

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN
BUAH NAGA (*Hylocereus costaricensis*) DI DESA SANGGULAN
KECAMATAN SEBULU KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA**

*(Analysis of Farming and Marketing of Dragon Fruit (*Hylocereus costaricensis*)
in Sanggulan Village Sebulu Subregency Kutai Kartanegara Regency)*

NDAN IMANG, FIRDA JUITA, ALFRED HONESTMAN

Jurusan/Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman.
Kampus Gunung Kelua, Jl. Pasir Balengkong, Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia.75123.

Manuskrip diterima: 25 Maret 2019. Revisi diterima: 27 Agustus 2019.

ABSTRAK

Buah naga merupakan salah satu komoditas yang saat ini prospeknya sedang meningkat di pasaran. Semakin meningkatnya permintaan dan konsumsi buah naga menyebabkan diperlukan cara agar produktifitas di beberapa sentra produksi meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produksi, biaya, penerimaan, pendapatan, R/C ratio, saluran pemasaran, margin, dan profit pemasaran dari buah naga. Penelitian dilaksanakan bulan September hingga Desember 2018 di Desa Sanggulan Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode sensus dan *snowball*. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Analisis data dilakukan dengan menghitung biaya, penerimaan, pendapatan, R/C ratio, dan margin pemasaran. Rata-rata produksi, biaya, penerimaan, dan pendapatan dari usahatani buah naga berturut-turut sebesar 12.038,00 kg ha⁻¹ th⁻¹, Rp63.266.389,00 ha⁻¹ th⁻¹, Rp120.583.333,00 ha⁻¹ th⁻¹, dan Rp57.316.944,00 ha⁻¹ th⁻¹. R/C ratio sebesar 1,91 yang berarti usahatani buah naga layak untuk diusahakan. Bentuk saluran pemasaran buah naga adalah saluran dua tingkat yaitu dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer berturut-turut sebesar Rp2.000,00 kg⁻¹ dan Rp3.000,00 kg⁻¹. Profit pemasaran yang diperoleh tengkulak dan pedagang pengecer berturut-turut sebesar Rp1.979,00 kg⁻¹ dan Rp2.985,00 kg⁻¹.

Kata kunci: Buah naga, Desa Sanggulan, pemasaran, usahatani.

ABSTRACT

Dragon fruit is one of the commodities with the increasing prospective in the market. The increased of demand and consumption of dragon fruit needs ways to increase productivity in some centres of production. The purposes of this study were to analyze production, cost, revenue, income, R/C ratio, marketing channel, margin, and profit of marketing of dragon fruit. The study was conducted from September to December 2018 in Sanggulan Village, Sebulu Subregency, Kutai Kartanegara Regency. The sampling method used census and snowball. Data collected were the primary and secondary data. Data analysis was done to calculate cost, revenue, income, R/C ratio, and marketing margin. The average of production, cost, revenue, and income of dragon fruit was as many as 12,038.00 kg ha⁻¹ year⁻¹, IDR63,266,389.00 ha⁻¹ year⁻¹, IDR120,583,333.00 ha⁻¹ year⁻¹, and IDR57,316,944.00 ha⁻¹ year⁻¹, respectively. R/C ratio is 1.91 that meant dragon fruit farming is feasible to farm. Marketing channel is two levels from farmer to trader to retailer to consumer. Marketing margin owned by trader and retailer was IDR2,000.00 kg⁻¹ and IDR3,000.00 kg⁻¹, respectively. Marketing profit which received by trader and retailer was as much as IDR1,979.00 kg⁻¹ and IDR2,985.00 kg⁻¹, respectively.

Keywords: Dragon fruit, Sanggulan Village, marketing, farming.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris di mana pertanian memegang peranan penting pada perekonomian nasional. Mengimbangi semakin pesatnya laju pertumbuhan penduduk Indonesia, maka usaha pertanian yang maju perlu digalakkan kawasan pertanian Indonesia. Dalam upaya membangun pertanian maka perlu peran pemerintah dalam hal kebijakan pertanian guna pencapaian pemerataan swasembada pangan. Sektor pertanian merupakan sektor yang diutamakan karena terkait dengan kesejahteraan petani.

