

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN
TALAS DI KELURAHAN SITUGEDE,
KECAMATAN BOGOR BARAT,
KOTA BOGOR**

SKRIPSI

**HOTNAULI BR SILALAH
H341066061**



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2009**

RINGKASAN

HOTNAULI BR SILALAH. H34066061. 2009. **Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor**. Skripsi. Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor (Di bawah bimbingan HARMINI).

Pertanian merupakan sektor ekonomi yang penting kedudukannya di Indonesia. Data *product Domestic Bruto* (PDB) Indonesia menurut sektor usaha pada tahun 2006 menunjukkan bahwa sektor pertanian menjadi sektor utama ketiga yang mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi. Subsektor tanaman pangan adalah salah satu subsektor pertanian yang terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Oleh karena itu masalah penyediaan pangan menjadi perhatian pemerintah dan memiliki peranan yang penting untuk dikembangkan. Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan pangan dan upaya diversifikasi pangan dapat dilakukan dengan peningkatan budidaya dan pemanfaatan hasil pertanian seperti ubi-ubian.

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor yang merupakan salah satu sentra talas di Kota Bogor. Waktu penelitian dilakukan selama bulan Maret-Mei 2009. Tujuan penelitian ini adalah (1) Menganalisis pendapatan usahatani talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor, (2) Menganalisis saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran dan efisiensi pemasaran talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor.

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Jumlah responden usahatani sebanyak 24 petani yang membudidayakan talas. Pengambilan responden usahatani dilakukan dengan metode sensus. Responden untuk analisis pemasaran ditentukan dengan metode *snow ball sampling* dengan mengikuti alur pemasaran mulai dari petani sampai ke konsumen.

Pengolahan dan analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan untuk mengetahui gambaran tentang usahatani dan pemasaran talas di Kelurahan Situgede. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis pendapatan, analisis R/C ratio, analisis margin, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran.

Input yang digunakan pada usahatani talas terdiri dari benih, pupuk, pestisida dan tenaga kerja. Petani talas di Kelurahan Situgede menggunakan benih budidaya sendiri (hasil anakan talas dari budidaya sebelumnya). Pupuk yang digunakan yaitu Urea, ZA, TSP, Furadan, dan pupuk kandang.

Berdasarkan hasil analisis, maka untuk tiap hektar lahan pertanian talas mampu menghasilkan rata-rata 18.000 umbi, dengan harga rata-rata Rp 1.586 per umbi untuk petani lahan disewa, Rp 1.635 per umbi untuk petani lahan sendiri dan Rp 1.621 per umbi untuk petani lahan keseluruhan.

Rata-rata pendapatan atas biaya total usahatani lahan disewa dan lahan milik sendiri masing-masing sebesar Rp 11.524.717,92, dan Rp 11.326.827,54, sedangkan pendapatan usahatani lahan keseluruhan adalah Rp 11.476.748,81. Nilai R/C rasio atas biaya total pada usahatani lahan disewa, lahan milik sendiri dan lahan keseluruhan masing-masing adalah 1,61; 1,56 dan 1,58. Hal ini

menunjukkan bahwa usahatani talas terhadap lahan sendiri maupun lahan sewa sama-sama menguntungkan.

Pola saluran pemasaran talas di Kelurahan Situgede ada tiga yang terdiri dari; pola I (petani langsung ke konsumen akhir), pola II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer), dan pola III (petani-pedagang pengumpul-pengusaha pengolah talas). Pola saluran pemasaran yang paling banyak dilakukan oleh petani responden adalah pola I yaitu pola saluran pemasaran terpendek (14 orang atau 58,33 persen).

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran talas menjalankan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar proses penyampaian barang atau jasa. Fungsi pertukaran meliputi kegiatan penjualan dan pembelian talas, fungsi fisik meliputi kegiatan pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan talas. Sedangkan fungsi fasilitas yaitu meliputi kegiatan sortasi, penanggungan risiko, biaya pemasaran dan informasi pasar.

Jika dibandingkan antara ketiga saluran yang terdapat pada saluran pemasaran tersebut diketahui bahwa margin pemasaran pada setiap pola pemasaran talas di Kelurahan Situgede berbeda. Total margin pemasaran yang terbentuk pada pola saluran I adalah sebesar Rp 696,36 per umbi dengan total biaya sebesar Rp 174 per umbi. Total margin pemasaran yang terbentuk pada pola saluran II adalah sebesar Rp 1.966,67 per umbi dengan total biaya sebesar Rp 586,65 per umbi. Total margin pemasaran yang terbentuk pada pola saluran III adalah sebesar Rp 1.125 per umbi dengan total biaya sebesar Rp 175 per umbi.

Farmer's Share terbesar terdapat pada pola pemasaran I yaitu 100 %. Hal ini disebabkan karena penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen tanpa melalui perantara sehingga harga yang dibayar konsumen menjadi penerimaan secara keseluruhan bagi petani. *Farmer's Share* terendah terdapat pada pola pemasaran II yaitu 34,44 %. Hal ini disebabkan karena harga jual talas ditingkatkan petani rendah dan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sehingga biaya pemasaran harus ditanggung oleh konsumen.

Nilai rasio keuntungan tertinggi terdapat pada pola saluran pemasaran III terjadi pada pedagang pengumpul, yaitu sebesar 5,43 persen yang artinya bahwa dari setiap Rp 1,00 per umbi biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yang bersangkutan, akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 5,43. Sedangkan nilai rasio keuntungan yang terendah yaitu pada saluran II yaitu sebesar 2,35 persen terdapat pada pedagang pengumpul.

Bila margin pemasaran digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola I lebih efisien dibanding pola lainnya. Bila rasio keuntungan/biaya digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola III lebih efisien dibanding pola lainnya. Bila *farmer's share* digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola I lebih efisien dibanding pola lainnya.

Saran yang diberikan dari hasil penelitian adalah usahatani di Kelurahan Situgede masih menguntungkan, namun dibutuhkan informasi pasar bagi petani talas sehingga petani memiliki posisi tawar yang lebih tinggi. Pemerintah sebaiknya membantu petani dalam hal penyediaan modal dengan bunga yang rendah, pemerintah ataupun pengusaha dapat memberikan atau menciptakan teknologi yang bisa mengolah talas, sehingga nilai tambah talas dapat ditingkatkan dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat sekitar.

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN
TALAS DI KELURAHAN SITUGEDE,
KECAMATAN BOGOR BARAT,
KOTA BOGOR**

**HOTNAULI BR SILALAH
H34066061**

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada
Departemen Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2009**

Judul : Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas
di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat,
Kota Bogor
Nama : Hotnauli Br Silalahi
NIM : H34066061

Disetujui,
Pembimbing

Ir. Harmini, MSi
NIP 131 688 732

Diketahui :
Ketua Departemen Agribisnis
Fakultas Ekonomi dan Manajemen
Institut Pertanian Bogor

Dr. Ir. Nunung Kusnadi, MS
NIP 131 415 082

Tanggal Lulus :

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor” adalah karya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam bentuk daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Bogor, Mei 2009

Hotnauli BR Silalahi
H34066061

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara pada tanggal 22 Oktober 1985 sebagai anak ke empat dari empat bersaudara keluarga Bapak Pitok Silalahi (Almarhum) dan Ibu Belendina Br Purba.

Penulis mengikuti pendidikan sekolah dasar di SD Negeri Inpres Berastagi dan lulus pada tahun 1997. Pendidikan tingkat menengah dapat diselesaikan penulis pada tahun 2000 di SMP Negeri 2 Berastagi. Pendidikan tingkat atas dapat diselesaikan penulis pada tahun 2003 di SMU Negeri 1 Berastagi.

Pada tahun 2003, penulis diterima di Institut Pertanian Bogor melalui jalur Ujian Seleksi Masuk IPB (USMI) pada Program Studi Diploma III Manajemen Bisnis Perikanan, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan. Setelah menempuh program Diploma III, penulis melanjutkan studi pada Program Sarjana Agribisnis Penyelenggaraan Khusus, Institut Pertanian Bogor sejak tahun 2006 hingga tahun 2009.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa dan Maha Pengasih, yang telah membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor” yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat keuntungan yang diperoleh petani talas di Kelurahan Situgede serta mengetahui efisiensi pemasarannya. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam mencari alternatif pemecahan masalah melalui pendekatan teori usahatani dan pemasaran, sehingga dapat berguna sebagai bahan informasi bagi petani talas dan dapat menjadi pertimbangan bagi pelaku yang berniat menekuni usahatani talas.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Bogor, Mei 2009

Hotnauli Br Silalahi

UCAPAN TERIMA KASIH

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ir. Harmini, MSi sebagai dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, dorongan, saran dan perhatiannya yang sangat berarti bagi penulis hingga penyusunan skripsi ini selesai.
2. Ir. Netti Tinaprilla, MM atas kesediaannya menjadi dosen evaluator dalam seminar proposal penelitian.
3. Ir. Popong Nurhayati, MM selaku dosen penguji utama yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyempurnakan skripsi ini.
4. Dra. Yusalina, MS atas kesediaannya menjadi dosen komite akademik dalam sidang skripsi yang telah memberikan saran untuk perbaikan skripsi ini.
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendoakan, memberi semangat, dan mendukung penulis dengan penuh kasih sayang.
6. Mark Majus Rajagukguk terimakasih atas saran, dukungan yang sangat berarti, dan bantuan yang tulus selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Jahata dan keluarga yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data responden.
8. Bapak Hj. Roni, dan seluruh responden yang telah banyak membantu penulis selama pengumpulan data dan memberikan informasi yang sangat berguna dalam penelitian ini.
9. Bapak Suherman dari Dinas Pertanian Kota Bogor yang telah memberikan saran dan masukan terhadap penelitian ini.
10. Bang Martua dan Keluarga, terimakasih atas bantuan dan motivasi selama ini.
11. Seluruh staf sekretariat Ekstensi AGB yang telah membantu penulis.
12. Teman-teman Kos Belitung 21, Tiur Mariani Sihaloho, Rida Murni, Juni, Liani Sipayung, Muti, Ibu Juju yang Sabar, Nina, Kak Joice, Opung, KMKE dan rekan-rekan AGB yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya.

Bogor, Mei 2009

Hotnauli BR Silalahi

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tanaman Talas.....	8
2.2 Kandungan Gizi Talas	10
2.3 Budidaya Talas	10
2.4 Penelitian Terdahulu	12
2.4.1 Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas	12
2.4.2 Analisis Agroindustri Talas.....	13
2.4.3 Analisis Pendapatan Usahatani Padi.....	13
2.4.4 Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah.....	14
III. KERANGKA PEMIKIRAN	15
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	15
3.1.1. Konsep Usahatani.....	15
3.1.2. Konsep Pemasaran	18
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	22
IV. METODE PENELITIAN	25
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
4.2 Jenis dan Sumber Data	25
4.3 Metode Penentuan Sampel	25
4.4 Metode Pengumpulan Data	26
4.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	26
4.5.1 Analisis Keragaan Usahatani Talas	26
4.5.2 Analisis Pendapatan Usahatani	27
4.5.3 Analisis Pemasaran.....	29
4.6. Defenisi Operasional	31
V. GAMBARAN UMUM	32
5.1 Karakteristik Wilayah	32
5.2 Keadaan Sosial Ekonomi.....	33
5.3 Sarana dan Prasarana.....	35

5.4 Karakteristik Petani Responden.....	35
5.4.1 Umur Petani Responden	35
5.4.2 Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Petani Responden.....	36
5.4.3 Luas dan Status Pengelolaan	37
VI. ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI TALAS	38
6.1 Keragaan Usahatani Talas	38
6.1.1 Subsistem Sarana Produksi.....	38
6.1.1.1 Bibit.....	38
6.1.1.2 Pupuk.....	38
6.1.1.3 Tenaga Kerja.....	39
6.1.1.4 Alat-alat Pertanian	40
6.1.2 Subsistem Budidaya	41
6.1.2.1 Persiapan Lahan dan Penanaman.....	41
6.1.2.2 Pemeliharaan	41
6.1.2.3 Pemupukan	42
6.1.2.4 Pemanenan.....	42
6.2 Penerimaan Usahatani	42
6.3 Pengeluaran Usahatani	43
6.4 Pendapatan Usahatani	45
6.5 Analisis R/C Rasio	46
VII. ANALISIS PEMASARAN TALAS	48
7.1 Saluran Pemasaran Talas.....	48
7.2 Fungsi Pemasaran	50
7.3 Analisis Margin Pemasaran.....	53
7.4 Analisis <i>Farmer's Share</i>	56
7.5 Rasio Keuntungan dan Biaya	56
7.6 Efisiensi Pemasaran Talas	57
VIII. KESIMPULAN DAN SARAN	59
8.1 Kesimpulan.....	59
8.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Produk Domestik Bruto Menurut Sektor Usaha di Indonesia Tahun 2006	1
2. Target dan Realisasi Panen Palawija di Kota Bogor Tahun 2008	2
3. Data Penanaman, Produksi, dan Produktivitas Talas di beberapa Kecamatan di Kota Bogor Tahun 2008	3
4. Perbandingan Data Tanam, Produksi, dan Produktivitas Talas di beberapa Kecamatan di Kota Bogor Tahun 2004-2008	5
5. Deskripsi Varietas Talas Bogor	9
6. Kandungan Gizi Talas Mentah dan Talas Rebus	10
7. Metode Perhitungan Pendapatan Usahatani Talas di Kelurahan Situgede	28
8. Luas Lahan Kelurahan Situgede berdasarkan Penggunaannya Tahun 2007	33
9. Komposisi Penduduk Kelurahan Situgede Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2007	33
10. Komposisi Penduduk Kelurahan Situgede Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2007.....	34
11. Komposisi Penduduk Kelurahan Situgede Berdasarkan Jenis Pekerjaan	35
12. Jumlah dan Persentase Petani Responden menurut Golongan Umur	36
13. Sebaran Petani Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
14. Sebaran Petani Responden Menurut Pengalaman Bertani.....	37
15. Sebaran Petani Responden berdasarkan Status Pengelolaan.....	37
16. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja Usahatani Talas per Hektar untuk Satu Musim Produksi di Kelurahan Situgede Tahun 2008.....	40
17. Nilai Penyusutan Peralatan Pertanian Usahatani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008	40

