tingkat produksi yang dapat dicapai pada sebuah proses produksi dengan penggunakan input tertentu. Dalam bidang pertanian seorang petani secara teknis dapat dikatakan lebih efisien dibandingkan petani lain apabila pada proses produksi input yang digunakan memiliki kesamaan jenis maupun jumlah, tetapi output yang dihasilkan lebih tinggi (Yousuf Kurniawan, 2012). Menurut Coelli (1996) berpendapat bahwa bentuk umum dari ukuran efisiensi teknis yang dapat dicapai ke-I pada waktu ke-t sebagai berikut:

$$\text{TE} = \text{E}\,[\exp(-U\,i)/\varepsilon\,i] \quad \text{.....(3)}$$

Kegiatan usahatani dapat dikategorikan sangat efisien apabila nilai indeks efisiensi memiliki nilai ≥ 0,90, cukup efisien jika 0,70 ≤ TE dan dikatakan tidak efisien jika TE < 0,70 (Coelli and

Battese, 1998). Untuk melakukan analisis sumber-sumber inefisiensi dapat digunakan persamaan sebagai berikut:

ui = δ0 + δ1S1 + δ2S2 + δ3S3 + δ4S4……..….(4)

Keterangan:

ui = Efek inefisiensi teknis

δ0 = Konstanta

S1 = Usia petani (tahun)

S2 = Tingkat pendidikan formal

S3 = Pengalaman berusahatani padi (tahun)

S4 = Keikutsertaan petani dalam lembaga/kelompok

Fungsi biaya merupakan sebuah fungsi dual dari fungsi produksi yang dapat dicari setelah fungsi produksi diperoleh dari persamaan fungsi produksi. Secara matematis rumus dari fungsi biaya yaitu:

$$r = \left(\sum_{j}^{n} bi\right)^{-1}$$

ai = r.bi

$$K = \frac{1}{r}(\beta 0\, \pi\, {}^{bj}_{bi})^{-r}$$

$$C = K\, \pi\, {}_{j=1}^{i}\, P\, J\, i^{aj} Yo^{r} \text{.....(5)}$$

Ln C = ln K + $\alpha_1$lnP$_1$ + $\alpha_2$lnP$_2$ + $\alpha_3$lnP$_3$ + rlnYo…….(6)

Semakin tinggi nilai efisiensi ekonomi maka keuntungan yang diperoleh petani semakin mencapai tingkat yang maksimum. Selain itu, menurut Anggraini et al., (2016) diketahui bahwa efisiensi ekonomi juga dapat didefinisikan sebagai rasio antara biaya total produksi minimum dengan total biaya produksi aktual, sesuai dengan persamaan berikut:

$$EEi = \frac{C^{*}}{C} = \frac{E\ (Ci\ \mu i = 0, Yi, Pi)}{E\ (Ci\ \mu i, Yi, Pi)}$$

$$= E\ [\exp(U\, i\,)/\varepsilon\, i\,] \text{.....(7)}$$

Keterangan:

EEi = Efisiensi ekonomi

Ci* = Rasio total biaya produksi minimum

Ci = Total biaya produksi actual

Selanjutnya yaitu analisis efisiensi alokatif, dimana efisiensi alokatif dari setiap individu petani dapat diperoleh dari pembagian efisiensi teknis dan ekonomi (Nikmah et al., 2013). Adapun rumus efisiensi alokatif (AE) dari setiap individu usahatani sebagai berikut :

AE = EE/ET…….(8)

Keterangan:

EE = Efisiensi Ekonomi

ET = Efisiensi Teknis

Hasil dan Pembahasan

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi

Fungsi produksi *Stochastic Frotier Cobb-Douglass* digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi dan besarnya tingkat efisiensi teknis dari masing-masing petani. Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan *Software Frontier 4.1*, maka dapat dirumuskan hasil persamaan dari fungsi produksi *Stochastic Frontier Cobb-Douglass* sebagai berikut:

Ln Y = 6,540 + 0,522 lnP1 + 0,277 lnP2 + 0,198 lnP3 + vi – ui…….(1)