Komoditas hortikultura, khususnya buah-buahan memiliki prospek baik dalam sektor pertanian. Pengembangan buah-buahan berpola agribisnis dan agroindustri karena permintaan terhadap komoditas tersebut cenderung naik, baik di pasar dalam maupun luar negeri. Potensi sumber daya alam di dalam negeri masih memberikan peluang untuk meningkatkan produksi aneka jenis buah-buahan. Potensi pengembangan tanaman buah-buahan di Indonesia didukung oleh banyak faktor. Indonesia memiliki kondisi agroekologi yang dapat menghasilkan hampir semua jenis buah, termasuk jenis buah yang berasal dari daerah subtropis.

Peningkatan produksi buah-buahan nasional masih sangat dimungkinkan, dengan penggunaan bibit (varietas unggul) dan penerapan teknologi modern. Penggunaan varietas unggul dan penerapan teknologi modern dapat menghasilkan produksi buah-buahan sebesar 10 ton ha⁻¹ (Rukmana, 2003). Buah naga sekarang mulai tersedia di toko buah dan pasar swalayan dan sejumlah perkebunan melirik komoditas ini karena budiddayanya mudah dan prospek ke depan cerah dibandingkan buah lainnya. Thailand dan Vietnam merupakan pemasok buah terbesar dunia, tetapi permintaan yang dapat dipenuhi masih kurang dari 50%. Pasar lokal saat ini dibanjiri produk ekspor berdasarkan catatan dari eksportir buah di Indonesia, buah naga ini masuk ke tanah air mencapai antara 200-400 ton th⁻¹ asal Thailand dan Vietnam. Tingginya permintaan buah naga ini

disebabkan oleh promosi yang menyebutnya sebagai buah meja (sangat menarik dan menggiurkan bila disajikan di meja makan), berkhasiat mujarab untuk berbagai penyakit, dan bermanfaat sebagai bahan baku di bidang industri pengolahan makanan, minuman, kosmetik serta produk kesehatan (Kristanto, 2003).

Agribisnis buah naga di Kalimantan Timur belum banyak dikembangkan oleh petani, sementara permintaan pasar akan buah naga semakin meningkat serta dengan didukung oleh ketersediaan lahan pertanian bukan sawah yang potensial untuk pengembangan komoditas tersebut yaitu seluas 16.570.051 ha (Badan Pusat Statistik (BPS) Kalimantan Timur, 2017). Jenis tanaman yang dibudidayakan didominasi oleh jenis buah naga daging super merah (*H. costaricensis*) atau *super red*. Jenis ini tergolong paling manis di antara jenis lainnya. Melihat prospek dan peluang yang menguntungkan, Kalimantan Timur memiliki potensi yang besar untuk membudidayakan buah naga dalam skala yang lebih luas dan bernilai tambah dan dapat meningkatkan kesejahteraan petani.

Desa Sanggulan adalah salah satu desa di Kecamatan Sebulu yang menjadi lokasi penanaman dan pengembangan buah naga. Buah naga merupakan tanaman buah yang dikembangkan karena memiliki nilai jual dan permintaannya tinggi di pasaran. Jenis buah naga yang ditanam adalah jenis buah naga super merah. Permasalahan yang terjadi adalah dalam memproduksi buah naga para petani hanya mementingkan bagaimana dapat memperoleh hasil produksi yang tinggi tanpa perhitungan dalam pengeluaran modal yang sangat berpengaruh dalam tingkat keuntungan petani. Permasalahan dalam memasarkan hasil panen umumnya petani menjual hasil panen kepada pedagang tengkulak. Dalam melaksanakan pembelian, penetapan harga ditentukan dengan tawar menawar antara petani dan pedagang. Kesepakatan harga yang terjadi seringkali menyebabkan harga ditetapkan oleh pedagang tengkulak karena lemahnya posisi tawar petani pada saat panen. Sementara pada kondisi demikian petani harus mengikuti mekanisme pasar.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis usahatani komoditas buah naga di Desa Sanggulan.
2. Mengidentifikasi saluran pemasaran komoditas buah naga di Desa Sanggulan.
3. Mengetahui *margin* dan *profit* pemasaran yang diterima setiap lembaga pemasaran komoditas buah naga di Desa Sanggulan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai Desember 2018. Lokasi penelitian di Desa Sanggulan Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara.

