

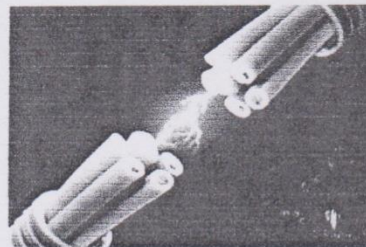
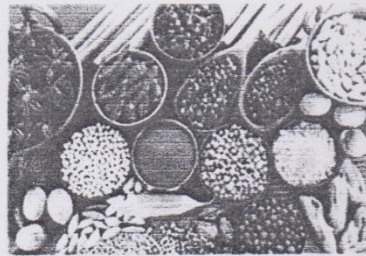
ISBN : 978-602-0860-02-2



# PROSIDING

## SEMINAR NASIONAL SAINS & TEKNOLOGI VI

01-03 November 2015



*INOVASI SAINS DAN TEKNOLOGI UNTUK  
KETAHANAN PANGAN DAN  
KEMANDIRIAN ENERGI*

**LPPM**  
Universitas Lampung  
Jl. Sumantri Brojonegoro No. 1  
Gedung Meneng, Bandar Lampung, 35145  
email : [satek@kpa.unila.ac.id](mailto:satek@kpa.unila.ac.id)  
website: [satek.unila.ac.id](http://satek.unila.ac.id)

**PROSIDING SEMINAR NASIONAL  
SAINS & TEKNOLOGI VI**

**INOVASI SAINS DAN TEKNOLOGI UNTUK  
KETAHANAN PANGAN DAN KEMANDIRIAN ENERGI**

**ISBN : 978-602-0860-02-2**



**Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Universitas Lampung**

**Bandar Lampung,  
03 November 2015**

# **SEMINAR SAINS & TEKNOLOGI VI**

**03 NOVEMBER 2015**

*INOVASI SAINS DAN TEKNOLOGI UNTUK KETAHANAN PANGAN  
DAN KEMANDIRIAN ENERGI*

## **PROSIDING**

**ISBN : 978-602-0860-02-2**

### **Penanggung Jawab**

Admi Syarif

### **Dewan Editor**

Yusnita

Asmiati

Nyimas Sa'diyah

Lukmanul Hakim

G. Nugroho Susanto

Mardiana

Sumaryo G. Saputro

Elly Lestari Rustiati

Jhons Fatriyadi Suwandi

### **Dewan Pelaksana**

Melya Riniarti

Jani Master

Aristoteles

Ivayani

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2015**



**ANALISIS KEUNTUNGAN PEMASARAN DAN USAHATANI  
LABU KUNING TERHADAP PEDAGANG DAN PETANI  
DI KECAMATAN INDRALAYA UTARA**

Eka Mulyana<sup>1)</sup>, Erni Purbiyanti<sup>1)</sup> dan Indri Januari<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Agribisnis Universitas Sriwijaya  
Surel: eka.agri@gmail.com

**ABSTRACT**

The purposes of this research are to : 1) analyze yellow pumpkin seller profit from yellow pumpkin marketing in North Indralaya, Ogan Ilir 2) analyze farmer profit from yellow pumpkin corp in North Indralaya, Ogan Ilir, 3) formulize effort to minimize marketing margin between farmer and seller to selling price in North Indralaya, Ogan Ilir. This research was conducted in North Indralaya, Ogan Ilir on June 2015. This research used census as research method. The data used in this research were primary and secondary. The results showed that : 1) yellow pumpkin profit is Rp. 355,225,00 per selling period, 2) the calculation result shows  $R/C = 1,26$  which means yellow pumpkin crop is profitable, 3) the effort that can be implemented to minimize marketing margin between farmer and seller to selling price in North Indralaya, Ogan Ilir are increase farmer's science and technology by extension worker, utilize local labor, increase farmer coaching to increase their creativity to develop yellow pumpkin value added, give farmer coaching on yellow pumpkin cook into various foods, increase farmer knowledge and yellow pumpkin better treatment also determinate planning schedule for better production, increase farmer's knowledge and coaching in yellow pumpkin corp and processing.

Keywords: effort, farmer, profit, seller, yellow pumpkin.

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) menganalisis keuntungan pemasaran labu kuning di tingkat pedagang pengecer di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir 2) menganalisis keuntungan usahatani labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir, 3) merumuskan upaya untuk meminimalisir margin pemasaran antara petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir pada bulan Juni 2015. Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan : 1) keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer labu kuning adalah Rp. 355,225,00 per periode penjualan, 2) dari hasil perhitungan diperoleh bahwa  $R/C = 1,26$  hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usahatani labu kuning ini menguntungkan, 3) upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir margin pemasaran antara petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir yaitu meningkatkan IPTEK dari petani melalui penyuluh, memanfaatkan tenaga kerja lokal, meningkatkan pembinaan petani dalam meningkatkan kreatifitas



dalam nilai tambah labu kuning, petani dibina untuk dapat mengolah labu kuning menjadi berbagai jenis makanan, memberikan pengetahuan dan melakukan perawatan yang lebih baik serta penentuan jadwal tanam yang tepat agar menghasilkan produksi yang banyak dan bagus, memberi pengetahuan dan pembinaan kepada petani dalam melakukan usahatani labu kuning dan proses pengolahannya.

Kata kunci: labu kuning, keuntungan, pedagang, petani, usaha.