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh dugaan fungsi produksi *Stochastic Frontier* yang menjelaskan kinerja paling baik dari petani padi di Kecamatan Burneh dapat dilihat dari penggunaan input produksi dan teknologi. Hasil pendugaan dilakukan menggunakan metode *Final Maximum Likelihood Estimated* (MLE). Dari Tabel 2 diketahui bahwa nilai *Ratio Generalized Likelihood* (LR) fungsi produksi *Stochastic Frontier* sebesar 18,625 lebih besar dari tabel kode palm sebesar 11,911 yang berarti bahwa terdapat permasalahan inefisiensi teknis pada petani padi di Kecamatan Burneh. Nilai γ (gamma) pada t-hitung sebesar 3,382 lebih besar dari t-tabel (1,997). Kondisi ini berarti bahwa 81,9% *error term* disebabkan karena permasalahan inefisiensi teknis. Sedangkan sisanya 18,01% disebabkan oleh risiko (vi).

Tabel 2
Hasil Estimasi Fungsi Produksi *Cobb Douglas* Usahatani Padi Menggunakan Metode MLE Tahun 2022

Variabel Input	*Final Maximum Likelihood Estimated* (MLE)		
	Koef	*Std. Error*	t-ratio
Konstanta	6,540	0,983	6,656
Luas Lahan (P_1)	0,522	0,201	2,596*
Benih (P_2)	0,277	0,352	0,787
Pupuk Urea (P_3)	0,197	0,285	0,694
σ (sigma-squared)	0,434	0423	1,027
Γ (gamma)	0,819	0,242	3,382*
LR *Test*		18,625	

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Keterangan:

*) berpengaruh signifikan pada taraf α 5% (1,997)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap produksi padi di Kecamatan Burneh yaitu luas lahan. Diketahui nilai t-hitung luas lahan (2,596) lebih besar dari t-tabel (1,997). Artinya variabel luas lahan (P1) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan produksi padi di Kecamatan Burneh. Penambahan luas lahan sebesar 1% dapat meningkatkan produksi padi sebesar 0,52%. Fakta dilapang, luas lahan yang digunakan oleh petani padi di Kecamatan Burneh cukup luas yaitu rata-rata 0,6 ha. Kondisi ini diduga menjadi penyebab tingginya rata-rata produksi padi di Kecamatan Burneh. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Heriani & Nurdin (2022) dan Waskito et al., (2021) menyatakan bahwa semakin tinggi luas lahan, maka semakin tinggi produksi padi yang dihasilkan. Sedangkan variabel benih (P2) dan pupuk urea (P3) tidak berpengaruh signifikan terhadap produksi padi di Kecamatan Burneh dengan nilai t-hitung berturut-turut 0,787; 0,694

lebih kecil dari t-tabel (1,669) pada taraf kesalahan 10%. Kondisi ini sejalan dengan penelitian oleh Walis et al., (2021) dan Lailiyah et al., (2017) yang menyatakan bahwa penggunaan benih dan pupuk urea tidak mempengaruhi jumlah produksi padi. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Zainuddin dan Wibowo (2021) di Kabupaten Jember yang menyebutkan bahwa jumlah benih dan jumlah pupuk urea berpengaruh terhadap jumlah produksi padi.

Analisis Efisiensi Teknis

Perhitungan mengenai efisiensi teknis usahatani padi di Kecamatan Burneh dapat dianalisis menggunakan model fungsi produksi *stochastic frontier* melalui *TE Effect Model*. Kegiatan usahatani dapat dikategorikan sangat efisien apabila nilai indeks efisiensi dari hasil analisis memiliki nilai ≥ 0,90, cukup efisien jika 0,70 ≤ TE, dan dikatakatan tidak efisien jika nilai TE < 0,7 (Coelli and Battese, 1998). Berikut merupakan data mengenai sebaran hasil analisis efisiensi teknis padi di Kecamatan Burneh dengan menggunakan tabel yang diperoleh dari perhitungan selang kelas dari hasil analisis efisiensi teknis dari setiap petani padi yang tersaji dalam Tabel 3.