Metode Pengambilan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari observasi dan wawancara langsung kepada responden (petani, tengkulak, dan pedagang pengecer). Data sekunder diperoleh dari BPS Kalimantan Timur dan Kantor Desa Sanggulan.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode sensus. Metode sensus merupakan metode pengumpulan data dari populasi dengan mengambil data dari seluruh anggota populasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 24 petani buah naga. Sampel pemasaran ditentukan menggunakan metode *snowball* diperoleh 5 pedagang pengumpul dan 5 pedagang pengecer buah naga.

Metode Analisis Data

Analisis Usahatani

a. Biaya

Menurut Pracoyo (2006) rumus total biaya adalah sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

di mana:

TC = *Total Cost*/total biaya;

TFC = *Total Fixed Cost*/total biaya tetap;

TVC = *Total Variable Cost*/total biaya variabel.

b. Penerimaan

Menurut Soekarwati (2003), untuk mengetahui jumlah penerimaan yang diperoleh menggunakan rumus:

$$TR = P \times Q$$

di mana:

TR = *Total Revenue*;

P = *Price*;

Q = *Quantity*.

c. Pendapatan

Boediono (2002) menyatakan bahwa pendapatan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$I = TR - TC$$

di mana:

I = *Income*;

TR = *Total Revenue*;

TC = *Total Cost*.

d. R/C ratio

Menurut Rahim dan Hastuti (2007), analisis *Revenue Cost (R/C) ratio* merupakan perbandingan (ratio atau nisbah) antara penerimaan (*revenue*) dan biaya (*cost*). Pernyataan tersebut dalam rumus:

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

di mana:

R/C ratio = *Revenue/Cost ratio*;

TR = *Total Revenue*;

TC = *Total Cost*.

Jika $R/C \geq 1$, maka usahatani yang dilakukan layak, karena penerimaan sama atau lebih besar dari biaya total. Jika $R/C < 1$, maka usahatani yang dilakukan tidak layak, karena penerimaan total lebih kecil daripada biaya total.

Analisis Pemasaran

a. Margin pemasaran

Margin pemasaran dihitung dengan rumus:

$$Mp = Pr - Pf$$

di mana:

Mp = *Margin* pemasaran;

Pr = *Price*/harga jual;

Pf = *Price*/harga beli.

b. Keuntungan lembaga pemasaran dihitung dengan rumus:

$$K = Hj - Hb - Bp$$

di mana:

K = *Keuntungan*;

Hj = harga jual;

Hb = harga beli;

Bp = biaya pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan yang dilakukan terhadap 24 petani buah naga di Desa Sanggulan serta pengamatan secara langsung terhadap 5 orang pedagang pengumpul dan 5 orang pedagang pengecer, maka gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Umur responden
Umur merupakan faktor yang mempengaruhi aktivitas responden dalam mengelola usahatani dan pemasarannya sehingga mempengaruhi usaha dan pendapatan yang diperoleh. Tjiptoherijanto (2001) menyatakan struktur umur penduduk dibedakan 3 kelompok yaitu kelompok umur muda di bawah 15 tahun, kelompok umur produktif 15-64 tahun, dan kelompok umur tua 65 tahun ke atas. Berdasarkan hasil pengolahan data responden dalam penelitian ini, umur responden ada di antara 22 sampai 76 tahun dengan jumlah total responden sebanyak 34 orang. Responden yang berada pada kelompok umur produktif sebesar 99% yaitu sebanyak 34 orang.
2. Tingkat pendidikan
Pendidikan merupakan salah satu karakteristik responden yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dan memecahkan masalah yang dihadapi dalam mengelola usahatani dan memasarkan hasil usahatani. Responden paling banyak tamat Sekolah Dasar (SD) sebanyak 23 orang atau sebesar 67,65%, sedangkan yang paling sedikit yaitu tamat Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 4 orang atau sebesar 11,76%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden masih rendah yang tentunya akan mempengaruhi kemampuan responden dalam menjalankan usahatani dan memasarkan buah naga. Pendidikan juga memiliki hubungan yang erat untuk meningkatkan produksi dari usahatani yang dilakukan.
3. Jumlah tanggungan keluarga
Jumlah tanggungan keluarga merupakan