## **PENDAHULUAN**

Komoditas sayuran dan buah sangat layak untuk dipertimbangkan dalam menunjang program diversifikasi pangan. Pemerintah sendiri sudah menyadari pentingnya dilakukan diversifikasi pangan, karena program tersebut dapat meningkatkan mutu gizi makanan yang dikonsumsi sehingga dapat meningkatkan status masyarakat. Buah yang mempunyai potensi untuk dikembangkan di Indonesia adalah labu kuning. Penyebaran labu kuning telah merata di Indonesia, hampir di semua kepulauan Nusantara terdapat tanaman buah labu kuning. Cara penanaman dan pemeliharaannya pun mudah, sehingga labu kuning dapat menjadi sumber pangan yang dapat diandalkan.

Jumlah produksi labu di Indonesia selama kurun 5 tahun terakhir mempunyai kecenderungan yang meningkat. Pada tahun 2010 terjadi peningkatan produksi 8% menjadi 22%. Pada tahun 2011 mengalami penurunan 4%, tahun 2012 mengalami peningkatan 2% dan pada tahun 2013 mengalami peningkatan 4%. Walaupun pada tahun 2011 produksi labu sempat mengalami penurunan diduga karena luas lahan yang digunakan pada tahun 2011 mengalami penurunan sebesar 2%, namun produksi labu secara keseluruhan mengalami peningkatan. Peningkatan produksi labu tiap tahunnya mengindikasikan bahwa tanaman labu mengalami peningkatan permintaan sehingga produksi tiap tahunnya juga mengalami peningkatan, artinya tanaman labu masih potensial untuk dikembangkan lebih optimal lagi.



Sumatera Selatan merupakan salah satu daerah yang menghasilkan labu kuning dalam jumlah yang cukup banyak, tetapi pemanfaatannya baru sebagai tanaman selingan di ladang. Salah satu daerah yang banyak mengusahakan labu kuning adalah Kecamatan Indralaya Utara Kabupaten Ogan Ilir Propinsi Sumatera Selatan.

Penanaman labu tidak hanya dipandang dari segi ekonomis saja oleh masyarakat setempat tapi juga merupakan budaya turun temurun. Tanaman labu belum mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat karena selain konsumsi labu yang masih rendah juga karena harga jual labu oleh petani masih sangat rendah. Petani kurang termotivasi untuk fokus terhadap pertanian labu. Harga jual labu oleh petani dikisaran Rp 3.000,00 per kg saat hari biasa dan Rp 5.000,00 per kg saat bulan ramadhan. Sedangkan harga jual oleh pedagang saat hari biasa Rp 5.000,00 per kg dan Rp 8.000,00 per kg saat bulan ramadhan. Kurangnya motivasi para petani di Kecamatan Indralaya Utara untuk menanam labu kuning disebabkan oleh kurangnya permintaan pasar, belum memasyarakatnya produk olahan labu kuning, dan nilai jual labu yang lebih menguntungkan ditingkat pedagang dibandingkan bagi para petani yang mengusahakan komoditi ini. Walaupun Labu kuning ini terus di budidayakan setiap tahunnya, keberadaannya tidak terlalu memberikan hasil yang menguntungkan bagi para petani bila dibandingkan dengan jenis komoditas anaman sayur lainnya. Terjadinya suatu kesenjangan antara petani dan pedagang menimbulkan suatu permasalahan dimana *tracking value chain* yang berhenti dan kenapa terjadi *gap* yang tinggi antara petani dan pedagang.

Penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis keuntungan pemasaran labu kuning di tingkat pedagang pengecer di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir.



2. Menganalisis keuntungan usahatani labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir.
3. Merumuskan upaya untuk meminimalisir margin pemasaran antara petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir.

### **Taksonomi dan Morfologi Tanaman Labu Kuning**

Menurut Hutapea (1994), Labu kuning diklasifikasikan ke dalam golongan Kingdom Plantae, Divisio Spermatophyta, Subdivisio Angiospermae, Kelas Dicotyledoneae, Ordo Cucurbitales, Famili Cucurbitaceae, Genus Cucurbita, Spesies *Cucurbita moschata* Durch. Menurut Hendrasty (2003) bahwa labu kuning merupakan salah satu sayuran yang mempunyai bentuk bulat sampai lonjong dan berwarna kuning kemerahan. Pada bagian tengah buahnya terdapat biji yang diselimuti lendir dan serat. Bentuk biji ini pipih dengan kedua ujung yang meruncing. Berat buahnya dapat mencapai  $\pm 20$  kg. Buah labu kuning ini dapat dipanen pada umur 3-4 bulan.

### **Konsep Budidaya Tanaman Labu Kuning**

Tahapan proses budidaya tanaman labu kuning meliputi beberapa tahapan yaitu persiapan lahan yang terdiri dari pembersihan lahan, pengolahan tanah dan pembuatan lubang tanam. Pemupukan dasar, penyemaian benih, penanaman, pemeliharaan yang terdiri dari penyiraman, penyulaman, pemupukan dan penyiangan gulma. Pengendalian hama dan penyakit, panen dan pasca panen.