Tabel 3
Efisiensi Teknis Usahatani Padi Kecamatan Burneh Tahun 2022

Tingkat Efisiensi	Jumlah Petani	Persentase
< 0,7	47	69,1
≥ 0,7	21	30,9
Jumlah	68	100%
Rata-rata	0,55	
Max	0,89	
Min	0,14	

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai rata-rata efisiensi teknis petani padi sebesar 0,55 yang artinya rata-rata petani padi di Kecamatan Burneh belum dapat dikategorikan efisien karena kemampuan efisien secara teknisnya sebesar 55%. Adapun nilai minimum dari efisiensi teknis sebesar 0,14 sedangkan nilai maksimum sebesar 0,89. Sebanyak 21 atau 30,9% petani dapat dikategorikan efisien secara teknis sedangkan 47 atau 69,1% petani termasuk dalam kategori tidak efisien secara teknis. Perbedaan rentang antara jumlah petani yang efisien secara teknis dan tidak efisien secara teknis dapat disebabkan karena adanya penggunaan input yang bervariasi (Firdaus & Fauziyah, 2020). Kondisi ini dapat dilihat dari adanya perbedaan nilai minimum dan maksimum dari efisiensi teknis.

Berdasarkan nilai rata-rata efisiensi teknis yang dilakukan dalam penelitian ini memiliki nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafisah & Fauziyah (2020) di Desa Langkap, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan sebesar 0,70 atau setara dengan 70%, Noer et al., (2018) sebesar 0,71 atau 71% pada usahatani padi ladang di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan, Sulistyaningsih & Waluyati (2019) sebesar 0,72 atau 72% pada usahatani padi Kabuapten Bantul, Provinsi Yogyakarta, dan sebesar 0,77 atau 77% pada penelitian yang dilakukan oleh pada usahatani padi di Vietnam (Ho & Shimada, 2019).

Adanya perbedaan hasil efisiensi teknis pada usahatani padi diduga karena petani belum menerapkan penggunaan input yang proporsional yang telah dianjurkan pada takaran kemasan oleh perusahaan penyedia input produksi atau penyuluh pertanian (Firdaus & Fauziyah, 2020). Selain itu, menurut Rivanda et al., (2015) menyatakan bahwa adanya perbedaan dari tingkat efisiensi petani dapat diduga karena kurangnya pengetahuan petani dalam pengaplikasian

teknologi, status kepemilikan lahan, pengalaman dalam melakukan usahatani, dan tingkat pendidikan yang dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh petani untuk penggunaan takaran input di kegiatan usahatani. Berdasarkan nilai rata-rata pada tingkat efisiensi teknis, mengindikasikan bahwa petani padi di Kecamatan Burneh masih memiliki kesempatan untuk mendapatkan hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah produksi yang dihasilkan pada saat ini. Para petani padi di Kecamatan Burneh masih memiliki peluang dalam melakukan peningkatan produksi padi sebesar [(1- 0,14/0,89) × 100%] atau sebesar 84%.

Sumber-sumber Inefisiensi

Teknis Beberapa faktor yang diduga menjadi sumber inefisiensi teknis pada usahatani padi di Kecamatan Burneh meliputi usia, pendidikan, pengalaman berusahatani, dan *dummy* pada keikutsertaan kelompok tani. Hasil analisis sumber-sumber inefisiensi teknis menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan yaitu variabel pengalaman berusahatani dan *dummy* keikutsertaan kelompok tani, sedangkan variabel usia dan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap inefisiensi teknis usahatani padi di Kecamatan Burneh. Pendugaan model faktor inefisiensi teknis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4
Sumber-sumber Inefisiensi Teknis pada Usahatani Padi di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan Tahun 2022

Variabel Input	Koef	Std. Error	t-ratio
Konstanta	-1,714	1,161	-1,476
Usia (S_1)	0,008	0,020	0,378
Pendiidikan (S_2)	0,016	0,214	0,074
Pengalaman berusahatani (S_3)	0,037	0,019	1,929**
Dummy keikutsertaan dalam kelompok tani (S_4)	0,694	0,299	2,322*

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Keterangan:

*) berpengaruh signifikan pada taraf α 5% (1,997)