18. Biaya Tunai dan Biaya Diperhitungkan Usahatani Talas pada Satu Musim Produksi Per Hektar Tahun 2008.....	45
19. Rata-rata Penerimaan, Biaya, Pendapatan dan R/C rasio Usahatani Talas di Kelurahan Situgede pada Satu Musim Tanam per Hektar Tahun 2008.....	47
20. Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede	51
21. Sebaran Harga Rata-rata dan Margin Pemasaran pada Berbagai Pola Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede.....	55
22. <i>Farmer's Share</i> pada berbagai Pola Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede.....	56
23. Margin, Keuntungan, dan <i>Farmer's share</i> masing-masing Pola Pemasaran Talas	57

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Margin Pemasaran	21
2.	Kerangka Pemikiran Operasional	24
3.	Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede	48

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Studi Terdahulu yang Berkaitan dengan Penelitian.....	63
2. Karakteristik Petani Responden di Kelurahan Situgede	64
3. Analisis Pendapatan Usahatani Talas (Lahan Sewa) Satu Musim Tanam per Hektar Tahun 2008	65
4. Analisis Pendapatan Usahatani Talas (Lahan Milik Sendiri) Satu Musim Tanam per Hektar Tahun 2008	66
5. Analisis Pendapatan Usahatani Talas (Total Lahan) Satu Musim Tanam per Hektar Tahun 2008	67
6. Biaya Pemasaran Berdasarkan Pola Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede	68
7. Biaya Tenaga Kerja masing-masing Petani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008	69
8. Biaya Tunai Masing-masing Petani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008.....	70
9. Biaya Diperhitungkan Masing-masing Petani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008.....	71
10. Kuisioner Pendapatan Usahatani Talas.....	72
11. Kuisioner Pemasaran Talas	76

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor ekonomi yang penting kedudukannya di Indonesia. Data *Product Domestic Bruto* (PDB) Indonesia menurut sektor usaha pada tahun 2006 menunjukkan bahwa sektor pertanian menjadi sektor utama ketiga yang mempengaruhi laju pertumbuhan ekonomi. Sektor pertanian menyumbang 15,39 persen dari total PDB pada tahun 2006 setelah sektor industri pengolahan (28,34 persen), sektor perdagangan, hotel dan restoran (16,17 persen). Melihat pentingnya sektor pertanian bagi kelangsungan hidup negara, maka diperlukan upaya nyata untuk mengembangkan dan memajukan sektor pertanian secara berkelanjutan. Data PDB menurut sektor usaha di Indonesia Tahun 2006 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produk Domestik Bruto Menurut Sektor Usaha di Indonesia Tahun 2006.

No	Sektor Usaha	PDB (Persen)
1	Industri Pengolahan	28,34
2	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	16,17
3	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	15,39
4	Jasa-jasa lain	10,17
5	Pertambangan dan Penggalian	8,55
6	Keuangan, Persewaan, dan Jasa Perusahaan	8,45
7	Pengangkutan dan Komunikasi	6,10
8	Bangunan	5,84
9	Listrik, Gas, dan Air Bersih	0,99
TOTAL PDB		100,00

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2007

Subsektor tanaman pangan adalah salah satu subsektor pertanian yang terus meningkat sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Karena itu, masalah penyediaan pangan menjadi perhatian pemerintah dan memiliki peranan yang penting untuk dikembangkan. Salah satu upaya untuk memenuhi kebutuhan pangan dan penyediaan pangan dapat dilakukan dengan peningkatan budidaya dan pemanfaatan hasil pertanian seperti ubi-ubian.

Indonesia memiliki beberapa jenis ubi-ubian yang banyak dibudidayakan diantaranya adalah talas (*Colocasia Esculenia* (L.) Schott). Talas sebagai bahan makanan, cukup populer dan produksinya cukup tinggi terutama di daerah Papua dan Jawa (Bogor, Sumedang dan Malang) yang merupakan sentra-sentra produksi talas. Penggunaannya sebagai bahan makanan dapat diarahkan untuk menunjang ketahanan pangan nasional melalui program diversifikasi pangan, disamping peluangnya sebagai bahan baku industri.

Kota Bogor telah lama dikenal sebagai daerah penghasil talas, yang lazim disebut talas bogor. Talas dikonsumsi sebagai makanan pokok dan makanan tambahan. Talas mempunyai keragaman bentuk dan rasa umbinya memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Umbi, pelepah dan daunnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan makanan, obat, maupun pembungkus. Daun, sisa umbi dan kulit umbi dapat dimanfaatkan sebagai pakan ternak (Danuminarja, 1978).

Pemerintah Kota Bogor pada Tahun 2008 telah membuat target penanaman komoditas palawija diantaranya adalah jagung, ubi kayu, ubi jalar, kacang tanah, dan talas. Pada realisasinya luas panen yang dihasilkan melebihi target yang telah direncanakan. Hal ini memberikan kontribusi yang positif terhadap pendapatan daerah Kota Bogor. Target dan realisasi luas panen palawija di Kota Bogor dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Target dan Realisasi Luas Panen Palawija di Kota Bogor Tahun 2008

Komoditas	Target Luas Panen (Ha)	Realisasi Luas Panen (Ha)	Persentase (%)	Total Produksi (Ton)	Harga per Kg	Total (Rp. 1000)	Produktivitas (Ton/Ha)
Jagung	127,00	165,00	129,92	590,70	2,200,00	1,299,540,00	3,58
Ubi Kayu	291,00	406,00	139,52	5.217,10	350,00	1,825,985,00	12,85
Ubi Jalar	84,00	100,00	119,05	1.310,00	1,600,00	2,096,000,00	13,10
Kacang Tanah	53,00	79,00	149,06	110,60	2,600,00	287,560,00	1,40
Talas	62,00	220,00	354,84	6.182,00	1.350,00	8,345,700,00	28,10

Sumber : Dinas Pertanian Kota Bogor, 2008

Pada Tabel 2 dapat dilihat realisasi luas panen meningkat dari target yang direncanakan. Produktivitas tertinggi untuk komoditi palawija di Kota Bogor

adalah talas yaitu sebesar 28,10 ton per hektar. Total penerimaan yang dihasilkan mencapai Rp 8. 345.700.000,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa talas di Kota Bogor memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan masyarakat sehingga budidayanya sangat potensial untuk dikembangkan.

Pada perkembangannya, Indonesia sekarang ini sedang mempromosikan talas sebagai komoditas agrowisata misalnya dijadikan produk perdagangan oleh-oleh khas Bogor. Kota Bogor sebagai kota perdagangan, kota industri, kota pemukiman, tempat wisata ilmiah dan sebagai kota pendidikan memberikan peluang untuk mengembangkan komoditi talas tidak hanya dari aspek hulu (*on farm*) tetapi berpotensi juga di aspek hilir (*off farm*) khususnya bagi industri makanan.¹⁾

Sentra produksi talas tersebar di beberapa wilayah di Kota Bogor. Jika dilihat dari rata-rata luas panen dan produksi talas per daerah pada tahun 2008, maka terdapat lima daerah yang merupakan penghasil talas terbanyak di Kota Bogor, yaitu Kecamatan Bogor Barat, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Selatan dan Tanah Sereal. Data penanaman, produktivitas dan produksi talas di beberapa Kecamatan di Kota Bogor dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Penanaman, Produksi dan Produktivitas Talas di beberapa Kecamatan di Kota Bogor Per Kecamatan Tahun 2008.

Kecamatan	Tanam (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ha)
Bogor Barat	37,00	215,34	5,82
Bogor Timur	43,00	249,40	5,80
Bogor Utara	12,00	64,20	5,35
Bogor Selatan	41,00	233,70	5,70
Tanah Sereal	24,00	132,00	5,50
Bogor Tengah	-	-	-

Sumber : Dinas Pertanian Kota Bogor, 2008 (diolah).

Pada Tabel 3 dapat dilihat tanaman talas banyak ditanam di beberapa kecamatan di Kota Bogor. Dari beberapa kecamatan di Kota bogor, wilayah

¹ <http://www.pemerintahankotabogor.go.id> Renstra Kota Bogor. Diakses tanggal 11 Februari 2009.

Bogor Tengah tidak memiliki luas tanam talas, karena wilayah tersebut merupakan pusat Kota. Produktivitas penanaman talas tertinggi dihasilkan di Kecamatan Bogor Barat yaitu sebesar 5.82 ton per hektar.

Kelurahan Situgede adalah salah satu daerah di Kecamatan Bogor Barat yang berpotensi untuk budidaya talas. Hal ini didukung oleh wilayah Kelurahan Situgede yang digunakan untuk lahan pertanian adalah sebesar 107,67 hektar atau sebesar 46,32 persen dari luas total. Kontribusi talas yang diproduksi di daerah ini adalah 32,32 persen dari kontribusi talas yang diproduksi di Kecamatan Bogor Barat. Selain itu, kondisi geografis di Situgede sangat mendukung untuk pertanian talas, sesuai dengan syarat tumbuh budidaya talas. Secara topografi Kelurahan Situgede berada di ketinggian 250 m dpl, memiliki curah hujan yang cukup tinggi yaitu 3.219-4.671 mm per tahun dengan suhu udara 24,9 °C – 25,8 °C dan memiliki PH tanah sebesar 6,5 (Data Monografi Kelurahan Situgede, 2007).

Talas tumbuh baik di daerah tropis maupun subtropis. Suhu optimum untuk tumbuh adalah 21-27 °C dengan curah hujan 1.750 mm pertahun. Derajat keasaman tanah yang paling baik untuk tanaman talas berkisar antara 5,5 – 6,5 dan tinggi tanaman sekitar 40 – 200 cm (Kay, 1973). Curah hujan di Situgede cukup tinggi, menurut Widiyanti (2008) tanaman talas membutuhkan tanah yang lembab dan cukup air. Apabila tidak tersedia air yang cukup atau musim kemarau yang panjang, tanaman talas akan sulit tumbuh.

Talas sebagai salah satu komoditi unggulan Kota Bogor dapat dimanfaatkan lebih luas tidak hanya dijual di pasar (pengecer), tetapi dapat dimanfaatkan sebagai salah satu komoditas diversifikasi pangan dan bermanfaat sebagai bahan baku olahan lain seperti *cookies*, keripik talas, dodol talas, tepung talas dan lain-lain, sehingga apabila dimanfaatkan lebih luas dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar lainnya selain petani talas. Dengan demikian, Kelurahan Situgede berpotensi untuk budidaya talas dan diperlukan upaya-upaya untuk membantu petani agar usahataniya lebih menguntungkan.

1.2 Perumusan Masalah

Komoditi talas telah menjadi salah satu komoditi unggulan Kota Bogor, dapat digunakan sebagai bahan baku pengolahan makanan dan bahan baku industri. Produksi talas di Kota Bogor masih berfluktuatif, hal ini dikarenakan usaha peningkatan talas dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi (modal, tenaga kerja, lahan, dan manajemen) yang digunakan dalam usahatani. Perbandingan Data tanam, produksi dan produktivitas talas di Kota Bogor dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perbandingan Data Tanam, Produksi dan Produktivitas Talas Tahun 2004-2008 di Lima Kecamatan Kota Bogor.

Tahun	Tanam (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/ha)
2004	152	784.50	5.16
2005	150	802.90	5.35
2006	147	811.70	5.52
2007	161	902.03	5.60
2008	157	894.64	5.70

Sumber : Laporan Dinas Pertanian Kota Bogor, 2008.

Pada Tabel 4 dapat dilihat adanya fluktuasi penanaman talas, berbeda dengan Tabel 2 yang menunjukkan realisasi panen pada tahun 2008. Fluktuasi lahan tanam talas terjadi karena adanya konversi lahan yang dilakukan oleh petani, juga petani tidak serta merta menanam talas setiap tahun. Tetapi, terkait dengan data diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi perbaikan teknologi budidaya yang dilakukan oleh petani. Hal ini dapat ditunjukkan dengan peningkatan produktivitas talas dalam ton per hektar setiap tahun.

Sistem produksi talas di Kelurahan Situgede pada awalnya adalah diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Seiring dengan jumlah permintaan yang semakin meningkat maka terjadi pergeseran pertanian dari subsisten kearah komersil, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan pokok bagi petani. Bagi petani pendapatan merupakan insentif untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga petani mau menanam suatu komoditi. Pendapatan yang dihasilkan ditentukan oleh produksi yang dihasilkan, biaya produksi yang dikeluarkan dan harga output yang diterima pada saat panen. Biaya produksi dalam kegiatan budidaya

cenderung semakin meningkat hal ini dapat dilihat dari harga pupuk dan biaya tenaga kerja yang semakin meningkat, apabila petani tidak menerapkan pola produksi yang baik dan efisien maka petani akan memperoleh kerugian dengan penerimaan yang rendah, disamping adanya risiko produksi yang diakibatkan oleh faktor alam yang sering kali mempengaruhi hasil produksi petani. Oleh karena itu pendapatan usahatani talas perlu dianalisis sehingga dapat diketahui apakah menguntungkan atau tidak.

Komoditas utama yang ditanam di Kelurahan Situgede adalah padi dan talas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ridwan (2008) mengenai analisis usahatani padi di Kelurahan Situgede, nilai R/C rasio atas biaya tunai untuk tanaman Padi adalah 2.39. Artinya setiap biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 1 akan memberikan penerimaan sebesar Rp 2.39. Jika dibandingkan dengan tanaman talas apakah pendapatan petani dapat mencapai nilai R/C rasio seperti tanaman padi, maka dari itu analisis ini perlu dikaji lebih lanjut sehingga dapat memberikan informasi dan gambaran efisiensi usahatani talas.