### **Konsepsi Usahatani**

Menurut Hernanto (1993), yang menjadi unsur-unsur pokok usahatani yang dikenal dengan faktor-faktor produksi antara lain tanah, tenaga kerja, modal dan



manajemen atau pengelolaan. Dalam usahatani, unsur tanah memiliki peranan sangat penting. Tanah adalah media tumbuh atau tempat tumbuhnya tanaman. Dalam usahatani ditemukan dua macam tenaga kerja yaitu tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga. Modal adalah barang atau uang yang bersama faktor produksi lainnya dan tenaga kerja serta pengelolaan menghasilkan barang-barang baru yaitu produksi pertanian. Manajemen usahatani adalah kemampuan petani menentukan, mengkoordinasikan faktor produksi yang dikuasainya sebaik-baiknya dan mampu memberikan hasil sebagaimana yang diharapkan.

### **Konsepsi Produksi**

Menurut Putong (2002) dikatakan bahwa produksi atau memproduksi adalah menambah nilai guna suatu barang. Kegunaan suatu barang akan bertambah bila memberikan manfaat baru atau lebih dari bentuk semula. Lebih spesifik lagi produksi adalah kegiatan perusahaan dengan mengkombinasikan berbagai *input* untuk menghasilkan *output* dengan biaya yang minimum.

### **Konsepsi Biaya Produksi**

Menurut Rosyidi (2005), biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk mendapatkan output. Kegiatan produksi dapat dilaksanakan apabila tersedia faktor-faktor produksi. Tidak ada satu faktor produksi pun yang merupakan barang bebas, semuanya adalah barang ekonomis yang jumlah atau tersedianya adalah terbatas sehingga untuk mendapatkannya tentu harus dilakukan pengorbanan. Adapun pengorbanan ini yang paling jelas adalah pembelian. Dengan demikian biaya produksi tidak lebih dan tidak kurang daripada penjumlahan harga-harga faktor produksi atau input tersebut.





### **Konsepsi Penerimaan dan Pendapatan**

Menurut Husein dan Lifianthi (1995), penerimaan adalah hasil kali antara jumlah output yang dihasilkan dengan harga jual output per satuan. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan total biaya. Secara umum dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Pd = PNT - BT$$

Keterangan : Pd = Pendapatan (Rp) ; PNT = Penerimaan Total (Rp) ; BT = Biaya Total (Rp)

### **Analisis Return Cost Ratio (R/C)**

Analisis Return Cost Ratio adalah perbandingan antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya total yang dikeluarkan.

### **Konsepsi Pemasaran**

Menurut Nitisemito (1993), pemasaran dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara paling efektif dengan maksud menciptakan permintaan efektif.

### **Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah himpunan-himpunan perusahaan yang memiliki alih hak atau membantu dalam pengambilalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran dapat berubah tergantung daerah, waktu dan kemajuan teknologi (Sukirno, 2002).

Pola penyaluran hasil produksi dibagi menjadi :

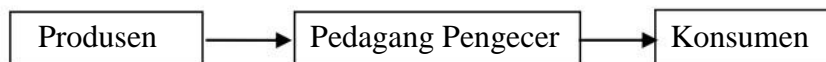
a. Penyaluran langsung

Pada pola ini, dimana penyaluran dalam penjualan hasil produksi tidak melalui pedagang perantara, melainkan produsen langsung menjual hasil produksi tersebut kepada konsumen (Rahardi *et al*, 2001).



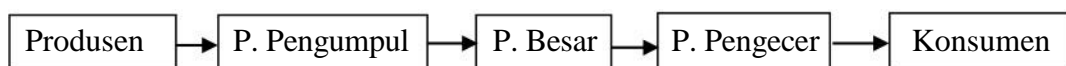
b. Penyaluran semi langsung

Pola ini, produsen menyalurkan hasil produksinya kepada konsumen melalui bantuan pedagang pengecer. Sehingga pedagang pengecer yang berperan dalam memindahkan produk tersebut dari produsen ke konsumen (Rahardi *et al*, 2001).



c. Penyaluran tidak langsung

Menurut Sukirno (2002), pada pola ini sudah banyak jenis pengusaha perantara yang berperan. Cara penyalurannya tergantung dari jenis dan sifat serta sasaran pemasaran sayuran itu. Semakin jauh jarak konsumen akan semakin panjang rantai pemasaran yang akan dilalui.



## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa



Kecamatan Indralaya Utara merupakan kecamatan yang banyak terdapat usahatani labu kuning dan banyak pedagang pengecer labu kuning di pinggiran Jalan Lintas Sumatera, Palembang-Indralaya tepatnya di wilayah administrasi Kecamatan Indralaya Utara. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2015 sampai dengan selesai.

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus terhadap pedagang pengecer yang memasarkan labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir. Responden yang diteliti yaitu pedagang pengecer yang memasarkan labu kuning dan petani Labu kuning petani labu kuning di Desa Pulau Semambu yang mengusahakan tanaman ini secara rutin setiap tahunnya.

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu menganalisis keuntungan pemasaran di tingkat pedagang pengecer labu kuning menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mathbf{PNT = Y \cdot Hy}$$

Keterangan : PNT = Penerimaan Total (Rp)  
Y = Jumlah Output yang Dihasilkan (Kg)  
Hy = Harga Jual Output (Rp/Kg)

$$\mathbf{Pd = PNT - BT}$$

Keterangan : Pd = Pendapatan (Rp)  
PNT = Penerimaan Total (Rp)  
BT = Biaya Total (Rp)

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu menganalisis keuntungan dari usahatani labu kuning menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan : TC = *Total Cost* (Biaya Total)  
FC = *Fixes Cost* (Biaya Tetap)  
VC = *Variable Cost* (Biaya Variabel)