**) berpengaruh signifikan pada taraf α 10% (1,669)

Variabel pengalaman berusahatani (S3) berpengaruh signifikan terhadap inefisiensi teknis petani padi pada taraf 10% dengan koefisien positif. Artinya semakin berpengalaman petani dalam berusahatani padi maka semakin tinggi tingkat inefisiensinya atau petani semakin tidak efisien secara teknis. Sejalan dengan hasil penelitian Hidayati & Jakiyah (2021) dan Sulistyaningsih & Waluyati (2020), menyatakan bahwa pengalaman berusahatani menjadi sumber yang dapat meningkatkan inefisiensi teknis usahatani padi. Di lokasi penelitian, rata-rata petani dengan pengalaman berusahatani tinggi cenderung mempertahankan kebiasaan berusahatani dengan cara tradisional serta kurang responsif dalam mengadopsi inovasi dan teknologi baru. Selain itu, sebagian besar sampel petani di Kecamatan Burneh berada pada kisaran usia 41-60 tahun. Usia ini tentu tidak termasuk dalam usia produktif sehingga dapat menurunkan kemampuan petani dalam berusahatani (Triyono et al., 2016).

Keikutsertaan dalam kelompok tani (S4) berpengaruh signifikan terhadap inefisiensi teknis petani padi pada taraf 5% dengan koefisien positif. Artinya keikutsertaan dalam kelompok tani dapat meningkatkan inefisiensi teknis atau menyebabkan petani semakin tidak efisien secara teknis. Kondisi ini dapat terjadi diduga karena petani yang tergabung dalam kelompok tani kurang berpartisipasi aktif dalam kegiatan kelompok tani (Sularso & Sutanto, 2020). Berbeda dengan hasil penelitian Kartiasih & Setiawan (2019), menyatakan bahwa keikutsertaan petani dalam kelompok tani dapat menurunkan tingkat inefisiensi teknis petani padi. Perbedaan ini

dapat terjadi diduga karena adanya perbedaan kinerja dari masing-masing kelompok tani. Fakta di lapang, kelompok tani di Kecamatan Burneh memiliki rata-rata kinerja yang kurang baik dan kurang aktif dalam melakukan kegiatan. Rata-rata kelompok tani di Kecamatan Burneh hanya berperan dalam penyaluran subsidi pupuk dan input pertanian lainnya.

Analisis Efisiensi Ekonomi (EE) dan Efisiensi Alokatif (EA) Analisis Efisiensi Ekonomi (EE) dan Efisiensi Alokatif (EA) diperoleh dengan cara menganalisis input produksi berdasarkan harga input yang berlaku pada tingkat petani. Analisis ini menggunakan fungsi produksi *Cobb-Douglas stochastic frontier* sebagai dasar analisis (Nikmah et al., 2013). Fungsi biaya *frontier (isocost frontier)* diperoleh dari turunan fungsi produksi *frontier*. Berikut merupakan fungsi biaya *frontier* yang dihasilkan.

Ln C =1,44 + 0,524 lnP1 + 0,278 lnP2 +0,198 lnP3 + 1,003 lnY……(2)

Tabel 5
Tingkat Efisiensi Ekonomi (EE) Usahatani Padi Di Kecamatan Burneh Tahun 2022

Tingkat Efisiensi	Efisiensi Ekonomi	
	Jumlah	%
< 0,7	68	100
≥ 0,7	0	0
Jumlah	68	
Rata-rata	0,424	
Max	0,475	
Min	0,362	

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Tabel 6
Tingkat Efisiensi Alokatif (EA) Usahatani Padi Di Kecamatan Burneh Tahun 2022

Tingkat Efisiensi	Efisiensi Alokatif	
	Jumlah	%
< 0,7	33	48,53
≥ 0,7	35	51,47
Jumlah	68	
Rata-rata	0,980	
Max	3,150	
Min	0,470	