Pada kegiatan pemasaran talas, petani sering kurang respon terhadap harga yang diterimanya (terlalu rendah) sedangkan harga ditingkat konsumen akhir tinggi. Harga yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp 1.000,00 - Rp 2.000,00 per umbi. Sementara harga yang dibayarkan konsumen akhir yaitu Rp 3.500,00 – Rp 4.000,00 per umbi. Besarnya perbedaan harga tersebut menyebabkan para petani lebih banyak menjual hasil panennya secara langsung ke konsumen akhir dari pada melibatkan lembaga pemasaran lainnya, karena keuntungan yang diperoleh dirasa lebih besar. Petani merasa rugi dengan harga yang mereka terima, karena margin yang diperoleh tengkulak kebun jauh lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya penanganan talas sebelum dijual oleh petani sehingga tengkulak kebun dapat mengambil margin dengan leluasa.

Berdasarkan pembahasan di atas terdapat beberapa permasalahan yang menarik untuk dikaji yaitu :

1. Apakah pendapatan petani talas di Kelurahan Situgede Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor sudah menguntungkan ?
2. Bagaimana saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran dan efisiensi pemasaran talas di Kelurahan Situgede Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemikiran yang diuraikan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pendapatan usahatani talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor.
2. Menganalisis saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran dan efisiensi pemasaran talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada petani mengenai pendapatan usahatani talas dan pemasaran talas yang berlaku pada komoditas talas sehingga dapat melakukan usaha-usaha perbaikan guna meningkatkan pendapatannya. Bagi peneliti sendiri, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang usahatani talas dalam menerapkan ilmu-ilmu yang didapat selama kuliah. Penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti Dinas Pertanian, penyuluh, pemerintah setempat dan bahan rujukan bagi peneliti-peneliti yang lain.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Talas

Tanaman talas merupakan tanaman monokotil asli daerah tropis. Hasil ekspedisi Nikolai Ivanovich Vavilov, seorang botanis dari Soviet, menunjukkan bahwa tanaman talas berasal dari daerah India dan Cina (Rukmana, 1998). Kedudukan tanaman dalam taksonomi tumbuhan adalah :

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Spermathopyta*
Subdivisi : *Angiospermae*
Kelas : *Monocotyledonae*
Ordo : *Arales*
Famili : *Araceae*
Genus : *Colocasia*
Spesies : *Colocasia esculenta* (L). Schott

Talas kerap pula disebut taro, keladi atau gabi. Kerabat talas bogor yang masih tergolong dalam satu famili yang sama adalah talas padang atau *dasheen* (*C. Gigantea* (Bl.) Hock f.) Pada dasarnya talas memiliki keragaman sifat yang besar, seperti daya adaptasi terhadap lingkungan tumbuh berbeda. Talas ada yang cocok untuk tanah basah dan ada pula yang dapat tumbuh baik pada tanah kering. Penampilan tanaman talas di atas permukaan tanah hanya dapat diamati pada bagian tangkai dan daun-daunnya. Tangkai daun berukuran panjang 20-50 cm, berbentuk bulat dan warnanya bervariasi antara warna hijau, hitam atau hijau keputihan. Tangkai daun tumbuh tegak atau miring dan hanya menopang daun tunggal. Daun berbentuk hati, berwarna hijau tua atau hijau muda serta terdapat lapisan lilin (kutikula) pada permukaan daunnya.

Pada fase generatif, tanaman talas menghasilkan bunga dan biji. Bunga talas muncul bersama-sama diantara sudut daun, panjang tangkai bunga berkisar 15-30 cm dan disetiap tangkainya terdapat 2-5 kuntum bunga. Bunga betina jarang ditemukan, sedangkan bunga jantan memiliki 2-3 helai benang sari. Bunga

menghasilkan biji dan diselubungi oleh dinding tipis berwarna hijau. (Rukmana, 1998).

Talas diperbanyak secara vegetatif. Bahan tanaman yang digunakan umumnya tunas dan anakan lengkap dengan petiol (tangkai daun). Talas dapat menghasilkan anakan bila disuplai dengan nitrogen tinggi. Anakan yang digunakan sebagai bahan tanaman sebaiknya berasal tanaman yang telah berumur 5-7 bulan. Bibit yang baik merupakan anakan kedua atau ketiga dari tanaman talas (Purwono dan Purnamawati, 2007).

Sentra produksi talas yang cukup terkenal adalah Kota Bogor dan Malang, yang menghasilkan beberapa varietas yang enak rasa umbinya. Namun sampai saat ini data-data produksi talas belum tercatat dengan lengkap di tingkat nasional. Deskripsi varietas talas bogor dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Deskripsi Varietas Talas Bogor

No	Varietas	Deskripsi
1	Talas Ketan	§ Umur tanaman \pm 8 bulan § Dibeberapa daerah, talas ini disebut talas mantra § Batang berwarna hijau tua § Daun berukuran sedang § Ukuran batang lebih kecil dari pada jenis talas lain § Umbi berwarna cokelat muda, tidak berserat dan beraroma harum
2	Talas Sutra	§ Umur tanaman \pm 7 bulan § Batang berwarna hijau muda § Daun berukuran sedang § Umbi berbentuk panjang atau lonjong dan rasanya pulen
3	Talas Bentul	§ Umur tanaman \pm 8 bulan § Batang berwarna hijau § Umbi berbentuk bulat dengan ujung yang meruncing § Rasa umbi enak dan pulen
4	Talas Lampung	§ Umur tanaman \pm 8 bulan § Batang berwarna hijau kehitam hitaman dan berdaun lebar. § Rasa umbi pulen
5	Talas Mentega	§ Umur tanaman \pm 8 bulan § Batang berwarna hitam § Umbi berwarna kuning seperti mentega § Rasa umbi enak
6	Talas Paris	§ Umur tanaman \pm 7 bulan § Batang berwarna hijau keabu – abuan dan berdaun sedang § Rasa umbi pulen sedikit menyebabkan gatal
7	Talas Loma	§ Talas ini disebut talas indung § Batang berwarna hitam, tanaman beranak banyak § Rasa umbi enak, sedikit menyebabkan gatal

Sumber : Rukmana (1998)

2.2 Kandungan Gizi Talas

Talas memiliki andil yang besar dalam memenuhi kebutuhan karbohidrat dan perbaikan gizi masyarakat, serta diperkirakan dapat dijadikan sebagai bahan makanan yang bersubstitusi dengan beras. Sebagai contoh di daerah Bali dan Irian Jaya, menurut penelitian tanaman talas telah banyak diusahakan oleh petani secara teratur yakni meliputi 72,73 persen dari seluruh petani di daerah Bali dan 48,27 persen dari seluruh petani di Irian Jaya. Masyarakat Bali memanfaatkan talas untuk bahan makanan tambahan (90 persen) dan dijual sebesar 10 persen dari produksi seluruhnya. Di Irian Jaya 60 persen dari produksi talas digunakan untuk bahan makanan tambahan, 35 persen untuk dijual dan lima persen untuk bahan makanan ternak (Ditjen Bina Produksi Tanaman Pangan, 1982). Kandungan gizi talas mentah dan talas rebus dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Kandungan Gizi Talas Mentah dan Talas Rebus

Kandungan Gizi	Talas Mentah	Talas Rebus
Energi	120.0 kal	108.0 kal
Protein	1.5 g	1.4 g
Lemak	0.3 g	0.4 g
Hidrat Arang	28.2 g	25.0 g
Serat	0.7 g	0.9 g
Abu	0.8 g	0.8 g
Calsium	31.0 mg	47.0 mg
Phosfor	67.0 mg	67.0 mg
Ferrum (besi)	0.7 mg	0.7 mg
Karoten	0	0
Vitamin B1	0.05 mg	0.06 mg
Vitamin C	2.0 mg	4.0 mg
Air	69.2 g	72.4 g
Bagian yang dapat dimakan	85%	100%

Sumber : Slamet D.S dan Ig Tarwotjo (1980) dalam Herawati (1997).

2.3 Budidaya Talas

Penanaman talas sangat mudah dilakukan hanya memerlukan ketekunan dan keterampilan sederhana. Mula – mula bibit dipersiapkan terlebih dahulu, dapat berasal dari tunas atau umbi. Bila bibit diambil dari tunas, maka tunas tersebut diperoleh dari talas yang telah berumur 5 – 7 bulan, yaitu tunas kedua dan

tunas ketiga. Bila bibit berasal dari umbi, sebaiknya dipilih bagian umbi yang dekat titik tumbuh, kemudian diiris dan tinggalkan satu mata bakal tunas. Umbi yang diiris tersebut dianginkan (didiamkan) dahulu dan ketika disemaikan lapisan bagian dalam irisan dilapisi abu. Setelah berdaun 3-4 lembar, umbi siap untuk ditanam pada tanah yang telah diolah sampai gembur, dengan jarak tanam 75 x 75 cm dengan kedalaman 30 cm.

Penanaman sebaiknya dilakukan pada awal musim hujan atau bila curah hujan merata sepanjang tahun. Untuk memperoleh umbi yang besar dan bermutu maka perlu penyiangan terhadap rumput-rumput liar di sekitar tanaman. Pembubunan setiap bulan perlu dilakukan demikian pula dengan pemberian pupuk kandang atau pupuk kompos serta sisa-sisa tanaman.

Setelah bibit diletakkan tegak lurus di tengah – tengah lubang, kemudian ditimbun sedikit dengan tanah agar dapat berdiri tegak. Penimbunan ini kira-kira setinggi 7 cm, sehingga lubang tanam tidak seluruhnya tertutup oleh tanah. Selanjutnya di atas tanah timbunan tersebut ditebarkan pupuk. Pupuk tersebut dapat berupa pupuk kandang atau pupuk buatan seperti pupuk Urea, TSP, KCL atau campuran ketiganya. Jumlah pupuk yang diberikan tidak banyak, cukup dua sendok saja (untuk pupuk buatan) dan dua genggam untuk pupuk kandang untuk satu tanaman. Setelah dipupuk, di atasnya kemudian ditambahkan tanah yang dicampur dengan jerami.

Pemanenan dilakukan setelah umur tanaman mencapai 7 – 12 bulan. Pemanenan dilakukan dengan cara menggali umbi talas, lalu pohon talas dicabut dan pelepahnya dipotong sepanjang 20 – 30 cm dari pangkal umbi serta akarnya dibuang dan umbinya dibersihkan dari tanah yang melekat.

Penyakit utama talas adalah hawar daun (*leaf blight*) yang disebabkan oleh *phitophora colocasia* Rac. Akibat penyakit tersebut adalah bentuk tanaman berubah. Serangan berat dapat menginfeksi umbi dan menimbulkan busuk kering pada umbi yang disimpan.

2.4 Penelitian Terdahulu

2.4.1 Analisis Pendapatan Usahatani dan pemasaran Talas

Penelitian Herawati (1997), mengenai Analisis Rugi Laba dan Margin Tataniaga Talas di Desa Sukaraja, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor. Hasil penelitiannya menunjukkan R/C rasio sebesar 1,69 untuk pola tanam monokultur dan 3,72 untuk pola tanam tumpangsari. Saluran satu yaitu petani - tengkulak kebun – pabrik keripik memiliki *farmer,s share* tertinggi, sebesar 32,70 persen. Sehingga secara relatif saluran satu merupakan saluran yang lebih menguntungkan. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya penanganan talas sebelum dijual oleh petani sehingga tengkulak kebun dapat mengambil margin dengan leluasa, akibatnya penyebaran margin talas tidak dibagikan secara adil. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa sistem tataniaga talas di Desa Sukaraja, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor ini belum efisien.

Apriani (2007), dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Usaha Tani Talas di Desa Taman Sari Kecamatan Ciapus, Kabupaten Bogor menjelaskan bahwa usahatani talas di Desa Taman Sari untuk satu kali masa tanam pada lahan sempit, lahan luas maupun lahan keseluruhan menguntungkan karena penerimaan yang diperoleh dapat menutupi seluruh biaya produksi. Hasil analisis menunjukkan rata-rata pendapatan atas biaya total usahatani lahan sempit dan lahan luas sebesar Rp 8.283.430,75 dan Rp 6.836.093,00 sedangkan usahatani lahan keseluruhan diperoleh pendapatan atas biaya total sebesar Rp 7.800.085,50. Nilai R/C rasio atas biaya total pada usahatani lahan sempit, lahan luas dan lahan keseluruhan masing-masing adalah 1,8 ; 1,5 ; 1,7.

Perhitungan analisis pendapatan usahatani pada saat terjadi penurunan harga jual talas sebesar 15 persen, menunjukkan bahwa usahatani talas di Desa Taman Sari tetap menguntungkan dan layak untuk dilaksanakan. Hasil analisis menunjukkan rata-rata pendapatan atas biaya total pada petani lahan sempit sebesar Rp 5.477.135,00 dan petani lahan luas sebesar Rp 3.927.863,00 serta Rp 4.959.962,00 pada petani lahan keseluruhan. Rasio penerimaan atas biaya total untuk petani lahan sempit, lahan luas dan lahan keseluruhan masing-masing adalah 1,5 ; 1,3 dan 1,4.

Widiyanti (2008) meneliti tentang Analisis Efisiensi Pemasaran Talas (Kasus di Desa Taman Sari, Kecamatan Taman Sari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat). Hasil analisis pemasaran talas diketahui bahwa dalam pemasaran talas terbentuk tiga pola saluran pemasaran. Pola saluran pemasaran 1 terdiri dari ; petani – pedagang pengumpul Desa (tengkulak) - pedagang pengecer – konsumen.

Sistem pemasaran talas yang paling efisien terjadi pada saluran pemasaran 2. Hal ini dikatakan demikian karena dapat dilihat bahwa pola saluran 2 memiliki volume pemasaran talas yang paling besar jika dibandingkan dengan pola pemasaran yang lain, dan telah cukup memberikan kepuasan pada pihak-pihak yang terlibat, yaitu ; petani, pedagang perantara (pedagang pengumpul desa, pedagang besar dan pedagang pengecer) dan konsumen.