= —



Keterangan : AC = *Average Cost* (Biaya Rata-Rata)  
TC = *Total Cost* (Biaya Total)  
Q = *Quantity* (Jumlah Output yang Dihasilkan)

$$PNT = Y \cdot Hy$$

Keterangan : PNT = Penerimaan Total (Rp)  
Y = Jumlah Output yang Dihasilkan (Kg)  
Hy = Harga Jual Output (Rp/Kg)

$$Pd = PNT - BT$$

Keterangan : Pd = Pendapatan (Rp)  
PNT = Penerimaan Total (Rp)  
BT = Biaya Total (Rp)

Analisis Return Cost Ratio adalah perbandingan antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya total yang dikeluarkan. Secara sistematis dapat dilihat sebagai berikut :

$$/ \quad = \text{—}$$

Keputusan :

$$R/C > 1 = \text{Untung} ; \quad R/C = 1 = \text{Impas} ; \quad R/C < 1 = \text{Rugi}$$

Untuk menjawab tujuan ketiga mengenai upaya untuk meminimalisir margin pemasaran antara petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis ini berdasarkan logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*treaths*) yang terjadi. Matriks SWOT yang dapat digunakan untuk dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Matriks SWOT

Internal	<i>Strength (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
Eksternal	Tentukan faktor-faktor kekuatan Internal	Tentukan Faktor-faktor Kelemahan Internal
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi S-O	Strategi W-O
Tentukan faktor-faktor Ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan dan Memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
Tentukan faktor-faktor Ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan Untuk mengatasi ancaman	Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Keuntungan Pemasaran Pedagang Pengecer Labu Kuning

Keuntungan pemasaran didefinisikan sebagai selisih harga yang dibayarkan produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Kecamatan Indralaya Utara adalah salah satu kecamatan yang memiliki pedagang pengecer labu kuning. Setiap pengecer labu kuning yang terdapat di sekitar Indaralaya Utara ini adalah ada yang melakukan usahatani sendiri untuk labu kuning yang dijual tetapi ada juga pedagang pengecer yang membeli dari pedagang pengumpul tetapi dengan harga pembelian labu kuning tersebut sedikit lebih mahal dibandingkan dengan langsung dari petani labu kuning tersebut.

### Biaya Pembelian dan Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Labu Kuning

Dalam hal ini biaya pembelian labu kuning berbeda-beda setiap pedagang pengecer tergantung dari jumlah yang mereka beli dan tempat pedagang pengecer membeli labu kuning, biaya pembelian labu kuning tinggi karena ada pedagang



pengecer yang rata-rata membeli dari pedagang pengumpul bukan langsung dari petani dan ada juga pedagang pengecer yang langsung menjadi petani labu kuning sehingga biaya pembeliannya lebih sedikit. Biaya pemasaran yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung ditanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya sewa, biaya listrik dan biaya pengemasan. Untuk lebih jelas mengenai biaya pembelian dan pemasaran labu kuning dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rata-rata Biaya Pembelian dan Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer Labu Kuning

No	Uraian	Rata-rata (Rp/bln)
1	Biaya pembelian	919.500
2	Biaya pemasaran	
	1) sewa	20.125
	2) listrik	53.833
	3) pengemasan	29.917
	Jumlah	1.023.375

Berdasarkan Tabel 2 diatas, tinggi nya biaya pembelian karena banyak petani yang membeli dari pedagang pengumpul bukan langung dari petani. Biaya pemasaran paling tinggi adalah listrik karena pemakaian listrik yang pedagang sangat boros yang disebabkan karena banyak pedagang pengecer yang menyalakan lampu mereka selama 24 jam. Dalam biaya pengemasan labu kuning tercakup di dalamnya dalah plastik, karung atau pun tali dalam mengemas labu kuning ini kepada konsumen.

### **Penerimaan Pedagang Pengecer Labu Kuning**

Penerimaan pedagang labu kuning adalah jumlah penjualan labu kuning per kilogram dikalikan dengan harga labu kuning per kilogram. Jumlah penjualan adalah banyaknya atau rata-rata labu kuning yang mereka jual dalam satu bulan dan harga labu



kuning adalah harga rata-rata labu kuning yang dijula oleh pedagang pengecer. Untuk melihat lebih jelas dari rata-rata penerimaan pedagang pengecer setiap bulan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penerimaan pedagang pengecer labu kuning

No	Uraian	Rata-rata(Rp/Bln)
1	jumlah penjualan (kg)	244
2	harga (Rp)	5.650
Penerimaan		1.378.600

Jumlah penjualan labu kuning berbeda dengan jumlah pembelian labu kuning setiap bulannya disebabkan karena tidak semua labu kuning tersebut yang dijual pedagang pengecer habis dalam 1 bulan bahkan ada penjualan labu kuning tersebut habis pada bulan ke 2 sehingga menyebabkan penerimaan yang didapat oleh pedagang pengecer tidak terlalu besar.

### **Pendapatan Pedagang Pengecer Labu Kuning**

Pendapatan adalah penerimaan dikurang dengan pengeluaran. Dalam hal ini pendapatan pedagang labu kuning adalah penerimaan labu kuning yang termasuk didalamnya adalah jumlah penjualan dikalikan dengan harga setiap kilogram labu kuning dikurang dengan pengeluaran yang tercakup di dalamnya adalah biaya pembelian dan biaya pemasaran. Untuk lebih jelas rata-rata pendapatan per bulan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata Pendapatan pedagang pengecer Labu Kuning

No	Uraian	Rata-rata(Rp/Bln)
1	Penerimaan	1.378.600
2	Pengeluaran	1.023.375
Pendapatan		355.225



Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat keuntungan atau pendapatan yang sedikit diperoleh oleh pedagang pengecer disebabkan karena pengeluaran dalam biaya pembelian yang besar dan labu kuning yang dibeli tidak semua habis dalam 1 bulan.