Sumber: Data Primer Diolah, (2022)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa nilai rata-rata efisiensi alokatif pada usahatani padi di Kecamatan Burneh sebesar 0,980. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara alokatif rata-rata usahatani padi di Kecamatan Burneh dapat dikatakan efisien. Fakta di lapang menunjukkan bahwa rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam berusahatani padi di Kecamatan Burneh sebesar Rp.327.872.515. Apabila rata-rata petani ingin mencapai tingkat efisiensi alokatif tertinggi, maka akan memiliki peluang penghematan biaya senilai 1-(0.98/3,150) atau sebesar 69%. Dari hasil analisis efisiensi ekonomi, diketahui bahwa nilai rata-rata efisiensi ekonomi pada usahatani padi di Kecamatan Burneh sebesar 0,424. Artinya dalam menjalankan kegiatan usahatani, rata-rata petani padi di Kecamatan Burneh masih belum efisien secara ekonomi. Kondisi ini diduga karena penggunaan input produksi yang belum optimal, informasi harga input yang diperoleh petani tidak sempurna, dan dalam melakukan perhitungan masih

menggunakan harga rata-rata. Selain itu, inefisiensi ekonomi juga disebabkan karena nilai efisiensi teknis yang belum optimal tetapi efisiensi alokatif sudah optimal. Sejalan dengan penelitian Jakiyah & Nurhidayah (2019), menyatakan bahwa rendahnya tingkat efisiensi ekonomi usahatani padi disebabkan karena ketidaksempurnaan informasi harga input dan efisiensi teknis yang belum optimal.

Apabila rata-rata petani padi ingin mencapai tingkat efisiensi ekonomi secara maksimum, maka akan memiliki peluang penghematan biaya senilai 1-(0,424/0,475) atau sebesar 11%. Sedangkan untuk petani yang belum mampu mencapai tingkat efisiensi ekonomi secara maksimum, maka dapat menghemat biaya usahatani sebesar 1-(0,362/0,475) atau sebesar 24%. Hasil penelitian Yoko et al., (2017) menyatakan bahwa rata-rata petani padi di Lampung Tengah memiliki nilai efisiensi ekonomi sebesar 0,88. Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai efisiensi ekonomi petani padi di Kecamatan Burneh lebih kecil dibandingkan dengan petani padi di Lampung Tengah. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa, rata-rata petani padi di Kecamatan Burneh masih belum mampu mengalokasikan penggunaan input berdasarkan tingkat harga input yang terdapat pada daerah penelitian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel luas lahan berpengaruh terhadap peningkatan produksi padi di Kecamatan Burneh. Rata-rata petani padi di Kecamatan Burneh belum efisien secara teknis dan ekonomis, tetapi sudah efisien secara alokatif. Fakta di lapangan menyatakan bahwa inefisiensi usahatani padi di Kecamatan Burneh disebabkan karena petani masih mempertahankan kebiasaan berusahatani dengan cara tradisional dan petani tidak optimal dalam berpartisipasi aktif pada kegiatan kelompok tani. Saran yang dapat diberikan untuk meningkatkan efisiensi teknis usahatani padi di Kecamatan Burneh yaitu dengan adanya peningkatan keterampilan dan adopsi Teknologi Tepat Guna (TTG). Selain itu, petani yang belum efisien secara teknis dapat meniru cara berusahatani petani yang memiliki nilai efisiensi teknis tertinggi yaitu petani ke 65 dengan luas lahan sebesar 0,25 ha, penggunaan benih sebanyak 30 kg, dan pupuk urea sebanyak 75 kg. Selanjutnya, untuk meningkatkan efisiensi ekonomi petani dapat dilakukan melalui penggunaan takaran input sesuai dengan anjuran dari penyuluh.

Daftar Pustaka

Anggraini, N., Harianto, & Anggraeni, L.(2016). Efisiensi Pada Usahatani Ubi Kayu di Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung. Agribisnis Indonesia, 4(1), 43–56.

Arnanda, R., Hadi, S., & Yulida, R. (2016). Efisiensi Produksi Padi di Kecamatan Kuala Kampar Kabupaten Pelalawan. Jurnal SOROT, 11(2), 111–126. Azwar, T. S., Noor, T. I., & Ernah. (2019). Analisis Efisiensi Usahatani Padi Sawah Lahan Rawa di Kabupaten Ciamis. MIMBAR AGRIBISNIS Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis, 5(2), 276–292.