2.4.2 Analisis Agroindustri Talas

Mauw (2000), meneliti tentang studi pengembangan agroindustri talas di Kabupaten daerah tingkat II Bogor. Kabupaten Bogor merupakan tempat yang baik untuk pengembangan agroindustri talas karena kondisi umum Kabupaten Bogor yang sesuai, adalah faktor pendukung dalam studi pengembangan agroindustri talas serta ditunjang dengan ketersediaan bahan bakunya yang cukup. Berdasarkan hasil perhitungan analisis kelayakan, menunjukkan pendirian agroindustri keripik talas layak dilaksanakan. Nilai NPV sebesar Rp 243.748.925,00 Net B/C rasio sebesar 2,84 IRR sebesar 44 persen, serta PB Periode sebesar 3,67 tahun. Analisis sensitivitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pendirian agroindustri keripik talas layak dilaksanakan, meskipun kenaikan harga bahan baku dan harga jual turun sampai 10 persen.

2.4.3 Analisis Pendapatan Usahatani Padi

Analisis tentang Usahatani Padi Ramah Lingkungan dan Padi Anorganik di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor tahun 2008 dilakukan oleh Ridwan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan usahatani padi tersebut sama-sama menguntungkan untuk dilaksanakan karena nilai R/C rasio lebih besar dari satu yaitu. Nilai R/C rasio atas biaya tunai untuk petani pemilik

padi ramah lingkungan sebesar 2,392 sedangkan nilai R/C rasio atas biaya tunai oleh petani pemilik usahatani anorganik adalah sebesar 2,275.

2.4.4 Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah

Maulina (2001) mengenai Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah di Desa Kemukten, Kecamatan Kersana, Kabupaten Dati II Brebes, Jawa Barat, Jawa Tengah. Jika melihat R/C rasio atas biaya total sebesar 1,4 maka usaha bawang merah dinilai kurang menguntungkan untuk dikembangkan. Namun karena R/C rasio atas biaya tunai sebesar 2,5 maka usahatani bawang merah layak untuk dikembangkan. Dari 27 orang petani responden, didapat tiga pola saluran pemasaran. Pola saluran yang paling efisien adalah adalah pola saluran pesaran II karena selain memiliki saluran pemasaran yang pendek juga bagian yang diperoleh petani paling besar. Farmer's share yang diperoleh petani pada pola pemasaran II yaitu Rp 3. 825,00 (90 persen), sedangkan bagian yang diperoleh petani pada pola I dan II masing-masing adalah sebesar 78,46 persen dan 65,33 persen.

Hasil penelitian talas pada studi terdahulu secara umum menunjukkan bahwa talas berpotensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bogor. Hal ini dapat dilihat dari nilai R/C rasio yang diperoleh petani lebih besar dari satu. Demikian juga jika ditinjau dari aspek agroindustri pemanfaatan talas sebagai bahan baku masih layak dilaksanakan. Penelitian mengenai padi dan bawang merah bermanfaat sebagai bahan rujukan, sehingga penulis dapat membandingkan dan menambah informasi terkait dengan analisis pendapatan usahatani dan pemasaran komoditi pertanian lainnya selain talas. Penelitian yang dilakukan memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya adalah pada analisis usahataninya yaitu mengenai analisis pendapatan yang terdiri dari penerimaan, pengeluaran (biaya tunai dan biaya diperhitungkan), dan R/C rasio. Perbedaannya adalah pada komoditi, lokasi penelitian yang dilakukan di Kelurahan Situgede, Kabupaten Bogor Barat, Kota Bogor, serta analisis pemasaran yang akan ditinjau lebih lanjut di lokasi penelitian.

III. KERANGKA PEMIKIRAN

3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

3.1.1 Konsep Usahatani

Ilmu usahatani pada dasarnya memperhatikan cara-cara petani memperoleh dan memadukan sumberdaya (lahan, kerja, modal, waktu, dan pengelolaan) yang terbatas untuk mencapai tujuannya (Soekartawi, 1986). Ada empat unsur pokok dalam usahatani yang sering disebut sebagai faktor-faktor produksi (Hernanto, 1989) yaitu :

1) Tanah

Tanah usahatani dapat berupa tanah pekarangan, tegalan dan sawah. Tanah tersebut dapat diperoleh dengan cara membuka lahan sendiri, membeli, menyewa, bagi hasil (menyakap), pemberian negara, warisan atau wakaf. Penggunaan tanah dapat diusahakan secara monokultur maupun polikultur atau tumpangsari.

2) Tenaga Kerja

Jenis tenaga kerja dibedakan menjadi tenaga kerja pria, wanita dan anak-anak yang dipengaruhi oleh umur, pendidikan, keterampilan, pengalaman, tingkat kesehatan dan faktor alam seperti iklim dan kondisi lahan. Tenaga ini dapat berasal dari dalam dan luar keluarga (biasanya dengan cara upahan). Tenaga kerja dihitung dalam satuan HOK (Hari Orang Kerja), yakni lima jam waktu normal kerja per hari.

3) Modal

Modal dalam usahatani digunakan untuk membeli sarana produksi serta pengeluaran selama kegiatan usahatani berlangsung. Sumber modal diperoleh dari milik sendiri, pinjaman atau kredit (kredit bank, pelepas uang/famili/tetangga), hadiah, warisan, usaha lain ataupun kontrak sewa.

4) Pengelolaan atau manajemen

Pengelolaan usahatani adalah kemampuan petani untuk menentukan, mengorganisir dan mengkoordinasikan faktor-faktor produksi yang dikuasainya dengan sebaik-baiknya dan mampu memberikan produksi pertanian sebagaimana yang diharapkan. Pengenalan pemahaman terhadap

prinsip teknik dan ekonomis perlu dilakukan untuk dapat menjadi pengelola yang berhasil. Prinsip teknis tersebut meliputi : (a) perilaku cabang usaha yang diputuskan; (b) perkembangan teknologi; (c) tingkat teknologi yang dikuasai dan (d) cara budidaya dan alternatif cara lain berdasar pengalaman orang lain. Prinsip ekonomis antara lain : (a) penentuan perkembangan harga; (b) kombinasi cabang usaha; (c) pemasaran hasil; (d) pembiayaan usahatani; (e) penggolongan modal dan pendapatan serta tercermin dari keputusan yang diambil agar resiko tidak menjadi tanggungan pengelola. Ketersediaan menerima resiko sangat tergantung kepada : (a) perubahan sosial serta (b) pendidikan dan pengalaman petani.

Menurut Seokartawi (1986), banyak istilah yang digunakan untuk menyatakan ukuran pendapatan dan keuntungan usahatani oleh karena itu uraian berikut menjelaskan penggunaan beberapa istilah dan artinya.

1. Pendapatan Kotor usahatani adalah ukuran hasil perolehan total sumber daya yang digunakan dalam usahatani. Istilah lain untuk pendapatan kotor usahatani adalah nilai produksi atau penerimaan kotor usahatani. Nisbah seperti pendapatan kotor per hektar atau per unit kerja dapat dihitung untuk menunjukkan intensitas operasi usahatani.
2. Pendapatan kotor tunai didefinisikan sebagai nilai uang yang diterima dari penjualan produk usahatani. Pendapatan Kotor tunai usahatani tidak mencakup pinjaman uang untuk keperluan usahatani yang berbentuk benda yang dikonsumsi.
3. Pendapatan kotor tidak tunai merupakan pendapatan bukan dalam bentuk uang, seperti hasil panen yang dikonsumsi, digunakan untuk bibit atau makanan ternak, digunakan untuk pembayaran, disimpan digudang, dan menerima pembayaran dalam bentuk benda.
4. Pengeluaran total usahatani didefinisikan sebagai nilai semua input yang habis terpakai atau dikeluarkan di dalam produksi, tetapi tidak termasuk tenaga kerja keluarga petani. Pengeluaran usahatani mencakup pengeluaran tunai dan tidak tunai.

5. Pengeluaran tunai adalah pengeluaran berdasarkan nilai uang. Jadi segala pengeluaran untuk keperluan usahatani yang dibayar dalam bentuk benda tidak termasuk dalam pengeluaran tunai.
6. Pengeluaran tidak tunai adalah nilai semua input yang digunakan namun tidak dalam bentuk uang. Contoh keluaran ini adalah nilai barang dan jasa untuk keperluan usahatani yang dibayar dengan benda atau berdasarkan kredit.
7. Pendapatan bersih usahatani adalah selisih antara pendapatan kotor usahatani dengan total pengeluaran usahatani. Pendapatan bersih usahatani mengukur imbalan yang diperoleh keluarga petani akibat dari penggunaan faktor – faktor produksi.
8. Untuk mengukur atau menilai penampilan usahatani kecil adalah dengan penghasilan bersih usahatani. Ukuran ini diperoleh dari hasil pengurangan antara pendapatan bersih dengan bunga yang dibayarkan kepada modal pinjaman, biaya yang diperhitungkan dan penyusutan.

Analisis pendapatan usahatani mempunyai kegunaan bagi petani maupun bagi pemilik faktor produksi. Ada dua tujuan utama dari analisis pendapatan, yaitu menggambarkan keadaan sekarang suatu keadaan usahatani dan menggambarkan keadaan yang akan datang dari perencanaan atau tindakan. Bagi seorang petani, analisa pendapatan membantu untuk mengukur apakah kegiatan usahanya pada saat ini berhasil atau tidak (Soeharjo dan Patong, 1973).

Pendapatan selain diukur dengan nilai mutlak dapat pula diukur nilai efisiennya. Salah satu alat untuk mengukur efisiensi pendapatan tersebut yaitu penerimaan untuk setiap biaya yang dikeluarkan atau imbalan penerimaan dan biaya atau *Revenue and Cost Ratio* (analisa R/C). Perbandingan ini menunjukkan penerimaan kotor untuk setiap rupiah yang dikeluarkan dalam usahatani. Semakin tinggi nilai R/C rasio menunjukkan semakin besar penerimaan yang diperoleh dari setiap rupiah yang dikeluarkan. Sehingga dengan perolehan nilai R/C rasio yang semakin tinggi maka tingkat efisiensi pendapatan semakin baik.

3.1.2 Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2005). Menurut Dahl dan Hammond (1977) pemasaran didefinisikan sebagai bidang ilmu yang mempelajari tentang (1) kekuatan permintaan dan penawaran (2) menentukan atau memodifikasi harga, (3) pelayanan pemindahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan (4) lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran barang. Menurut Limbong dan Sitorus (1987) pemasaran adalah serangkaian proses kegiatan atau aktivitas yang ditujukan untuk menyalurkan barang – barang atau jasa-jasa dari titik produsen ke konsumen.

Konsep paling dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia adalah pernyataan rasa kehilangan. Berdasarkan kebutuhan inilah maka konsumen akan memenuhi kebutuhannya dengan mempertukarkan produk dan nilai dari produsen. Suatu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Adapun tujuan dari pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui pertukaran. Dalam proses penyampaian produknya diperlukan berbagai kegiatan atau tindakan – tindakan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang atau jasa bersangkutan, dan kegiatan tersebut dinamakan fungsi – fungsi pemasaran (Limbong dan Sitorus, 1997). Fungsi – fungsi pemasaran tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga fungsi, yaitu :

1. **Fungsi pertukaran** adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran ini terdiri dari dua fungsi yaitu fungsi pembelian dan fungsi penjualan.
2. **Fungsi fisik** adalah semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi ini terdiri dari fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan dan fungsi pengelolaan.

3. **Fungsi fasilitas** adalah semua tindakan yang bertujuan untuk memperlancar kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dan konsumen. Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standarisasi dan *grading*, fungsi penanggungan resiko, fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar.

Firmansyah (1998) menyatakan penelitian mengenai struktur pasar secara deskriptif akan bermanfaat jika mampu menjelaskan sampai seberapa jauh “efektifitasnya” dalam kehidupan sehari – hari yang diukur dengan variabel di atas baik untuk produsen, pedagang perantara, maupun konsumen. Hammond dan Dahl (1977) menjelaskan, ada empat faktor penentu karakteristik struktur pasar, yaitu jumlah atau ukuran pemasaran, kondisi atau keadaan produk, kondisi mudah tidaknya keluar masuk pasar, dan tingkat pengetahuan yang dimiliki oleh partisipan dalam pemasaran seperti biaya, harga dan kondisi pasar partisipan.

Lipsey *et. al.* (1993) menambahkan, berdasarkan bentuk dan sifatnya, pasar diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu pasar bersaing sempurna dan pasar bersaing tidak sempurna. Pasar bersaing sempurna mempunyai ciri-ciri : (1) pembeli maupun penjual jumlahnya banyak, (2) pembeli dan penjual hanya menguasai sedikit pangsa pasar sehingga tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga yang terjadi, (3) barang yang diperjualbelikan bersifat homogen, dan (4) adanya kebebasan untuk keluar masuk pasar.

Semakin pentingnya pemasaran dalam agribisnis telah menuntut sistem pemasaran yang efisien. Sistem pemasaran yang efisien akan tercapai jika penyaluran produk dari produsen ke konsumen memberikan keuntungan yang adil bagi para pelaku pemasaran termasuk lembaga-lembaga pemasaran yang ada di dalamnya.

Firmansyah (1998) menjelaskan, mata rantai saluran pemasaran dan lembaga-lembaga yang terkait di dalamnya harus diketahui agar produk yang dihasilkan oleh petani yang disampaikan kepada konsumen melalui perantara mampu memberikan pembagian keuntungan yang adil terhadap semua pelaku pemasaran. Dalam sistem pemasaran, terdapat lembaga-lembaga yang cukup penting yaitu :

1. **Pedagang pengumpul** yaitu pedagang yang membeli atau mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen kemudian memasarkan dalam

partai besar kepada pedagang lain. Dalam hal ini pedagang pengumpul biasanya ada di setiap desa.