### **Analisis Keuntungan Yang Diperoleh Petani Dari Usahatani Labu Kuning Di Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir**

#### **Biaya Produksi**

Biaya produksi terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani labu kuning yang tidak habis dalam satu kali produksi seperti cangkul, parang, troli, *handsprayer* dan mesin rumput. Dalam hal ini untuk menghitung biaya tetap digunakan nilai penyusutan alat-alat tersebut. Biaya tetap usaha labu kuning dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Biaya Tetap Usahatani Labu Kuning Di Kecamatan Indaralaya Utara, 2015

No	Komponen	Biaya Penyusutan	Persentase (%)
1	Cangkul	1.000.000	41,24
2	Parang	450.000	18,56
3	Troli	625.000	25,77
4	<i>Handsprayer</i>	150.000	6,19
5	Mesin rumput	200.000	8,25
	Jumlah	2.425.000	100,00

Biaya variabel adalah biaya yang habis dipakai untuk satu kali produksi saja atau satu kali musim tanam seperti biaya benih, biaya pupuk, biaya herbisida, biaya pestisida dan biaya tenaga kerja. Biaya variabel dalam usahatani labu kuning dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Biaya Variabel Usahatani Labu Kuning Di Kecamatan Indralaya Utara, 2015

No	Komponen	Biaya Variabel	Persentase (%)
1	Benih	1.250.000	10,55
2	Pupuk	7.190.000	60,68
3	Pestisida	3.050.000	25,74





No	Komponen	Biaya Variabel	Persentase (%)
4	Tenaga kerja	360.000	3,04
Jumlah		11.850.000	100,00

Biaya variabel untuk pupuk lebih besar dibandingkan dengan biaya variabel lain karena pupuk sangat penting dalam usahatani labu kuning ini.

### **Penerimaan Usahatani Labu Kuning**

Penerimaan adalah nilai uang (rupiah) yang diterima petani dari jumlah produksi yang di dapat dikalikan harga yang berlaku pada musim tanam tahun 2015. Produksi adalah hasil usahatani selama satu kali musim tanam yang dipanen kemudian dijual kepada pedagang yang dinyatakan dalam (Rp/Kg). Rincian biaya rata-rata produksi dan penerimaan yang dikeluarkan oleh petani dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rata-Rata Penerimaan Petani Labu Kuning Di Kecamatan Indaralaya Utara, 2015

No	Uraian	Rata-rata
1	Produksi (kg/ha)	6.500
2	Harga (Rp/Kg)	2.500
3	Penerimaan (RP/ha/mt)	16.250.000

Produksi labu kuning ini tergantung pada kondisi alam yaitu kondisi air. Hal ini disebabkan karena labu kuning ini sangat membutuhkan atau membutuhkan penyerapan air yang banyak agar menghasilkan buah labu kuning yang bagus.

### **Pendapatan Usahatani Labu Kuning**

Pendapatan merupakan hasil pengurangan dari penerimaan yang diterima petani selama satu kali musim tanam dengan total biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani dalam kegiatan usahatani labu kuning. Rata-rata penerimaan, biaya total produksi dan pendapatan petani dapat dilihat pada Tabel 8.



Tabel 8. Rata-Rata Biaya Produksi, Penerimaan Dan Pendapatan Usahatani Labu Kuning, 2015

No	Uraian	Rata-rata (Rp/ha/mt)
1	Penerimaan	16.250.000
2	Biaya produksi	12.900.000
	Pendapatan	3.350.000

### Analisis Return Cost Ratio

Return Cost Ratio adalah perbandingan antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya total yang dikeluarkan. Dari hasil perhitungan produksi labu kuning penerimaan yaitu Rp16.250.000,00/ha/mt dan biaya total Rp 12.900.000,00/ha/mt dapat diperoleh bahwa  $R/C = 1,26$  hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha tani labu kuning ini menguntungkan karena jika  $R/C > 1$  maka untung. Sehingga kegiatan usahatani labu kuning ini layak untuk diteruskan dan diusahakan kembali untuk musim tanam selanjutnya.

### Strategi Meminimalisir Margin Pemasaran antar Petani dan Pedagang Pengecer terhadap Nilai Jual Labu Kuning Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan dalam melakukan perumusan strategi untuk meminimalisir margin pemasaran antara petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning. Pada analisis SWOT di lakukan terlebih dahulu pengidentifikasian dan analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) untuk merumuskan strategi meminimalisir margin pemasaran antar petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning.



## **Faktor Internal**

Identifikasi dan analisis faktor internal ini dilakukan untuk mengetahui kondisi internal pada petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning. Identifikasi internal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

### **Kekuatan**

- 1) Labu kuning apat tumbuh di daerah dataran tinggi atau dataran rendah dan tidak membutuhkan perawatan yang khusus

Labu kuning adalah tanaman yang mudah tumbuh dan tidak membutuhkan perawatan yang khusus sehingga tidak membutuhkan biaya yang cukup besar untuk perawatan walaupun jika dirawat akan menghasilkan produksi yang lebih baik. Di kecamatan Indralaya Utara ini adalah salah satu kecamatan yang cocok untuk ditanam dengan labu kuning walaupun biasanya penanaman labu kuning ini dilakukan pada waktu-waktu tertentu seperti pada saat menjelang bulan Ramadhan.