Bidzakin, J. K., Fialor, S. C., & Yahaya, I. (2018). Production Efficiency of Smallholder Rice Farms under Contract Farming Scheme in Ghana. Asian Journal of Agricultural Extension, Economics & Sociology, 25(1), 1–12. https://doi.org/10.9734/AJAEES/2018/41057

Badan Pusat Statistik. (2019). Data Produksi Padi Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur Tahun 2019. On-line. https://jatim.bps.go.id/statictable/2021 /09/06/2238/produksi-padi-dan-beras-menurut-kabupaten-kota-di-provinsijawa-timur-2019-dan-2020.html

Badan Pusat Statistik. (2020). Data Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Padi di Kecamatan Burneh periode 2016-2020. Bangkalan: BPS Bangkalan.

Badan Pusat Statistik. (2020). Data Pekerjaan Penduduk Menurut Lapangan Pekerjaan. On-line. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/12/sektor-pertanian-paling-banyak-menyerap-tenaga-kerja-indonesia#:~:text=Badan%20Pusat%20Statistik%20(BPS)%20menyebut,atau%20sekitar%2029%2C76%25.

Coelli T and Battese G E. 1998. An Introduction to efficiency and productivity analysis. Kluwer

Academic Publishers. Boston.

Fauzan, M. (2020). Efisiensi Ekonomi Usahatani Padi Lahan Kering di Kabupaten Lampung Selatan. Jurnal Agribisnis Lahan Kering, 5(3), 45–47. https://doi.org/10.32938/ag.v5i3.1018

Firdaus, M. W., & Fauziyah, E. (2020). Efisiensi Ekonomi Usahatani Jagung Hibrida di Pulau Madura. Agriscience, 1(1), 74–87.

Gultom, L., Winandi, R., & Jahroh, S. (2014). Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Semi Organik di Kecamatan Cigombong, Bogor. Informatika Pertanian, 23(1), 7–18.

Heriani, & Nurdin, M. F. (2022). Analisis Produksi Usahatani Padi Sawah di Desa Kasimbar Utara Kecamatan Kasimbar Kabupaten Parigi Moutong. E-J. Agrotekbis, 10(1), 57–63.

Hidayati, R., & Jakiyah, U. (2021). Efisiensi Teknis dan Sumber Inefisiensi Teknis pada Usahatani Padi Organik di Kabupaten Tasikmalaya. Jurnal Bisnis Tani, 7(2), 67–77.

Ho, T. T., & Shimada, K. (2019). The Effects of Climate Smart Agriculture and Climate Change Adaptation on the Technical Efficiency of Rice Farming — An Empirical Study in the Mekong Delta of Vietnam. Agriculture, 9(99), 1–20.

Jakiyah, U., & Nurhidayah, S. (2019). Efisiensi Ekonomis Usahatani Padi Organik di Kabupaten Tasikmalaya. Jurnal Hexagro, 3(1), 41-50.

Kartiasih, F., & Setiawan, A. (2019). Efisiensi Teknis Usaha Tani Padi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Analisis Kebijakan Pertanian, 17(2), 139–148.

Konja, D. T., Mabe, F. N., & Alhassan, H. (2019). Technical and resource-use-efficiency among smallholder rice farmers in Northern Ghana. Cogent Food & Agriculture, 5(1). https://doi.org/10.1080/23311932.2019.1651473

Lailiyah, N., Timisela, N. R., & Kaplale, R. (2017). Analisis Produksi Padi Sawah (Oryza sativa L) Tadah Hujan di Desa Lea Wai Kecamatan Seram Utara Timur Kobi. AGRILAN: Jurnal Agribisnis Kepulauan, 5(2), 151–165.

Lemeshow, S. & Levy, P.S. (1997). Sampling of Populations Methods and Application. Wiley Publisher, New Jersey.

Melese, T., Alemu, M., Mitiku, A., & Kedir, N. (2019). Economic Efficiency of Smallholder Farmers in Rice Production: The Case of Guraferda Woreda, Southern Nations Nationalities People's Region, Ethiopia. International Journal of Agriculture Innovations and Research, 8(2), 151–167.