2. **Pedagang besar** yaitu pedagang yang membeli dari pedagang pengumpul dalam partai besar dan mendistribusikan ke setiap pedagang pengecer ataupun pasar.
3. **Koperasi** yaitu badan usaha berbadan hukum yang selain membantu petani dalam permodalan juga membantu petani menyalurkan hasil panennnya.
4. **Pengecer** yaitu pedagang yang membeli barang dari pedagang besar dan mendistribusikan barang secara langsung ke konsumen akhir.

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1983) terdapat dua konsep efisiensi pemasaran, yaitu (1) konsep Input – Ouput rasio dan (2) konsep analisis struktur, prilaku dan pelaksanaan pasar. Konsep input-output rasio menggambarkan efisiensi pemasaran sebagai maksimisasi input-output rasio. *Input* adalah berbagai sumberdaya dari tenaga kerja, modal dan manajemen yang digunakan oleh lembaga-lembaga pemasaran. Sedangkan *output* adalah kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh lembaga pemasaran.

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1983), efisiensi dibedakan atas : efisiensi operasional (teknologi) dan efisiensi harga (ekonomi). Efisiensi operasional menekankan kemampuan meminimumkan biaya yang digunakan untuk menggerakkan atau memindahkan barang dari produsen ke konsumen, atau meminimumkan biaya untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Efisiensi biaya menekankan kemampuan keterkaitan harga dalam mengalokasikan barang dari produsen ke konsumen, yang disebabkan perubahan tempat, bentuk dan waktu.

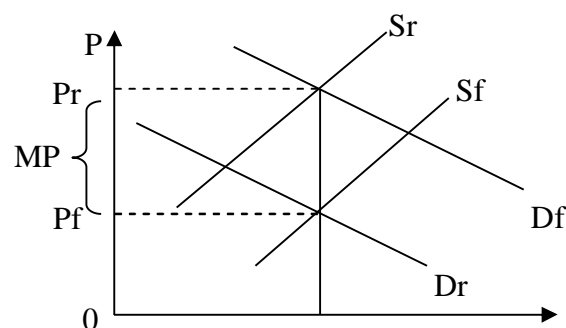
Efisiensi operasional dapat didekati dengan biaya pemasaran dan margin pemasaran. Efisiensi harga diukur melalui keterpaduan pasar yang terjadi akibat pergerakan komoditas dari satu pasar ke pasar lainnya. Menurut Mubyarto (1994), kegiatan pemasaran dikatakan efisien apabila kegiatan ini dapat memberikan suatu balas jasa yang seimbang kepada semua pihak yang terlibat yaitu petani responden, pedagang perantara dan konsumen, serta mampu menyampaikan komoditi hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan biaya yang murah.

Inefisiensi suatu sistem tataniaga haruslah dilihat dalam konteks (1) penggunaan teknologi baru yang menyebabkan rendahnya biaya produksi, (2)

spesialisasi geografik dalam berproduksi yang menyebabkan besarnya biaya pemasaran, (3) meningkatkan kegunaan waktu yang menambah biaya penyimpanan dan pengolahan, (4) kecenderungan konsumen untuk mengkonsumsi barang-barang yang lebih siap pakai, serta (5) tingginya upah buruh (Hanafiah, 1983).

Analisis efisiensi pemasaran dalam penelitian ini hanya menggunakan pendekatan efisiensi operasional dengan menghitung margin pemasaran dan biaya pemasaran dimana pemasaran akan efisien bila memiliki biaya pemasaran yang rendah dan masing-masing lembaga pemasaran tidak dirugikan atau mendapat keuntungan yang layak. Selain itu penelitian ini juga akan menghitung tingkat *farmer's share* untuk menghitung bagian harga yang diterima petani terhadap konsumen akhir.

Margin pemasaran didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir suatu produk dan harga yang diterima petani produsen untuk produk yang sama. Dahl dan Hammond (1977) menyatakan bahwa margin pemasaran menggambarkan perbedaan harga di tingkat konsumen (P_r) dengan harga di tingkat produsen (P_f). Setiap lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen. Secara grafis margin pemasaran dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Margin Pemasaran
Sumber : Dahl dan Hammond (1977)

Keterangan :

- Pr : Harga di tingkat pengecer
- Sr : Penawaran di tingkat pengecer
- Dr : Permintaan di tingkat pengecer
- Pf : Harga di tingkat petani
- Sf : Penawaran di tingkat petani
- Df : Permintaan di tingkat petani
- Qrf : Jumlah keseimbangan di tingkat petani dan pengecer

Margin pemasaran pada suatu saluran pemasaran tertentu dapat dinyatakan sebagai jumlah dari margin pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Rendahnya biaya pemasaran suatu komoditi belum tentu mencerminkan efisiensi yang tinggi.

Rasio keuntungan dan biaya pemasaran adalah besarnya keuntungan yang diterima atas biaya pemasaran yang dikeluarkan. Dengan demikian semakin meratanya penyebaran rasio keuntungan dan biaya, maka dari segi operasional sistem pemasaran akan semakin efisien (Limbong dan Sitorus 1987).

3.2 Kerangka Pemikiran Operasional

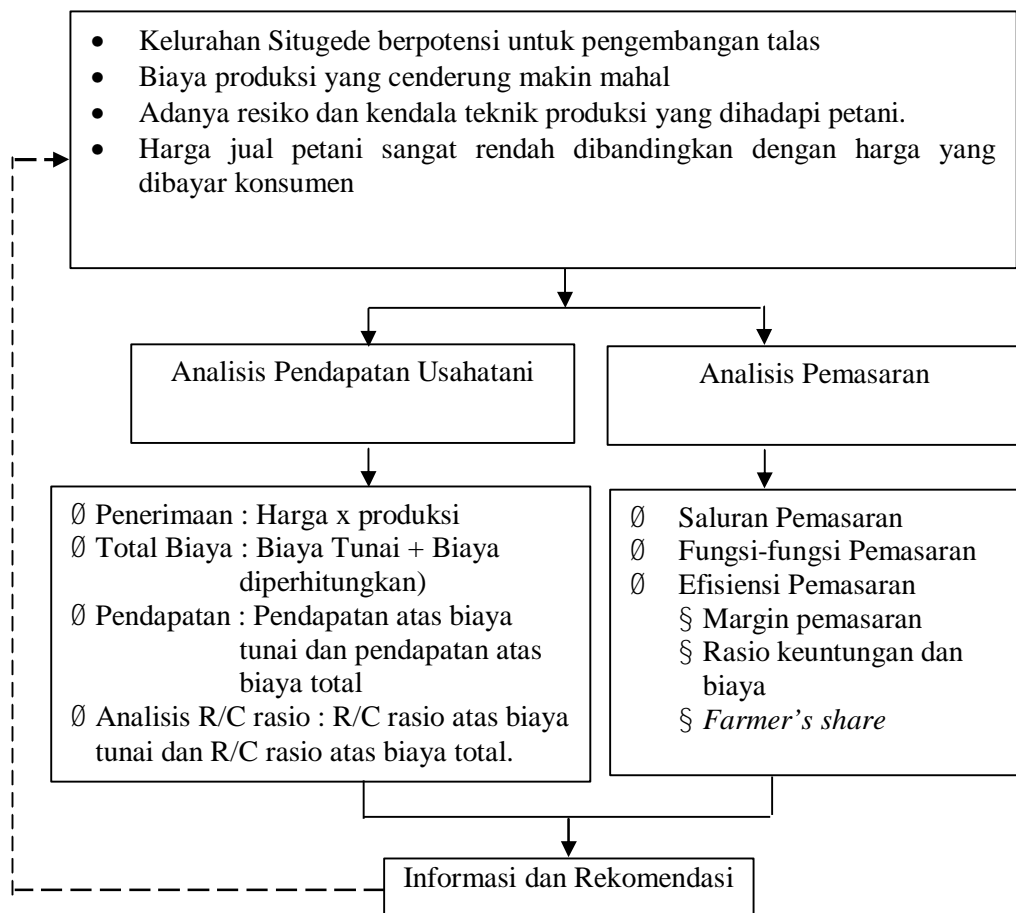
Talas merupakan salah satu komoditas yang dimanfaatkan Pemerintah Daerah Bogor dalam upaya diversifikasi pangan sebagai komoditas khas Bogor. Kelurahan Situgede berpotensi untuk pengembangan talas, namun seringkali ditemui harga jual petani sangat rendah dibandingkan dengan harga yang dibayar konsumen, disamping biaya produksi yang cenderung makin mahal serta adanya resiko dan kendala teknik produksi yang dihadapi petani.

Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian yang berkaitan dengan pendapatan usahatani dan pemasaran talas. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah usahatani talas yang dikembangkan di Kelurahan Situgede Kecamatan Bogor Barat masih menguntungkan atau tidak.

Penelitian mengenai analisis pendapatan usahatani dan pemasaran talas dilakukan dengan menghitung nilai pendapatan usahatani yang merupakan selisih antara penerimaan dan biaya yang terjadi. Pendapatan usahatani ini terdiri dari pendapatan tunai dan pendapatan total.

Pendapatan usahatani diukur dengan mengurangkan penerimaan usahatani talas yang dinilai dari total nilai produk yang dihasilkan dikali jumlah fisik output dengan harga yang terjadi. Biaya usahatani meliputi biaya sarana produksi yang digunakan, biaya tenaga kerja, dan biaya lainnya. Pendapatan ini kemudian dibandingkan dengan biaya yang terjadi (R/C) untuk mengetahui efisiensi usahatani. R/C lebih besar dari satu maka usaha ini efisien untuk dilaksanakan, tetapi bila nilai R/C lebih kecil dari satu maka usaha ini tidak efisien dilaksanakan.

Pemasaran talas akan diukur dengan menganalisis saluran pemasaran, lembaga pemasaran yang turut terlibat, dan fungsi pemasaran terhadap setiap pola dan lembaga pemasaran yang terlibat. Setelah diketahui fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran maka dihitung nilai biaya pemasaran yang dikeluarkan sehingga *farmer's share* atau keuntungan yang diperoleh dari masing-masing lembaga pemasaran dapat diketahui. Dengan demikian nilai total margin pemasaran dan efisiensi pemasarannya dapat diketahui. Berdasarkan nilai margin pemasaran tersebut dapat diketahui tingkat rasio keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, untuk lebih ringkasnya gambaran mengenai penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Operasional

IV. METODE PENELITIAN

4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor, Jawa Barat. Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan lokasi tersebut memberikan sumbangan produksi talas yang besar di Kota Bogor. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Maret hingga bulan April 2009. Waktu tersebut digunakan untuk memperoleh data dari petani dan data-data dari instansi terkait.

4.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi (pengamatan) dan wawancara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan responden, dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan sebelumnya.

Data sekunder sebagai data penunjang diperoleh dari catatan yang terdapat di berbagai instansi yang berkaitan dengan masalah penelitian seperti Dinas Pertanian Kota Bogor, Badan Pusat Statistik, serta buku-buku literatur yang terkait lainnya.

4.3 Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel dibedakan atas tujuan penelitian yakni untuk analisis usahatani dengan analisis pemasaran. Penentuan responden untuk analisis usahatani talas dilakukan dengan metode sensus sebanyak 24 orang, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan kelurahan setempat jumlah petani talas di Kelurahan Situgede sebanyak 24 orang. Seluruh petani tersebut menjadi responden dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini di klasifikasi berdasarkan petani yang menyewa lahan sebanyak tujuh orang, petani yang menggarap lahan sendiri sebanyak 17 orang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui mana yang lebih menguntungkan diantara kedua kelompok tersebut.

Penarikan contoh responden pedagang menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu dari pedagang di lokasi penelitian selanjutnya diikuti sampai ke konsumen. Jumlah pedagang responden yang diambil adalah 10 orang yang terdiri dari tiga orang pedagang pengumpul, dua orang pedagang besar, dan lima orang pedagang pengecer.

4.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengamatan langsung (observasi) dan metode kuisioner (angket) yang akan diisi langsung oleh peneliti sesuai dengan hasil wawancara diperoleh dari responden.

Pengamatan langsung (observasi dilakukan dengan mengamati proses terjadinya beberapa kegiatan pemasaran dan kegiatan budidaya yang berlangsung di lokasi penelitian. Penulis juga akan melakukan wawancara dengan para petani talas, pedagang pengumpul, *supplier*, dan pedagang pengecer untuk mengetahui kegiatan pemasaran dan kegiatan usaha talas.

4.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Data primer dan data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis secara kualitatif maupun kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat kegiatan produksi, sistem pemasaran pada usahatani talas di lokasi penelitian dan beberapa hal lain yang terkait akan diuraikan secara deskriptif. Sedangkan analisis kuantitatif disajikan dalam bentuk tabulasi. Analisis ini bertujuan untuk menyederhanakan data dalam bentuk yang mudah dibaca.

Analisis kuantitatif dilakukan dengan analisis pendapatan, analisis R/C ratio, analisis margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran dengan menggunakan alat bantu berupa kalkulator dan komputer.

4.5.1 Analisis Keragaan Usahatani Talas

Analisis data ini dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan menggambarkan keragaan usahatani talas yang dilakukan oleh petani talas di Kelurahan Situgede,

Kecamatan Bogor Barat. Adapun kegiatan yang dapat digambarkan adalah penggunaan sarana produksi dan alat pertanian serta sistem budidaya talas.

4.5.2 Analisis Pendapatan Usahatani

Analisis pendapatan usahatani talas yang digunakan adalah usahatani pada musim tanam Februari – Oktober 2008 karena talas dapat dipanen umur 7-8 bulan. Profitabilitas usahatani talas dapat dikaji dengan dua indikator, yaitu pendapatan usahatani dan R/C rasio. Penerimaan total usahatani (*total farm revenue*) merupakan nilai produk total dalam jangka waktu satu musim tanam baik yang dijual maupun yang dijadikan sebagai bibit. Penerimaan ini dinilai berdasarkan perkalian antara total produk dengan harga yang berlaku di pasar. Sedangkan total biaya atau pengeluaran adalah semua nilai faktor produksi yang dipergunakan untuk menghasilkan suatu produk dalam periode tertentu. Pendapatan total usahatani merupakan selisih antara penerimaan total dengan pengeluaran total.