salah satu faktor yang mempengaruhi dalam usahatani. Semakin banyak tanggungan keluarga maka semakin besar pengeluaran yang harus dikeluarkan untuk kelangsungan hidup. Tanggungan keluarga petani terdiri dari istri, anak, dan keluarga petani. Jumlah tanggungan keluarga responden petani yaitu 1-5 orang. Responden dengan jumlah tanggungan keluarga yang paling banyak yaitu 3-4 sebanyak 3 orang atau sebesar 49%, sedangkan responden dengan jumlah tanggungan keluarga yang paling sedikit yaitu >4 sebanyak 2 orang atau sebesar 18%. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga akan mempengaruhi kemampuan petani dalam mengelola biaya baik untuk biaya keperluan sehari-hari maupun biaya faktor produksi dalam usahatani.

4. Luas lahan
Luas lahan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam suatu usahatani. Luas lahan responden dalam usahatani buah naga di Desa Sanggulan yaitu antara 0,1-4 ha. Responden paling banyak menggunakan <1 ha (sebanyak 17 orang atau sebesar 70,83%), sedangkan luas lahan yang kecil yaitu >1 ha sebanyak 3 orang atau sebesar 12,50%.

Biaya Produksi Buah Naga

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk pembelian seluruh faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan usahatani. Biaya produksi yang dihitung dalam penelitian ini meliputi biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap yaitu penyusutan alat, sedangkan biaya tidak tetap meliputi biaya bibit, pupuk, pestisida, tenaga kerja, dan tiang panjat.

1. Biaya bibit
Kebutuhan bibit di lahan sangat beragam sesuai dengan luasan lahan yang dimiliki petani. Satu lubang tanam memerlukan dua buah bibit tanaman buah naga dan untuk luasan 1 ha diperlukan 2.000 bibit dengan menggunakan jarak tanam 3 m x 3 m. Harga bibit adalah Rp5.000,00 bibit⁻¹. Banyaknya penggunaan bibit yang

digunakan oleh 24 petani responden adalah 36.600 bibit th^{-1} dengan rata-rata 1.525 bibit responden⁻¹ untuk luas lahan rata-rata 0,76 ha. Total biaya bibit yang dikeluarkan oleh responden adalah sebesar Rp183.000.000,00 dengan rata-rata Rp7.625.000 th^{-1} responden⁻¹.

2. Biaya pupuk

Pupuk yang digunakan oleh petani responden adalah pupuk kandang, Phonska, NPK Mutiara, KCl, dan TSP. Dosis pupuk dasar yang digunakan yaitu 2 kg per lubang tanam. Jumlah pupuk kandang yang digunakan oleh petani sebesar 54.900,00 kg th^{-1} dengan rata-rata 2.287,50 kg th^{-1} responden⁻¹, harga pupuk kandang sebesar Rp1.000,00 kg^{-1} . Jumlah biaya pupuk kandang yang dikeluarkan petani sebesar Rp54.900.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp571.875,00 th^{-1} responden⁻¹. Setelah pemberian pupuk dasar, kemudian diberikan pupuk lanjutan setelah tanaman berumur 3 bulan. Pupuk juga diberikan 3 bulan 1 kali setelahnya. Pupuk yang diberikan yaitu pupuk Phonska dengan harga Rp2.600,00 kg^{-1} dengan jumlah sebesar 45.900,00 kg th^{-1} dengan rata-rata 1.912,00 kg th^{-1} responden⁻¹. Total biaya pupuk Phonska sebesar Rp140.860.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp5.869.166,00 th^{-1} responden⁻¹. Pupuk Phonska digunakan oleh seluruh petani karena merupakan pupuk subsidi yang lebih terjangkau harganya dibandingkan dengan pupuk NPK Mutiara yang hanya digunakan beberapa petani.