- 2) Labu kuning memiliki banyak vitamin dan nutrisi

Labu kuning ini adalah tanaman yang memiliki banyak vitamain yang baik bagi tubuh dan memiliki banyak nutrisi yang selain baik bagi tubuh. Labu kuning ini dapat diolah menjadi makanan seperti dodol, mie labu kuning, kolak, pie dan lain-lain. Dalam pengolahan labu kuning ini menjadi berbagai macam olahan juga tidak membutuhkan proses yang susah sehingga dapat dibuat oleh semua kalangan masyarakat.

- 3) Daya simpan tinggi

Labu kuning adalah tanaman yang mudah tumbuh serta memiliki lapisan luar yang keras sehingga memiliki daya simpan yang tinggi. Dalam hal ini labu kuning ini dapat bertahan hingga lebih dari 1 bulan jika tidak ada kerusakan pada buah labu



kuning seperti berlubang karena digigit oleh serangga. Daya simpan tinggi pada labu kuning ini merupakan salah satu alasan yang membuat pedagang tidak akan rugi apabila tidak terjual pada waktu yang singkat karena dapat dijual pada waktu yang panjang.

#### 4) Menghasilkan produksi yang cepat dan banyak

Labu kuning dapat tumbuh dengan mudah, bahkan di lahan kering sekalipun dan tanpa memerlukan perawatan yang khusus. Tanaman ini dapat menghasilkan 20-40 ton per hektar lahan dalam waktu yang relatif singkat, hanya sekitar 40-60 hari sehingga labu kuning ini banyak ditanam oleh petani.

### **Kelemahan**

#### 1) Harga labu kuning yang murah

Labu kuning adalah tanaman yang musiman yang ditanam oleh petani terkhusus di kecamatan Indralaya Utara ini seperti pada saat menjelang bulan Ramadhan. Karena pada hari biasa harga labu kuning ini sangat murah sedangkan pada saat hari besar seperti Ramadhan harga labu kuning menjadi lebih mahal. Sedangkan pengolahan hasil dari panen ataupun produk lanjutan pascapanen belum ada, sehingga labu kuning jarang di tanam oleh petani. Padahal jika labu kuning tersebut diolah maka harga labu kuning akan dapat meningkat meskipun tidak pada hari besar seperti Ramadhan.

#### 2) Jarang di konsumsi oleh masyarakat

Labu kuning adalah jenis sayuran yang jarang dikonsumsi oleh masyarakat karena kebiasaan dan keterbatasan pengetahuan akan khasiatnya. Labu kuning ini hanya digunakan sebagai sayur pelengkap pada hidangan seperti sayur lodeh, tumis daun, juga hanya diolah menjadi kolak ataupun dodol dan pada saat waktu tertentu

seperti Ramadhan dan lebaran sehingga menyebabkan labu kuning menjadi sayuran yang sangat jarang dikonsumsi sehari-hari sehingga harga labu kuning murah dipasaran.

### **Faktor Eksternal**

Identifikasi dan analisis faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui faktor luar yang terdiri dari peluang dan ancaman yang berasal dari luar petani dan pedagang pengencer labu kuning. Identifikasi dan analisis faktor eksternal dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **Peluang**

##### 1) Labu kuning dapat diolah sehingga dapat meningkatkan nilai tambah

Labu kuning adalah salah satu jenis tanaman sayuran yang dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan tetapi hanya saja masih kurangnya pengetahuan dari petani atau masyarakat untuk mengolah labu kuning ini sehingga memiliki nilai tambah. Dengan adanya kemampuan dari masyarakat atau petani untuk mengolah tanaman labu kuning ini akan meningkatkan harga labu kuning dan juga tanaman labu kuning tidak menjadi tanaman yang hanya ditanam atau dijual pada saat hari-hari tertentu saja melainkan dapat di konsumsi untuk sehari-hari oleh masyarakat.

##### 2) Menciptakan kesempatan kerja

Jika labu kuning ini dapat diolah maka proses pengolahan pasti akan membutuhkan tenaga kerja sehingga demikian akan menyerap tenaga kerja dan menciptakan tenaga kerja. Oleh sebab itu perlunya peningkatan nilai tambah dari labu kuning sehingga petani tidak akan mengalami kerugian karena harga yang akan

meningkat dan dapat juga menyerap tenaga kerja untuk proses usahatani dan pengolahan pascapanen labu kuning ini.

### **Ancaman**

#### 1) Adanya gangguan hama dan penyakit tanaman labu kuning

Hama dan penyakit ini tidak begitu besar dampaknya bagi petani dan tanaman labu kuning tapi inidapat juga menjadi ancaman yang besar bagi petani labu kuning karena dapat menurunkan produksi dari labu kuning ini. Biasanya gangguan hama yang sering menyerang labu kuning ini adalah serangga kuning yang sering menyebabkan labu kuning ada yang berlubang sehingga labu kuning akan busuk.

#### 2) Perubahan cuaca yang tidak menentu

Faktor alam sangat menentukan berhasil tidaknya usahatani labu kuning. Karena jika cuaca kemarau maka hasil labu kuning tidak akan maksimal terutama dalam penanaman benih dari labu kuning. Jika tergenang air secara terus menerus labu kuning juga tidak akan bisa tumbuh dengan baik karena batang labu kuning akan busuk sehingga labu kuning tidak akan berproduksi banyak dan petani akan mengalami kerugian.