Total pengeluaran (*total cost*) dianalisis berdasarkan biaya tunai dan biaya tidak tunai atau biaya yang diperhitungkan. Biaya tunai digunakan untuk melihat seberapa besar likuiditas tunai yang dibutuhkan petani untuk menjalankan kegiatan usahatannya. Biaya tunai meliputi biaya untuk pajak/sewa lahan, bibit, pupuk, pestisida serta upah tenaga kerja yang berasal dari luar keluarga. Biaya tunai dihitung berdasarkan nilai rata-rata dari semua petani contoh. Biaya tidak tunai digunakan untuk menghitung berapa sebenarnya pendapatan kerja petani jika penyusutan, sewa lahan, nilai kerja dalam keluarga dan bunga modal. Metode penghitungan pendapatan usahatani talas dapat disajikan pada Tabel 7.

Pendapatan selain dapat diukur dengan nilai mutlak juga dapat diukur analisis efisiensinya. Salah satu ukuran efisiensi adalah penerimaan untuk tiap rupiah yang dikeluarkan (*revenue cost ratio*) atau analisis R/C. Rasio R/C yang dihitung dalam analisis ini terdiri dari R/C atas biaya tunai dan R/C atas biaya total. Rasio R/C atas biaya tunai dihitung dengan membandingkan antara penerimaan total dengan biaya tunai dalam satu periode tertentu. Rasio R/C atas biaya total dihitung dengan membandingkan antara penerimaan total dengan biaya total dalam satu periode tertentu. Rumus analisis imbalan penerimaan dan biaya usahatani adalah sebagai berikut (Tjakrawiralaksana, 1983) :

$$\text{R/C rasio atas biaya tunai} = \text{TR} / \text{biaya tunai}$$

$$\text{R/C rasio atas biaya total} = \text{TR} / \text{TC}$$

Keterangan :

TR : Total penerimaan usahatani (Rp)

TC : Total biaya usahatani (Rp)

Secara teoritis R/C menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan memperoleh penerimaan sebesar nilai R/C-nya. Suatu usaha dapat dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan apabila nilai R/C rasio lebih besar dari satu ($R/C > 1$). makin tinggi nilai R/C menunjukkan bahwa penerimaan yang diperoleh semakin besar. Namun apabila nilai R/C lebih kecil dari satu ($R/C < 1$), usaha ini tidak mendatangkan keuntungan sehingga tidak layak untuk diusahakan.

Tabel 7. Metode Perhitungan Pendapatan Usahatani Talas di Kelurahan Situgede.

No	Komponen	Jumlah	Satuan	Harga/satuan (Rp)	Total
A	Penerimaan				
	Produksi talas yang dijual				
	Anakan talas yang dijadikan sebagai bibit				
	Total Penerimaan				
B	Biaya Tunai				
1	Sarana Produksi				
	Ø Pupuk Urea				
	Ø Pupuk TSP				
	Ø Pupuk KCL				
	Ø Furadan				
2	Tenaga Kerja Luar Keluarga				
3	Pajak Lahan				
4	Sewa lahan (lahan disewa)				
	Total Biaya Tunai				
C	Biaya yang diperhitungkan				
	Ø Bibit (umbi talas)				
	Ø Penyusutan Alat				
	Ø Tenaga Kerja dalam keluarga				
	Ø Sewa lahan (lahan milik sendiri)				
	Total Biaya yang diperhitungkan				
D	Jumlah Total Biaya (B+C)				
E	Pendapatan atas biaya tunai (A - B)				
F	Pendapatan atas biaya total (A - D)				
G	R/C rasio atas biaya tunai (A/B)				
H	R/C rasio atas biaya total (A/D)				

Penyusutan alat termasuk dalam biaya diperhitungkan dihitung dengan metode garis lurus (*straight line methode*) yaitu setiap tahun biaya penyusutan yang dikeluarkan relatif sama. Rumus yang digunakan adalah :

$$Dp = \frac{c - s}{n}$$

Keterangan :

Dp = Penyusutan/tahun
C = Nilai Beli
S = Nilai Sisa
n = Umur pemakaian barang

4.5.3 Analisis Pemasaran

Analisis pemasaran dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi lembaga pemasaran yang terlibat serta mendeskripsikan alur pemasaran yang terjadi dalam bentuk skema. Skema pemasaran dapat terbentuk beberapa macam tergantung alur pemasaran yang terjadi. Kemudian diidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan masing-masing lembaga pemasaran dalam proses penyaluran talas dari petani sampai ke konsumen. Untuk melihat tingkat efisiensi pemasaran diukur dengan margin pemasaran, rasio keuntungan/biaya dan *farmer's share*.

Saluran pemasaran talas di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, dapat dianalisis dengan mengamati lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran tersebut. Lembaga-lembaga pemasaran ini berperan sebagai perantara dalam penyampaian barang dari produsen ke konsumen akhir dan arus barang yang melalui lembaga-lembaga yang menjadi perantara saluran pemasaran.

Analisis margin pemasaran digunakan untuk melihat tingkat efisiensi pemasaran talas. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga yang terjadi di tingkat produsen (harga beli) dengan harga di tingkat konsumen (harga jual). Margin pemasaran dihitung berdasarkan hasil pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap lembaga pemasaran. Perhitungan margin pemasaran secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Limbong dan Sitorus, 1987) :

$$M_i = H_{ji} - H_{bi}$$

$$M_i = C_i + \pi_i$$

$$H_{ji} - H_{bi} = C_i + \pi_i$$

Berdasarkan persamaan diatas, keuntungan pemasaran pada tingkat ke-i adalah

$$\pi_i = H_{ji} - H_{bi} - C_i$$

Maka besarnya margin pemasaran adalah

$m_i = \frac{M_i}{C_i}$

Keterangan :

M_i : Margin pemasaran pada pasar tingkat ke - i (Rp/kg)

H_{ji} : Harga penjualan pada pasar tingkat ke - i (Rp/kg)

H_{bi} : Harga pembelian pada pasar tingkat ke - i (Rp/kg)

C_i : Biaya pada pasar tingkat ke - i (Rp/kg)

π_i : Keuntungan pemasaran pada pasar tingkat ke - i (Rp/kg)

i : 1, 2, 3, n

M_i : Total margin pemasaran

Berdasarkan nilai margin pemasaran yang diperoleh dapat diketahui tingkat rasio keuntungan terhadap biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Rasio ini menunjukkan besarnya keuntungan yang diperoleh terhadap biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Semakin tinggi nilai rasio semakin besar keuntungan yang diperoleh. Rasio tersebut diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Limbong dan Sitorus, 1987) :

$$\text{Rasio Keuntungan/Biaya (\%)} = \frac{\text{Keuntungan } (\pi_i)}{\text{Biaya Pemasaran } (C_i)} \times 100\%$$

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi kegiatan pemasaran adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir. Bagian yang diterima lembaga pemasaran sering dinyatakan dalam bentuk persentase (Limbong dan Sitorus, 1987). *Farmer's share* berhubungan negatif dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran maka bagian yang akan diperoleh petani (*farmer's share*) akan semakin rendah. Rumus untuk menghitung *farmer's share* adalah :

$fs = \frac{pf}{pr} \times 100\%$

Dimana :

F_s = *Farmer's share*

P_f = Harga di tingkat petani

P_r = Harga yang dibayar oleh konsumen akhir

4.6 Definisi Operasional

Beberapa variabel yang digunakan untuk mengidentifikasi pendapatan usahatani dan pemasaran talas antara lain :

1. Umur talas adalah jumlah hari atau lamanya antara tanam dan panen.
2. Musim tanam talas yang digunakan pada penelitian ini adalah bulan Februari-Oktober 2008.
3. Hasil produksi adalah hasil produksi fisik berupa umbi talas dalam satuan umbi.
4. Harga jual petani dalam analisis usahatani adalah harga talas yang diterima petani dalam satuan Rp/umbi.
5. Harga beli pedagang atau lembaga pemasaran adalah harga talas yang bersedia dibayar pada masing – masing lembaga dalam satuan Rp/umbi.
6. Penerimaan usahatani adalah ukuran hasil perolehan total sumber daya yang digunakan dalam usahatani. (hasil panen talas yang dijual, dan anakan talas yang dijadikan sebagai bibit).
7. Pengeluaran total usahatani terdiri dari biaya tunai dan biaya diperhitungkan
8. Biaya tunai adalah biaya yang dikeluarkan dalam bentuk nilai uang
9. Biaya diperhitungkan adalah biaya yang dikeluarkan untuk sarana produksi namun tidak dalam bentuk uang tunai.
10. Pendapatan atas biaya tunai adalah selisih antara penerimaan total usahatani dikurangi biaya tunai.
11. Pendapatan atas biaya total adalah selisih antara penerimaan total usahatani dengan biaya total.
12. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen.
13. *Farmer's Share* merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

V. GAMBARAN UMUM

5.1 Karakteristik Wilayah

Kota Bogor memiliki luas wilayah 11.850 Ha yang terbagi menjadi enam kecamatan yaitu Bogor Selatan, Bogor Utara, Bogor Timur, Bogor Barat, Bogor Tengah dan Tanah Sereal. Berdasarkan batas wilayahnya, Kota Bogor berada di tengah Kabupaten Bogor. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Cijeruk dan Caringin, sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Sukaraja dan Ciawi, sebelah Utara dengan Kecamatan Sukaraja, Bojong Gede dan Kemang, dan Sebelah Barat dengan Kecamatan Kemang dan Darmaga.

Kelurahan Situgede merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor. Kelurahan ini terletak kurang lebih lima km dari pusat pemerintahan kecamatan, 12 km dari pusat Kota Bogor dan 250 km dari Ibukota Propinsi Jawa Barat. Posisi kelurahan Situgede mendukung aksesibilitas petani yang cukup mudah untuk memperoleh bahan-bahan pertanian yang diperlukan, juga dalam pemasaran talas.

Secara topografi daerah ini didominasi oleh dataran rendah dengan ketinggian rata-rata 250 m dpl. Kondisi lahan tergolong subur dan hampir tidak ada erosi pada lahan. Curah hujan rata-rata 3.219-4.671 mm per tahun dengan suhu rata-rata $24,9^0 - 25,8^0$ C. Dengan kondisi tersebut Kelurahan Situgede cocok dijadikan sebagai daerah pertanian. Luas wilayah Kelurahan Situgede yang digunakan untuk daerah pertanian atau sawah seluas 107,67 hektar atau sebesar 46,32 persen dari luas total. Penggunaan lahan yang lain adalah untuk pemukiman seluas 30,70 hektar atau sebesar 21,81 persen, hutan seluas 50,00 hektar atau sebesar 21,51 persen, daerah tangkapan air seluas enam hektar atau sebesar 2,58 persen. Secara rinci informasi penggunaan lahan di Kelurahan Situgede dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Luas Lahan Kelurahan Situgede berdasarkan Penggunaannya Tahun 2007.

No	Jenis Penggunaan	Luas (Ha)	Persentase (%)
1	Lahan Pertanian	107,67	46,32
2	Pemukiman	50,70	21,81
3	Jalan	1,20	0,52
4	Perkantoran	10,00	4,30
5	Perikanan Darat/air Tawar	1,50	0,65
6	Hutan Sekunder	50,00	21,51
7	Daerah Tangkapan Air	6,00	2,58
8	Pekuburan	1,60	0,69
9	Lain-lain	3,80	1,63
	Total	232,47	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Situgede Tahun 2007

5.2 Keadaan Sosial Ekonomi

Penduduk Kelurahan Situgede berjumlah 8.405 orang yang terdiri dari 4.268 orang laki-laki dan 4.137 jiwa perempuan dengan 2.022 kepala keluarga. Berdasarkan kelompok umur, penduduk terbanyak berada pada kelompok umur 30-40 tahun sebanyak 2.246 orang atau sebesar 26,72 persen dan pada kelompok umur 35-39 sebanyak 1500 orang atau sebesar 17,85 persen. Komposisi penduduk Kelurahan Situgede berdasarkan kelompok umur pada tahun 2007 dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Komposisi Penduduk Kelurahan Situgede Berdasarkan Kelompok Umur Tahun 2007

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	00-04	740	8,80
2	05-09	525	6,25
3	10-14	560	6,66
4	15-19	690	8,21
5	20-29	180	2,14
6	30-34	2.246	26,72
7	35-39	1.500	17,85
8	40-44	400	4,76
9	45-49	700	8,33
10	50-54	335	3,99
11	55-59	175	2,08
12	60	354	4,21
	Total	8.405	100

Sumber : Data Monografi Kelurahan Situgede Tahun 2007

Tingkat pendidikan masyarakat Kelurahan Situgede tergolong tinggi. Hal ini bisa dilihat dari jumlah penduduk yang tingkat pendidikannya setingkat SMU, Akademi, dan Sarjana sebanyak 515 orang atau sebesar 19,20 persen. Penduduk yang tamat SD dan SLTP sebanyak 908 orang atau sebesar 33,86 persen, sedangkan penduduk usia 7 – 45 tahun yang tidak pernah sekolah hanya sebanyak 20 orang atau sebesar 0,75 persen dan penduduk yang pernah sekolah tetapi tidak tamat SD sebanyak 507 orang atau sebesar 18,90 persen. Komposisi penduduk Kelurahan Situgede berdasarkan tingkat pendidikan pada Tahun 2007 dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Komposisi Penduduk Kelurahan Situgede Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2007

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	Belum Sekolah	732	27,29
2	Usia 7-45 tahun tidak pernah sekolah	20	0,75
3	Pernah sekolah SD tapi tidak tamat	507	18,90
4	Tamat SD/Sederajat	908	33,86
5	SLTA/Sederajat	515	19,20
	Akademi (D1-D3)		
	Sarjana (S1-S3)		
	Total	2.682	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Situgede Tahun 2007