Pupuk NPK Mutiara berharga Rp11.000,00 kg^{-1} dengan total jumlah yang digunakan sebesar 7.125,00 kg th^{-1} dengan rata-rata 296,00 kg th^{-1} responden⁻¹. Total biaya pupuk NPK Mutiara sebesar Rp74.254.125,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp3.093.921,00 th^{-1} responden⁻¹. Pupuk ini digunakan sebagai pelengkap pupuk Phonska oleh petani.

Pupuk KCl dengan harga Rp3.000,00 kg^{-1} dengan total jumlah pupuk yang digunakan sebesar 6.300,00 kg th^{-1} dengan rata-rata 262,00 kg th^{-1} responden⁻¹. Total biaya pupuk KCl

sebesar Rp24.300.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp1.012.500,00 th^{-1} responden⁻¹.

Pupuk TSP memiliki harga Rp2.700,00 kg^{-1} dengan jumlah yang digunakan sebesar 7.575,00 kg th^{-1} dengan rata-rata 315,00 kg th^{-1} responden⁻¹. Jumlah biaya pupuk TSP sebesar Rp20.452.500,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp852.187,00 th^{-1} responden⁻¹. Pupuk TSP digunakan oleh petani responden agar batang tanaman menjadi lebih kuat dan kokoh.

Total keseluruhan biaya pupuk yang dikeluarkan oleh 24 responden sebesar Rp294.392.500,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp12.266.354,00 th^{-1} responden⁻¹.

3. Biaya pestisida

Pestisida yang digunakan oleh responden yaitu Amistar Top, Dithane-45, Capture, dan Antracol. Jumlah pemakaian pestisida oleh petani buah naga di Desa Sanggulan berbeda-beda tergantung dari luas lahan yang ditanami. Tidak semua petani menggunakan pestisida maupun jenis pestisida yang sama dalam usahatani. Hal tersebut disebabkan kemampuan ekonomi petani responden yang berbeda. Harga rata-rata dari pestisida yang digunakan yaitu Amistar Top Rp1.000.000,00 lt^{-1} , Dithane-45 Rp130.000,00 lt^{-1} , Capture Rp80.000,00 lt^{-1} , dan Antracol Rp130.000,00 lt^{-1} . Total biaya pestisida yang dikeluarkan responden yaitu sebesar Rp243.630.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp10.151.250,00 th^{-1} responden⁻¹.

4. Biaya tenaga kerja

Total biaya pengolahan lahan yang dikeluarkan oleh petani sebesar Rp27.000.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp1.125.000,00 th^{-1} responden⁻¹. Kegiatan penanaman memerlukan sebesar Rp27.000.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp1.125.000,00 th^{-1} responden⁻¹. Total biaya yang dikeluarkan oleh responden untuk kegiatan pemeliharaan sebesar Rp162.000.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp6.750.000,00 th^{-1} responden⁻¹. Biaya upah tenaga kerja yang dikeluarkan oleh 24 responden untuk pemanenan sebesar Rp243.000.000,00 th^{-1} dengan rata-rata Rp10.125.000,00

- th⁻¹ responden⁻¹.
5. Biaya tiang panjat
Tiang panjat merupakan komponen penting dalam usahatani buah naga. Petani menggunakan kayu ulin sebagai tiang utama dan diberikan ban bekas di bagian atas. Biaya untuk satu tiang panjat yaitu Rp5.000,00 unit⁻¹. Total biaya yang dikeluarkan oleh 24 responden sebesar Rp91.500.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp3.812.500,00 th⁻¹ responden⁻¹.
 6. Biaya penyusutan alat
Peralatan yang digunakan dalam usahatani yaitu cangkul, gunting buah, sprayer, dan ember. Biaya penyusutan alat diperoleh dengan cara mengalikan jumlah dan harga alat dibagi dengan umur teknis alat tersebut. Total biaya penyusutan alat yang dikeluarkan responden yaitu Rp15.212.750,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp633.864,00 th⁻¹ responden⁻¹.