Miftachuddin, A. (2014). Analisis Efisiensi Faktor–Faktor Produksi Usaha Tani Padi di Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Economics Development Analysis Journal, 3(1), 1–12.

Nafisah, D., & Fauziyah, E. (2020). Efisiensi Teknis dan Perilaku Risiko Petani Padi Berdasarkan Penggunaan Input (Studi Kasus di Desa Langkap Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan Madura). SEPA, 17(1), 55–64.

Nikmah, A., Fauziyah, E., & Rum, M. (2013). Analisis Produktivitas Usahatani Jagung Hibrida di Kabupaten Sumenep. Agriekonomika, 2(2), 96–107.

Noer, S. R., Zakaria, W. A., & Murniati, K. (2018). Analisis Efisiensi Produksi Usahatani Padi Ladang di Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan. JIIA, 6(1), 17–24.

Rivanda, D. Ri., Nahraeni, W., & Yusdiarti, A. (2015). Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi Sawah (Pendekatan Stohactic Frontier) Kasus Petani SlPTT Di Kecamatan Telagasari Kabupaten Karawang Pronvinsi Jawa Barat TECHNICAL. Jurnal AgribiSains, 1(April), 1–13.

Sularso, K. E., & Sutanto, A. (2020). Efisiensi Teknis Usahatani Padi Sawah Organik di Kabupaten Banyumas. Jurnal Agribisnis Indonesia, 8(2), 142–151.

Sulistyaningsih, Y. T., & Waluyati, L. R. (2019). Analisis Efisiensi Teknis dan Sumber Inefisiensi Usahatani Padi pada Lahan Sempit di Kabupaten Bantul Provinsi Yogyakarta. Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian, 22(1), 27–38.

Suryandari, A., & Rahayuningsih, E. S. (2020). Strategi Bertahan Hidup Ekonomi Rumah Tangga Petani Padi (Studi Kasus di DesaTonjung Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan). Jurnal PAMATOR, 13(2), 176–182.

Triyono, T., J.H. Mulyo, M. Masyhuri, & J. Jamhari. (2016). Pengaruh Karakteristik Struktural dan Manajerial terhadap Efisiensi Usahatani Padi di Kabupaten Sleman. AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research, 2(1): 1-8.

Tinaprilla, N., Kusnadi, N., & Hakim, D. (2013). Analisis Efisiensi Teknis Usahatani Padi di Jawa Barat Indonesia. Jurnal Agribisnis, 7(1), 15–34.

Walis, N. R., Budi, S., & Isyanto, A. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Produksi Padi di Desa Pamotan Kecamatan Kalipucang Kabupaten Pangandaran. Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH, 8(3), 648–657.

Watkins, K. B., Hristovska, T., Mazzanti, R., Wilson, C. E., & Schmidt, L. (2014). Measurement of Technical, Allocative, Economic, and Scale Efficiency of Rice Production in Arkansas Using Data Envelopment Analysis. Journal of Agricultural and Applied Economics, 1(February), 89–106.

Waskito, R. H., Diartho, H. C., & Yunitasari, D. (2021). Analisis Produksi Padi Di Desa Selodakon Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Jurnal Ekonomi Ekuilibrium (JEK), 5(1), 1–12

Wilujeng, E. D., & Fauziyah, E. (2021). Efisiensi Teknis dan Faktor yang Mempengaruhi Produksi Padi di Kabupaten Lamongan. AGRISCIENCE, 1(3), 712–727.

Yoko, B., Syaukat, Y., & Fariyanti, A. (2014). Analisis Efisiensi Usahatani Padi di Kabupaten Lampung Tengah. Jurnal Agribisnis Indonesia, 2(2), 127–140.

Yousuf Kurniawan, A. (2012). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Teknis pada Usahatani Padi Lahan Pasang Surut di Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan. Jurnal Agribisnis Perdesaan, 2(Maret), 35–52.

Zainuddin, Ahmad., & Wibowo R. (2021). Dampak Kebijakan Kartu Tani terhadap Produksi dan Efisiensi Usahatani Padi di Kabupaten Jember. PANGAN, 3(2), 107-116.