#### 3) Faktor harga produksi yang tinggi

Dalam tiap tahapan usahatani labu kuning pasti akan ada biaya yang akan dikeluarkan oleh petani. Petani sering mengeluhkan masalah tingginya harga pupuk dan benih yang merupakan bagian dari faktor produksi. Harga jual labu kuning terkadang tidak seimbang dengan harga faktor produksi sehingga menyebabkan terkadang pendapatan petani tidak sesuai dari harapan.

### Matriks SWOT

Setelah dilakukan identifikasi dan analisis faktor-faktor internal dan eksternal maka hasilnya akan digunakan pada tahap selanjutnya untuk merumuskan strategi yang akan disusun pada matriks SWOT berdasarkan hasil yang diperoleh matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Matriks SWOT Meminimalisir Margin Pemasaran Petani Dan Pedagang Pengecer Labu Kuning Kecamatan Indaralaya Utara, 2015

Faktor internal	<p><i>Strenght (s)</i></p> <p>1) Labu kuning dapat tumbuh di daerah tinggi atau rendah dan tidak membutuhkan perawatan yang khusus</p> <p>2) Memiliki banyak vitamin dan Nutrisi</p> <p>3). Daya simpan tinggi</p>	<p><i>Weakness (W)</i></p> <p>1) Harga labu kuning yang murah</p> <p>2) Jarang di konsumsi oleh masyarakat</p>
Faktor Eksternal		
<i>Oppotunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<p>1) Labu kuning dapat diolah sehingga dapat meningkatkan</p> <p>2) Terciptanya kesempatan kerja petani</p>	<p>1) Meningkatkan IPTEK dari petani melalui penyuluh sehingga dapat menambah kreatifitas petani dalam pengolahan labu kuning</p> <p>2) Memanfaatkan tenaga kerja lokal Untuk mendukung kegiatan Pengolahan labu kuning &amp; kegiatan Usahatani labu kuning ini</p>	<p>1) Meningkatkan pembinaan petani dalam meningkatkan nilai tambah serta petani hrs menanam tanaman lain utk menekan kerugian dan menambah keuntungan</p> <p>2) Petani dibina untuk dapat membuat labu kuning dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan sehingga dapat dikonsumsi sehari-hari oleh petani.</p>
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST	Strategi WT
<p>1) Adanya gangguan hama dan penyakit tanaman labu kuning petani</p> <p>2) perubahan cuaca yang tidak menentu</p> <p>3) Tingginya harga faktor produksi</p>	<p>1) Meningkatkan teknologi tepat guna dan melakukan perawatan yang lebih baik serta penentuan jadwal tanam yang tepat agar menghasilkan produksi yang banyak dan bagus</p>	<p>1) Memberikan pengetahuan dan pembinaan kepada dalam melakukan usahatani labu kuning dan proses pengolahannya.</p>

### Strategi SO

Strategi SO adalah strategi yang menggunakan *strenght* (kekuatan) untuk memanfaatkan *opportunities* (Peluang). Strategi yang dapat dilakukan adalah :



1. Meningkatkan IPTEK dari petani melalui penyuluh sehingga dapat menambah kreatifitas petani dalam pengolahan labu kuning.

Dalam hal ini dibutuhkan peran penting dari seorang penyuluh atau pendamping yang dapat membantu petani dalam meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) mereka dalam pengolahan dan menambah nilai tambah dari labu kuning ini.

Karena labu kuning ini sangat memiliki banyak potensi untuk diolah menjadi berbagai jenis makanan yang dapat dijual sehingga akan menambah pendapatan dari petani. Labu kuning ini dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan seperti kolak, dodol atau pun mie yang dapat mereka olah sendiri dan dijual kembali.

- 2) Memanfaatkan tenaga kerja lokal untuk mendukung kegiatan pengolahan labu kuning dan kegiatan usahatani labu kuning.

Dengan adanya kegiatan pengolahan labu kuning dan juga usahatani labu kuning pasti akan membutuhkan tenaga kerja yang banyak dalam setiap kegiatannya oleh sebab itu dalam pemilihan tenaga kerjanya ada baiknya dipilih tenaga kerja lokal karena dapat membantu pendapatan petani lain di daerah tempat labu kuning ditanam dan juga dengan adanya penyerapan tenagakerja lokal membuat daerah tersebut akan meningkat kesejahteraan mereka karena ada penghasilan tambahan.

### **Strategi WO**

- 1) Meningkatkan pembinaan petani dalam meningkatkan kreatifitas dalam nilai tambah labu kuning serta petani harus menanam tanaman lain untuk menekan kerugian dan menambah keuntungan petani

Pembinaan yang dilakukan oleh penyuluh atau pendamping dapat melalui pertemuan rutin yang dilakukan kepada petani dan memberikan ilmu baru tentang pengolahan labu kuning agar petani tersebut nantinya dapat mandiri untuk membuat





sendiri olahan labu kuning tersebut. Selain itu dalam rangka untuk menekan kerugian dari petani dengan harga yang murah dan belum adanya pengolahan produk untuk labu kuning yang dilakukan petani diharapkan menanam tanaman lain di sela-sela labu kuning yang ditanam agar jika satu tanaman tidak menghaikan dapat ditutupi oleh tanaman lain.