Dilihat dari sumber mata pencaharian, sebagian besar masyarakat Situgede yang berprofesi sebagai buruh tani yaitu sebanyak 1.031 atau sebesar 51,42 persen dan petani sebanyak 357 orang atau sebesar 17,81 persen. Banyaknya masyarakat yang bermata pencarian sebagai buruh tani ini disebabkan karena sebagian besar lahan digunakan sebagai lahan pertanian. Berdasarkan penggunaan lahan di Kelurahan Situgede lahan yang digunakan sebagai pertanian adalah seluas 107,67 hektar atau sebesar 46,32 persen dari luas total wilayah. Selain sebagai petani, masyarakat juga bekerja sebagai pegawai Swasta/BUMN/BUMD sebanyak 165 orang atau 8,23 persen, pedagang sebanyak 130 orang atau sebesar 6,48 persen, jasa sebanyak 120 orang atau sebesar 5,99 persen dan pegawai negeri sipil sebanyak 90 orang atau sebesar 4,49 persen. Komposisi penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Komposisi Penduduk Kelurahan Situgede Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	Pegawai Negeri Sipil	90	4,49
2	TNI/Polri	10	0,50
3	Swasta/BUMN/BUMD	165	8,23
4	Wiraswasta/Pedagang	130	6,48
5	Petani	357	17,81
6	Pertukangan	48	2,39
7	Buruh tani	1.031	51,42
8	Pensiunan	54	2,69
9	Jasa/Lain-lain	120	5,99
	Total	2005	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Situgede Tahun 2007

5.3 Sarana dan Prasarana

Keadaan jalan di Kelurahan Situgede sudah cukup baik, jalan-jalan yang menghubungkan kelurahan dengan kecamatan lain atau dengan Ibukota Bogor sudah beraspal. Alat transportasi yang digunakan berupa kendaraan roda empat baik berupa mobil, mini bus, truk serta kendaraan roda dua. Kendaraan umum yang digunakan berupa angkutan kota dan ojek. Dengan demikian hal ini dapat memperlancar kegiatan pemasaran khususnya pemasaran talas.

5.4 Karakteristik Petani Responden

Karakteristik umum petani yang akan diuraikan meliputi : umur petani, tingkat pendidikan, status kepemilikan lahan, luas lahan garapan dan status usahatani. Adapun karakteristik yang dapat diuraikan adalah sebagai berikut :

5.4.1 Umur Petani Responden

Berdasarkan hasil wawancara pada 24 petani responden yang ada di Kelurahan Situgede diperoleh data yang menunjukkan bahwa jumlah petani yang paling banyak terdapat pada golongan umur 25-30 tahun yaitu sebesar 37,30 persen seperti tertera pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah dan Persentase Petani Responden menurut Golongan Umur

Golongan Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
25-30	9	37,50
31-35	2	8,33
36-40	-	-
41-45	6	25,00
46-50	-	-
51-55	6	25,00
56-60	-	-
61-65	1	4,17
Jumlah	24	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Situgede (2008)

Dari Tabel 12. diatas dapat dilihat bahwa usahatani talas dibudidayakan oleh petani yang berusia 25 – 30 tahun sampai petani yang berusia 61-65 tahun. Biasanya usahatani talas yang dikembangkan oleh petani merupakan usaha turun temurun karena sudah dari sejak kecil petani tersebut dikenalkan dengan teknik bertani.

5.4.2 Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Petani Responden

Dilihat dari tingkat pendidikan petani responden hampir sebagian besar petani talas yang dijadikan responden pernah mengikuti pendidikan formal. Tetapi tingkat pendidikan yang diikuti petani di Kelurahan Situgede cenderung masih rendah. Tingkat pendidikan formal petani responden dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Sebaran Petani Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tidak Tamat SD	1	4,17
Tamat SD	19	79,17
Tamat SMP	4	16,67
Tidak Sekolah	0	0,00
Total	24	100,00

Pendidikan formal petani responden yang paling tinggi hanya tamat SMP. Responden yang mengenyam pendidikan hingga tamat SMP sebanyak 4 orang (16,67 persen) dan paling banyak adalah tamat SD yaitu sebesar 79,17 persen atau 19 orang.

Jika dilihat dari segi pengalaman petani responden dalam budidaya talas, sebagian besar dari responden mempunyai pengalaman yang cukup lama dalam bertani talas. Petani responden yang berpengalaman lebih dari 15 tahun sebanyak 54,17 persen. Hal ini mengindikasikan usahatani talas telah lama ditekuni oleh responden dan pengetahuan mengenai budidaya talas mereka peroleh secara turun temurun dari orang tua mereka. Selain itu, para petani juga mendapatkan bimbingan dari petani lainnya yang sama-sama mengusahakan talas. Sebaran petani responden menurut pengalaman dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Sebaran Petani Responden Menurut Pengalaman Bertani Talas

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
1	<15 tahun	11	45,83
2	>15 tahun	13	54,17
	Total	24	100,00

5.4.3 Luas dan Status Pengelolaan Lahan

Luas lahan yang digarap oleh petani responden sangat beragam, namun sebagian besar petani berusaha tani talas pada luasan lahan yang relatif sempit dengan rata – rata 0,18 hektar dengan luas lahan terendah yaitu 0,02 hektar dan tertinggi adalah 0.6 hektar. Berdasarkan status kepemilikan lahannya petani responden lebih banyak mengelola lahan miliknya yaitu sebesar 70,83 persen atau 17 orang dari total petani responden. Sedangkan petani responden lainnya adalah menyewa lahan yaitu sebesar 29,17 persen atau 7 orang. Sebaran status lahan dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Sebaran Petani Responden berdasarkan Status Pengelolaan Lahan

Status Lahan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Lahan Sewa	7	29,17
Lahan Milik Sendiri	17	70,83
Total	24	100,00

VI. ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI TALAS

6.1 Keragaan Usahatani Talas

Kegiatan budidaya talas mulai dari pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan, pemupukan hingga pemanenan dilakukan selama 7-8 bulan. Keragaan usahatani talas dideskripsikan berdasarkan subsistem sarana produksi dan subsistem budidaya.

6.1.1 Subsistem Sarana Produksi

6.1.1.1 Bibit

Tanaman talas yang ditanam oleh petani di Kelurahan Situgede adalah jenis talas sutra dan talas bentul. Bibit yang biasa digunakan petani berasal dari anakan talas yang telah berumur 5-7 bulan. Jumlah bibit yang ditanam rata-rata 20.000 per hektar dengan jarak tanam 50 cm x 50 cm. Petani di Kelurahan Situgede biasanya mendapatkan bibit dari hasil tanaman periode sebelumnya atau dari petani lain yang membudidayakan talas, sehingga bibit talas termasuk biaya diperhitungkan. Harga bibit talas dilokasi penelitian adalah Rp 100 per umbi.

6.1.1.2 Pupuk

Talas pada umumnya dipupuk dengan pupuk kandang. Namun petani juga memberikan pupuk lain seperti urea, ZA, TSP, dan Furadan. Pemupukan dasar dilakukan bersamaan dengan pengolahan lahan yaitu dengan mencampurkan pupuk kandang pada tiap lubang tanah yang akan ditanami umbi talas. Pupuk kandang digunakan untuk memperbaiki struktur tanah, dan menambah unsur hara yang diperlukan oleh tanah. Pupuk kandang yang digunakan adalah kotoran kambing. Jumlah pupuk kandang yang digunakan untuk satu hektar adalah 200 karung dengan harga Rp 5.000 per karung.

Pupuk urea diberikan dua kali dalam satu musim tanam yaitu pada umur 1 bulan setelah bibit ditanam dan pemupukan kedua saat tanaman berumur 3 bulan. Aplikasi pemupukan yaitu dengan cara membuat lubang pupuk disamping lubang tanam dengan jarak 3 cm. Pupuk urea yang diberikan untuk satu kali pemupukan rata-rata 250 kg per ha atau 500 kg dalam satu musim tanam dengan harga Rp 1500 per kg. Selain itu petani juga memberikan pupuk ZA dan TSP agar hasil umbi lebih baik dan besar. ZA diberikan rata-rata 20 kg per ha dengan harga Rp

1.500 per kg, TSP diberikan rata-rata 80 kg per ha dengan harga Rp 2.000 per kg, untuk mencegah hama penyakit dari serangga atau hama lainnya pestisida yang digunakan adalah Furadan sebesar 10.12 kg per hektar dengan harga Rp 20.000 per kg.

6.1.1.3 Tenaga Kerja

Tenaga kerja di lokasi penelitian mudah untuk dipenuhi, karena hampir 52.42 persen pekerjaan masyarakat di Kelurahan Situgede adalah buruh tani. Tenaga kerja yang digunakan dalam kegiatan tani terdiri dari tenaga kerja luar keluarga dan tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga. Tenaga kerja luar keluarga merupakan tenaga kerja yang diupah yaitu Rp 30.000 per HOK (1 HOK = 5 jam) sama pada masing-masing petani yang menyewa lahan maupun yang menggarap lahan sendiri. Jam kerja yang biasa dilakukan oleh petani adalah mulai pukul 07.00 hingga pukul 12.00. Tenaga kerja yang biasa melakukan kegiatan budidaya talas di Kelurahan Situgede pada umumnya adalah laki-laki.

Tenaga kerja dalam keluarga adalah tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga petani dan termasuk dalam biaya diperhitungkan. Biaya yang diperhitungkan untuk tenaga kerja keluarga pada penelitian ini relatif sama dengan tenaga luar keluarga yaitu Rp 30.000 per HOK. Perhitungan biaya tersebut digunakan untuk menghitung biaya tenaga kerja mulai dari pengolahan lahan dan penanaman, pemeliharaan, pemupukan dan pemanenan.

Rata-rata penggunaan tenaga kerja petani talas untuk lahan milik sendiri adalah 256 HOK untuk tenaga kerja luar keluarga dan 118 untuk tenaga kerja dalam keluarga. Penggunaan tenaga kerja untuk petani yang menyewa lahan adalah 246 HOK untuk tenaga kerja luar keluarga dan 91 HOK untuk tenaga kerja keluarga, sedangkan untuk seluruh total petani responden adalah 252 HOK untuk tenaga kerja luar keluarga dan 108 HOK untuk tenaga kerja keluarga.

Berdasarkan analisis tersebut penggunaan tenaga kerja petani yang menggarap lahan sendiri lebih besar dari pada petani yang menyewa lahan. Hal ini disebabkan karena pada petani lahan sendiri lebih banyak melibatkan tenaga kerja luar keluarga untuk mengolah lahannya. Penggunaan tenaga kerja yang paling banyak adalah untuk kegiatan persiapan lahan dan penanaman. Rata-rata penggunaan tenaga kerja usahatani talas dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja Usahatani Talas per Hektar untuk Satu Musim Produksi di Kelurahan Situgede Tahun 2008.

No	Kegiatan Usahatani	Penggunaan Tenaga Kerja (HOK)					
		Lahan Sendiri		Lahan Sewa		Lahan Total	
		LK	DK	LK	DK	LK	DK
1	Persiapan lahan dan penanaman	101	31	99	19	100	26
2	Pemeliharaan	98	31	99	21	99	27
3	Pemupukan	29	26	19	18	25	23
4	Pemanenan	28	30	28	34	28	32
	Total	256	118	246	91	252	108
	Upah per HOK	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
	Nilai TK	7.665.344	3.540.458	7.375.500	2.737.500	7.555.450	3.236.019

Ket : LK = Luar Keluarga ; DK = Dalam Keluarga

6.1.1.4 Alat-alat Pertanian

Jenis alat pertanian yang digunakan dalam kegiatan usahatani talas meliputi cangkul, parang, kored, dan garpu. Cangkul digunakan untuk menggemburkan tanah. Parang digunakan untuk memotong anakan talas setelah berumur 5 bulan. Garpu digunakan untuk membalikkan dan menggemburkan tanah. Kored digunakan untuk menyingi gulma.

Metode penghitungan penyusutan alat yang digunakan adalah metode penyusutan garis lurus, hal ini dilakukan mengingat dari hasil wawancara langsung dari responden bahwa secara umum alat-alat yang digunakan dalam usahatani ini mempunyai masa pemakaian yang relatif sama. Nilai penyusutan peralatan pertanian yang digunakan dalam usahatani talas yaitu Rp 233.175,36 per tahun, dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Nilai Penyusutan Peralatan Pertanian Usahatani Talas di Kelurahan Situgede, Tahun 2008.

No	Jenis alat	Jumlah (buah)	Harga beli (Rp)	Nilai Pembelian (Rp)	Umur Teknis (Tahun)	Biaya penyusutan (Rp)
1	Cangkul	10	50.000	497.630	5	99.526,07
2	Parang	8	20.000	151.659	5	30.331,75
3	Kored	6	25.000	142.180	6	23.696,68
4	Garpu	7	60.000	398.104	5	79.620,85
	Total	30	155.000	1.189.573		233.175,36

6.1.2 Subsistem Budidaya

6.1.2.1 Persiapan Lahan dan Penanaman

Kegiatan persiapan lahan terdiri atas pembersihan gulma dan penggemburan tanah dan penanaman. Penggemburan tanah dilakukan dengan menggunakan cangkul. Setelah tanah digemburkan kemudian dibuat bedengan-bedengan. Lebar bedengan berkisar 80-90 cm sedangkan panjang bedengan disesuaikan dengan luas lahan. Kegiatan selanjutnya adalah penanaman talas. Jarak tanam talas adalah 50 x 50 cm dan ditanam dengan kedalaman 20 cm. Setelah ditanam, disekitar tanaman ditaburkan furadan sebanyak dua gram dan pupuk kandang sebesar 100 gram untuk mencegah timbulnya penyakit busuk pada umbi yang diakibatkan oleh gulma atau cacing.