Produksi dan Penerimaan

Produksi adalah hasil yang diperoleh petani dalam usahatani buah naga selama periode panen dihitung dengan satuan kg. Penerimaan yaitu jumlah produksi dalam satu tahun atau empat kali panen dikali dengan harga jual buah naga per kg. Produksi dari setiap responden di Desa Sanggulan berbeda-beda tergantung dengan luas lahan, pupuk, pestisida, dan pemeliharaan yang dilakukan oleh responden. Produksi yang dihasilkan oleh seluruh petani usahatani buah naga di Desa Sanggulan sebesar 220.300,00 kg ha⁻¹ th⁻¹ dengan rata-rata 9.179 ha⁻¹ th⁻¹ responden⁻¹. Penerimaan yang diperoleh petani sebesar Rp2.203.000.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata sebesar Rp91.791.667,00 th⁻¹ responden⁻¹. Penerimaan dalam setiap ha sebesar Rp2.894.000.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp120.583.333,00 th⁻¹ responden⁻¹. Harga yang berlaku di lokasi penelitian adalah Rp10.000,00 kg⁻¹.

Pendapatan

Pendapatan petani diperoleh dari penerimaan usahatani dikurangi dengan biaya produksi. Pendapatan yang diperoleh petani responden usahatani buah naga di

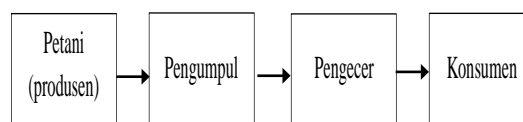
Desa Sanggulan adalah Rp1.132.264.750,00 th⁻¹ dengan rata-rata sebesar Rp47.177.698,00 th⁻¹ responden⁻¹. Jumlah pendapatan petani sebesar Rp1.375.606.656,00 ha⁻¹ th⁻¹ dengan rata-rata Rp57.316.944,00 th⁻¹ ha⁻¹ responden⁻¹.

R/C Ratio

Berdasarkan hasil penelitian diketahui R/C *ratio* usahatani buah naga di Desa Sanggulan adalah sebesar 1,91. Nilai R/C > 1, maka usahatani buah naga di Desa Sanggulan layak untuk diusahakan.

Pemasaran Buah Naga

Distribusi buah naga di Desa Sanggulan dilakukan oleh 24 petani, 5 pedagang pengumpul, dan 5 pedagang pengecer. Petani menyalurkan hasil produksinya menggunakan jasa pedagang pengumpul yang langsung mengambil buah naga di lokasi usahatani. Distribusi buah naga di Desa Sanggulan adalah dua tingkat yaitu dari petani (produsen) ke pedagang pengumpul, kemudian didistribusikan ke pedagang pengecer. Kegiatan distribusi buah naga di Desa Sanggulan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran buah naga di Desa Sanggulan.

Biaya yang dikeluarkan oleh 5 pedagang pengumpul meliputi biaya pembelian buah naga sebesar Rp1.000.000.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp200.000.000,00 th⁻¹ responden⁻¹ dan biaya transportasi sebesar Rp2.000.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp400.000,00 th⁻¹ responden⁻¹. Biaya yang dikeluarkan oleh 5 pedagang pengecer meliputi biaya pembelian buah naga sebesar Rp324.000.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp64.800.000,00 th⁻¹ responden⁻¹ dan biaya pengemasan Rp395.000,00 dengan rata-rata Rp79.000,00 th⁻¹ responden⁻¹.

Margin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp2.000,00. Total *margin* pemasaran pedagang pengumpul sebesar Rp10.000,00 dengan rata-rata Rp2.000 responden⁻¹. Pada tingkat pedagang

pengecer *margin* sebesar Rp3.000,00. Total *margin* pemasaran sebesar Rp15.000,00 dengan rata-rata Rp3.000,00 responden⁻¹.