- 2) Petani dibina untuk dapat membuat labu kuning dapat diolah menjadi berbagai jenis makanan sehingga dapat dikonsumsi sehari-hari oleh petani.

Dalam mengatasi harga labu kuning yang murah karena pada waktu tertentu saja masyarakat memanfaatkan labu kuning sebagai menu makanan maka diperlukan pengolahan aneka makanan dari labu kuning ini agar labu kuning dapat menjadi makanan yang dapat dikonsumsi sehari-hari dan petani labu kuning tidak menjadi petani musiman dalam menanam maupun menjual labu kuning ini. Pembinaan ini dapat dilakukan dalam kelompok di setiap desa yang ada di kecamatan indralaya dengan didampingi oleh seorang penyuluh atau pendamping.

### **Strategi ST**

Strategi ST adalah strategi yang memanfaatkan strength (kekuatan) untuk mengendalikan threat (ancaman). Strategi ST yang dapat dilakukan adalah :

- 1) Memberikan pengetahuan dan melakukan perawatan yang lebih baik serta penentuan jadwal tanam yang tepat agar menghasilkan produksi yang banyak dan bagus

Sering kali perubahan iklim tidak sesuai dengan prediksi dari petani sehingga mereka sudah terlanjur menanam tanaman mereka dan akhirnya tidak berhasil. Oleh karena itu perlu informasi yang baik yang dibagikan kepada petani agar mereka dapat menentukan jadwal tanam yang tepat untuk tanaman yang akan mereka tanam. Dan juga perawatan tanaman adalah hal yang sering diabaikan oleh petani sehingga



mengakibatkan hasil produksi pertanian mereka tidak maksimal sehingga perlu nya diberikan pengetahuan kepada petani mengenai perawatan yang baik untuk usahatani labu kuning agar menghasilkan produksi yang baik juga.

### **Strategi WT**

Strategi WT adalah strategi yang menilai dari *weakness* (Kelemahan) dan memprediksi *threat* (ancaman) yang mungkin akan terjadi. Strategi WT yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1) Memberi pengetahuan dan pembinaan kepada petani dalam melakukan usahatani labu kuning dan proses pengolahannya

Kelemahan dari labu kuning ini adalah harganya yang murah dan jarang dikonsumsi oleh masyarakat untuk menu sehari-hari oleh karena itu diperlukan pengolahan labu kuning untuk meningkatkan nilai tambahnya agar harga dari labu kuning ini menjadi lebih mahal dan perlu dibuat olahan labu kuning yang beraneka ragam agar dapat diolah untuk menu sehari-hari. Agar labu kuning ini tidak hanya dikonsumsi pada saat Ramadhan saja.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah : 1) Keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer labu kuning adalah Rp. 355,225,00 per periode penjualan disebabkan biaya pembelian dan pemasaran yang besar dan labu kuning yang dibeli tidak semua habis dalam 1 bulan, 2) Hasil perhitungan produksi labu kuning dapat diperoleh bahwa  $R/C = 1,26$  hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha tani labu kuning ini menguntungkan, 3) Upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir margin pemasaran antara petani dan pedagang pengecer terhadap nilai jual labu kuning di



Kecamatan Indralaya Utara, Kabupaten Ogan Ilir yaitu: meningkatkan IPTEK petani melalui penyuluh sehingga dapat menambah kreatifitas petani dalam pengolahan labu kuning, memanfaatkan tenaga kerja lokal untuk mendukung kegiatan pengolahan labu kuning dan kegiatan usahatani labu kuning, meningkatkan pembinaan petani dalam meningkatkan kreatifitas dalam nilai tambah labu kuning serta petani harus menanam tanaman lain untuk menekan kerugian dan menambah keuntungan petani, petani dibina untuk dapat mengolah labu kuning menjadi berbagai jenis makanan sehingga dapat dikonsumsi sehari-hari oleh petani, memberikan pengetahuan dan melakukan perawatan yang lebih baik serta penentuan jadwal tanam yang tepat agar menghasilkan produksi yang banyak dan bagus, memberi pengetahuan dan pembinaan kepada petani dalam melakukan usahatani labu kuning dan proses pengolahannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2012. *Analisis Energi dan Protein serta Uji Daya Terima Biskuit Tepung Labu Kuning dan Ikan Lele*. Universitas Sumatera Utara. Medan
- Hendrasty, H.K. 2003. *Pengolahan Labu Kuning*. Kanisius. Yogyakarta.
- Hernanto, F. 1993. *Ilmu Usahatani*. Penerbit swadaya. Jakarta.
- Husin, L dan Lifianthi. 1995. *Ekonomi Produksi Pertanian*. Fakultas Pertanian. Univeristas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasikan).
- Hutapea. J.R. 1994. *Labu Kuning (Cucurbita moschata Durch)*. CCRC-Farmasi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Iskandar, Putong. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro*. Penerbit Gahlia Indonesia. Jakarta.
- Nitisemito, A. 1993. *Marketing*. Challa indonesia. Jakarta.
- Rahardi, F, Sri, W dan Eko. 2001. *Agribisnis Tanaman Hortikultura*. Penerbit Swadaya. Jakarta.
- Rosyidi, Suherman. 2005. *Pengantar Teori Ekonomi*. Pertja. Jakarta.



Sukarno, Sadono. 2002. *Teori Mikro Ekonomi*. Cetakan keempat belas. Rajawali Press.  
Jakarta.

---