Profit pemasaran adalah selisih *margin* pemasaran dengan biaya pemasaran. Pada tingkat pedagang pengumpul total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp9.895,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp1.979,00 kg⁻¹ responden⁻¹. Pada tingkat pedagang pengecer diperoleh total keuntungan sebesar Rp14.926,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp2.985,00 kg⁻¹ responden⁻¹.

Pembahasan

Pendapatan Usahatani Buah Naga

Rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani sebesar Rp63.266.389,00 th⁻¹ ha⁻¹ responden⁻¹, sedangkan untuk penerimaan rata-rata sebesar Rp120.583.333,00 th⁻¹ ha responden⁻¹. Rata-rata pendapatan petani sebesar Rp57.316.944,00 th⁻¹ ha⁻¹ responden⁻¹. Jika dibandingkan dengan hasil penelitian Safruddin (2015) mengenai analisis usahatani buah naga di Desa Loa Lepu yang menunjukkan pendapatan petani buah naga sebesar Rp83.859.686,00 ha⁻¹. Terlihat perbedaan pendapatan yang sangat signifikan yang disebabkan beberapa faktor seperti keadaan alam, penggunaan sarana produksi, cara pemeliharaan, dan sistem pemasaran yang dilakukan.

R/C *ratio* sebesar 1,91 dengan kesimpulan usahatani buah naga layak untuk diusahakan. Jika dibandingkan dengan hasil penelitian Ningsih dkk. (2015) mengenai keragaan dan usahatani pemasaran buah naga organik di Kabupaten Pamekasan yang mencapai R/C *ratio* sebesar 2,34, hal ini menunjukkan perbedaan. Faktor utama yang menyebabkan sulitnya usahatani buah naga di Desa Sanggulan adalah penyakit tanaman yang disebabkan oleh jamur yang mengakibatkan pemakaian fungisida dengan dosis tinggi dan biayanya sangat besar. Juga terdapat hama monyet, burung, dan semut yang sangat berpengaruh terhadap turunnya hasil produksi buah naga. Faktor lainnya yang juga dikeluhkan petani adalah harga jual yang tidak stabil dan ketersediaan pupuk subsidi yang tidak memenuhi kebutuhan petani.

Pemasaran Buah Naga

Petani melakukan penjualan hasil produksi kepada pedagang pengumpul yang mengambil hasil panen langsung ke lokasi kebun petani. Hal ini sangat membantu petani dalam menjual hasil produksinya dan juga menghemat waktu dan tenaga petani. Setiap petani menjual kepada pedagang pengumpul yang berbeda-beda dikarenakan di Desa Sanggulan terdapat 5 pedagang pengumpul yang setiap musim panennya datang untuk mengangkut hasil panen menggunakan mobil. Harga jual buah naga di tingkat petani sebesar Rp10.000 kg⁻¹.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat satu saluran pemasaran yaitu saluran dua tingkat, dari petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer dan sampai ke tangan konsumen. Hal ini tentu mempengaruhi harga buah naga di tiap tingkat lembaga pemasaran. Pada tingkat pedagang pengumpul dijual dengan harga sebesar Rp12.000,00 kg⁻¹ sedangkan pedagang pengecer menjual dengan harga lebih mahal yaitu sebesar Rp15.000,00 kg⁻¹. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer meliputi biaya transportasi dan biaya pengemasan.

Margin pemasaran diketahui dari selisih harga penjualan dengan harga pembelian. Hasil perhitungan terhadap data yang telah dikumpulkan dari responden diperoleh *margin* Rp2.000,00 di tingkat pedagang pengumpul dan Rp3.000,00 di tingkat pedagang pengecer. Namun untuk buah naga organik di Kabupaten Pamekasan dalam penelitian Ningsih dkk. (2015) diperoleh *margin* tengkulak sebesar Rp4.000,00 untuk harga jual buah sebesar Rp25.000,00 kg⁻¹ dan *margin* pedagang pengumpul sebesar Rp5.000,00 untuk harga jual buah sebesar Rp30.000,00 kg⁻¹. Hal ini menunjukkan bahwa buah naga organik memiliki harga jual yang lebih tinggi dan menghasilkan *margin* yang lebih tinggi di setiap lembaga pemasarannya. *Profit* yang diperoleh tiap lembaga pemasaran di Desa Sanggulan berbeda-beda karena pengaruh harga dan biaya pemasaran yang juga berbeda-beda. Rata-rata *profit* yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp1.979,00 kg⁻¹ responden⁻¹, sedangkan rata-rata *profit* yang diperoleh pedagang

pengecer sebesar Rp2.985,00 kg⁻¹ responden⁻¹. Hasil produksi buah naga didistribusikan oleh pedagang penumpul dan pedagang pengecer ke berbagai daerah di sekitar Kecamatan Sebulu, Kota Bangun, dan Tenggarong.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Jumlah produksi 24 responden di Desa Sanggulan sebesar 220.300,00 kg th⁻¹ dengan rata-rata 12.038 kg ha⁻¹ th⁻¹. Total biaya 24 petani responden sebesar Rp1.518.393.344,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp63.266.389,00 ha⁻¹ th⁻¹. Penerimaan 24 petani responden sebesar Rp2.894.000.000,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp120.583.333,00 ha⁻¹ th⁻¹. Pendapatan 24 petani sebesar Rp1.375.606.656,00 th⁻¹ dengan rata-rata Rp57.316.944,00 ha⁻¹ th⁻¹. R/C *ratio* sebesar 1,91 yang berarti usahatani buah naga di Desa Sanggulan layak untuk diusahakan.
2. Bentuk saluran pemasaran buah naga di Desa Sanggulan adalah saluran dua tingkat yaitu dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen.
3. *Margin* pemasaran yang diperoleh tengkulak sebesar Rp2.000,00 kg⁻¹ dan pedagang pengecer sebesar Rp3.000,00 kg⁻¹. *Profit* pemasaran yang diperoleh tengkulak sebesar Rp1.979,00 kg⁻¹ dan pedagang pengecer sebesar Rp2.985,00 kg⁻¹.

Saran

Saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah:

1. Sebaiknya petani meningkatkan luas tanam buah naga agar pendapatan yang diperoleh petani dapat melebihi biaya yang dikeluarkan oleh petani.
2. Petani sebaiknya menggunakan saluran pemasaran satu tingkat di mana petani menjual langsung hasil panennya kepada pedagang pengecer sehingga petani memperoleh keuntungan yang

lebih besar.

3. Agar usahatani dapat berjalan dengan baik diharapkan adanya kerja sama dan bimbingan dari Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) kepada petani buah naga di Desa Sanggulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Boediono. 2002. Ekonomi Makro: Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi. BPEE, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kalimantan Timur. 2017. Kalimantan Timur dalam Angka. BPS Provinsi Kalimantan Timur, Samarinda.
- Kristanto D. 2003. Buah Naga Pembudidayaan di Pot dan di Kebun. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Ningsih, Kustiawati, Felani H, Sakdiyah H. 2015. Keragaan usahatani dan pemasaran buah naga organik. *Agroekonomika*, 4(2): 2301-9948.
- Pracoyo TK. 2006. Aspek Dasar Ekonomi Mikro. Grasindo, Jakarta.
- Rahim A dan Hastuti DRD. 2007. Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rukmana R. 2003. Usaha Tani Markisa. Kansius, Yogyakarta.
- Safrudin. 2015. Analisis pendapatan usahatani buah naga (*Hylocereus costaricensis*) di Desa Loa Lepu Kecamatan Sebulu Kabupaten Kutai Kartanegara. Skripsi. Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Soekartawi. 2003. Teori Ekonomi Produksi dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Dougllass. Raja Grafindo, Jakarta.
- Tjiptoherijanto P. 2001. Proyeksi Penduduk, Angkatan Kerja, Tenaga Kerja, dan Peranan Serikat Kerja dalam Peningkatan Kesejahteraan. https://www.bappenas.go.id/files/3513/5211/1083/prijono_2009101512525923560.pdf. 28 Desember 2018.