Tenaga kerja yang digunakan untuk kegiatan pengolahan lahan dan penanaman adalah tenaga kerja yang berasal dari luar keluarga dan tenaga kerja dalam keluarga. Jumlah tenaga kerja luar keluarga yang digunakan untuk kegiatan ini adalah rata-rata 100 HOK per hektar. Upah tenaga kerja yang diberikan adalah Rp 30.000 per hari mulai pukul 07.00-12.00 WIB.

6.1.2.2 Pemeliharaan

Kegiatan pemeliharaan terdiri atas penyiangan, pembumbunan dan penyulaman. Penyiangan dilakukan untuk membersihkan rumput yang tumbuh disekitar tanaman talas, sehingga pertumbuhan talas tidak terganggu. Penyiangan dilakukan setiap bulan. Penyiangan dilakukan secara manual dan sering juga menggunakan alat seperti kored sehingga tidak mengganggu atau melukai pangkal batang dan akar tanaman. Pada saat melakukan penyiangan, rumput hasil penyiangan tidak langsung disingkirkan dari lahan, namun seringkali ditumpuk di dekat tanaman sehingga nantinya dapat berubah menjadi pupuk atau kompos. Pembumbunan dilakukan untuk menutup pangkal batang dan akar-akar bagian atas agar tanaman lebih kokoh dari hujan atau trepan angin.

Penyulaman adalah penanaman kembali talas yang tidak sempat tumbuh dengan baik atau mati akibat terserang penyakit. Kebutuhan bibit untuk penyulaman berkisar antara lima sampai sepuluh persen dari total tanaman. Kegiatan ini dilakukan pada saat tanaman berumur satu sampai dua bulan setelah tanam.

6.1.1.3 Pemupukan

Pemupukan dilakukan dengan dua cara yaitu dengan pupuk kandang dan pupuk kimia seperti (urea, ZA, furadan, dan TSP). Pemupukan dasar dilakukan dengan mencampur pupuk kandang dengan tanah dan ditaburkan pada lubang dimana bibit talas ditanam. Pupuk kandang yang biasa digunakan adalah kotoran ternak (kambing). Jumlah pupuk kandang yang digunakan dalam satu hektar rata-rata sebesar 200 karung dengan harga Rp 5000 per karung.

Pupuk urea diberikan saat tanaman berumur 1 bulan dan diulangi pada saat tanaman berumur 4 bulan dengan cara membuat lubang pupuk di samping lubang tanaman sejauh 10 cm. Jumlah urea yang diberikan dalam sekali pemupukan rata-rata 250 kg per hektar dengan harga Rp 1.500 per kg. Jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk pemupukan rata-rata 25 HOK untuk tenaga kerja luar keluarga dan 25 HOK untuk tenaga kerja dalam keluarga.

6.1.1.4 Pemanenan

Talas dapat dipanen umur 7-8 bulan. Tidak semua petani responden di Kelurahan Situgede melakukan pemanenan, karena petani memborongkan hasil panennya ke tengkulak atau pedagang pengumpul. Namun hampir 58,33 persen petani menjual sendiri hasil panennya ke pasar ragunan, sehingga untuk kegiatan panen, petani biasanya menggunakan tenaga kerja upah. Panen dilakukan dengan mencabut atau menggali tanaman talas dari tanah, kemudian umbi dibersihkan dari tanah dan akar yang muncul dari umbi. Jumlah tenaga kerja luar keluarga yang digunakan untuk kegiatan pemanenan adalah 28 HOK sedangkan jumlah tenaga kerja dalam keluarga adalah 32 HOK. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan adalah Rp 30.000 per HOK.

6.2 Penerimaan Usahatani

Analisis pendapatan usahatani ini didasarkan atas luasan satu hektar dalam satu musim. Untuk data usahatani musim tanam yang dianalisis adalah Februari hingga Oktober 2008, disesuaikan dengan masa panen (tujuh bulan). Penerimaan usahatani adalah selisih antara total produk yang dijual dengan harga yang berlaku di pasar. Penerimaan usahatani talas terdiri atas penjualan talas yang dihasilkan dan anakan talas yang akan dijadikan sebagai bibit. Talas yang dihasilkan oleh

petani responden baik yang menyewa lahan maupun yang menggarap lahan sendiri rata-rata sebanyak 18.000 umbi per hektar, sedangkan anakan talas yang dihasilkan pada masing-masing kelompok untuk bibit adalah 20.000 per hektar.

Harga jual talas pada masing-masing petani berbeda-beda karena sebagian besar petani menjual talas secara langsung ke konsumen dan ada juga beberapa petani menjual talas dengan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu; 1) adanya keterikatan modal petani dengan tengkulak sehingga petani harus menjual hasil panennya kepada tengkulak, 2) keinginan petani untuk menjual sendiri hasil jualnya langsung ke konsumen karena harga jualnya akan lebih tinggi. Harga rata-rata talas dari petani responden yang menyewa lahan adalah Rp 1.586, harga rata-rata talas dari petani responden yang menggarap lahan sendiri adalah Rp 1.635 dan harga rata-rata talas dari petani keseluruhan adalah Rp 1.621. Harga anakan talas rata-rata adalah Rp 100,00 diasumsikan sama untuk semua petani. Dengan demikian penerimaan usahatani talas pada saat musim tanam Februari 2008 dan panen sekitar 7-8 bulan (Oktober 2008) per hektar adalah sebesar Rp 30.542.857,14 untuk petani yang menyewa lahan, Rp 31.435.294,12 untuk petani yang menggarap lahan sendiri dan Rp 31.175.000,00 untuk petani keseluruhan.

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa penerimaan petani yang menggarap lahan sendiri memiliki penerimaan yang lebih besar dibandingkan petani yang menyewa lahan. Hal ini disebabkan karena petani yang menggarap lahan sendiri, lebih banyak menjual talas secara langsung ke konsumen akhir, sehingga harga jual talas petani yang menggarap lahan sendiri lebih tinggi dibandingkan harga jual talas petani yang menyewa lahan.

6.3 Pengeluaran Usahatani

Pengeluaran usahatani dikelompokkan menjadi dua yaitu biaya tunai dan biaya diperhitungkan. Biaya tunai adalah biaya yang dikeluarkan petani selama kegiatan usahatani berlangsung dari pengelolaan hingga pemasaran, sedangkan biaya diperhitungkan adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani tidak dalam bentuk nilai tunai.

Biaya tunai yang dikeluarkan petani responden meliputi biaya pupuk, tenaga kerja luar keluarga, pajak dan sewa lahan. Besar biaya tunai untuk petani yang menyewa lahan adalah Rp 14.047.215,74 dan biaya tunai untuk petani yang menggarap lahan sendiri adalah Rp 13.266.130,92 sedangkan biaya tunai untuk lahan keseluruhan adalah Rp 13.565.549,76.

Petani talas di Kelurahan Situgede sebagian besar memasarkan talas secara langsung ke konsumen di Lokasi wisata Ragunan, Jakarta Selatan. Talas yang dijual ke Ragunan rata-rata 500 umbi setiap penjualan. Biaya pemasaran petani dalam sekali perjalanan terdiri atas biaya transportasi Rp 32.000, biaya sortasi dan pembersihan talas Rp 30.000, Sewa tempat Rp 15.000 dan biaya sampah dan keamanan Rp 10.000. Biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran talas rata-rata Rp 136 per umbi untuk petani yang menyewa lahan, Rp 145 per umbi untuk petani yang menggarap lahan sendiri dan Rp 139,57 per umbi untuk petani keseluruhan. Biaya pemasaran masing-masing petani berbeda-beda karena beberapa petani ada yang menjual talas secara langsung ke konsumen akhir tanpa melalui perantara dan ada juga yang melibatkan lembaga pemasaran dengan menjual ke tengkulak.

Pajak lahan termasuk ke dalam biaya tunai. Rata-rata biaya yang dikeluarkan petani untuk membayar pajak adalah Rp 1.000.000 per hektar untuk petani yang menggarap lahan sendiri, sedangkan petani yang menyewa lahan tidak membayar pajak.

Sewa lahan adalah biaya yang dikeluarkan secara tunai oleh petani yang menyewa lahan yaitu sebesar Rp 1.937.500 per hektar dan merupakan komponen biaya diperhitungkan bagi petani yang menggarap lahan sendiri yaitu sebesar Rp 1.068.702 per hektar. Bagi petani pemilik lahan, sewa lahan termasuk ke dalam biaya diperhitungkan karena lahan memiliki nilai ekonomi yang terus meningkat dibandingkan sarana lainnya.

Biaya diperhitungkan yang dikeluarkan petani responden meliputi biaya bibit talas, penyusutan alat, tenaga kerja dalam keluarga, dan sewa lahan (lahan milik sendiri). Biaya diperhitungkan untuk petani yang menyewa lahan adalah Rp 4.970.923,49 dan Rp 6.847.416,97 untuk petani yang tidak menyewa lahan, sedangkan biaya diperhitungkan untuk total lahan keseluruhan adalah Rp 6.132.701,43. Total biaya yang dikeluarkan per hektar yang merupakan penjumlahan biaya tunai dan biaya diperhitungkan adalah sebesar Rp 19.018.139,23 untuk petani yang menyewa lahan, dan Rp 20.113.547,88 untuk petani pemilik lahan, sedangkan biaya total untuk lahan keseluruhan adalah Rp 19.698.251,19. Komponen biaya usahatani talas secara rinci dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Biaya Tunai dan Biaya Diperhitungkan Usahatani Talas pada Satu Musim Produksi per Hektar Tahun 2008.

Keterangan	Lahan disewa	Lahan Milik Sendiri	Total Lahan
Biaya Tunai			
Pupuk			
Urea	740.740,74	750.000,00	750.000,00
ZA	30.000,00	30.000,00	30.000,00
TSP	160.000,00	160.000,00	160.000,00
Furadan	200.000,00	203.816,79	202.369,67
Pupuk Kandang	1.000.000,00	1.000.000,00	1.000.000,00
Tenaga Kerja Luar Keluarga			
- Persiapan lahan dan penanaman	2.981.250,00	3.023.001,53	3.007.109,00
- Pemeliharaan	2.981.250,00	2.942.944,27	2.957.345,97
-Pemupukan	562.500,00	858.864,50	746.445,50
-Pemanenan	850.500,00	840.916,03	844.549,76
Biaya Pemasaran	2.603.475,00	2.456.587,79	2.512.279,72
Sewa Lahan (lahan disewa)	1.937.500,00	0	734.597,16
Pajak		1.000.000,00	620.853,08
Total Biaya Tunai	14.047.215,74	13.266.130,92	13.565.549,76
Biaya Diperhitungkan			
Bibit (Umbi Talas)	2.000.000,00	2.000.000,00	2.000.000,00
Penyusutan alat	233.175,36	233.175,36	233.175,36
Tenaga Kerja Dalam Keluarga			
- Persiapan lahan dan penanaman	581.269,38	916.030,53	789.099,53
- Pemeliharaan	618.791,25	938.931,30	817.535,55
- Pemupukan	525.052,50	778.625,95	682.464,45
- Pemanenan	1.012.635,00	906.870,23	946.919,43
Sewa Lahan (lahan Milik Sendiri)	0	1068702,29	663.507,11
Total Biaya yang diperhitungkan	4.970.923,49	6.842.335,67	6.132.701,43
Jumlah Total Biaya	19.018.139,23	20.108.466,58	19.698.251,19

Pada Tabel 18 dapat dilihat total biaya petani yang menggarap lahan sendiri lebih besar dari petani yang menyewa lahan. Hal ini disebabkan karena beberapa komponen biaya tunai maupun biaya diperhitungkan tidak terdapat pada kelompok petani yang menyewa lahan. Petani yang menyewa lahan mengeluarkan biaya sewa lahan yang merupakan komponen biaya tunai, namun tidak mengeluarkan biaya pajak, sedangkan petani yang menggarap lahan sendiri mengeluarkan biaya pajak (biaya tunai) dan biaya sewa lahan (biaya diperhitungkan).

6.4 Pendapatan Usahatani

Pendapatan usahatani dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua, yaitu pendapatan atas biaya tunai dan pendapatan atas biaya total. Pendapatan atas biaya tunai rata-rata petani responden dalam penelitian ini untuk petani yang menyewa lahan adalah Rp 16.495.641,40 per hektar dan pendapatan atas biaya total sebesar Rp 11.524.717,92 per hektar, sedangkan petani yang menggarap lahan sendiri memiliki pendapatan tunai sebesar Rp 18.169.163,20 per hektar dan pendapatan atas biaya total sebesar Rp 11.326.827,54 per hektar. Rata-rata pendapatan tunai untuk petani keseluruhan adalah Rp 17.609.450,24 per hektar dan pendapatan atas biaya total sebesar Rp 11.476.748,81 per hektar.

6.5 Analisis R/C Rasio

Hasil perhitungan analisis R/C rasio atas biaya tunai untuk usahatani lahan yang disewa, lahan milik sendiri, lahan keseluruhan masing masing adalah 2,17; 2,37 dan 2,30. Nilai ini memiliki arti bahwa setiap pengeluaran tunai sebesar Rp 1,- pada lahan yang disewa menghasilkan penerimaan sebesar Rp 2,17. Nilai R/C rasio lebih dari satu menunjukkan bahwa usahatani talas di Kelurahan Situgede mampu memberikan keuntungan bagi petani lahan yang disewa karena penerimaannya lebih besar 2,17 kali dari biaya yang dikeluarkan. Nilai R/C rasio atas biaya tunai untuk lahan milik sendiri lebih besar dari lahan yang disewa hal ini disebabkan karena petani yang menyewa lahan mengeluarkan biaya tunai berupa sewa lahan sebesar Rp 1.937.500 per hektar. Walaupun demikian petani masih memperoleh keuntungan dari penjualan talas.

R/C rasio atas biaya total untuk petani yang menyewa lahan, lahan milik sendiri, lahan keseluruhan masing masing adalah sebesar 1,61 ; 1,56 ; dan 1,58. Nilai ini memiliki arti bahwa setiap satu rupiah biaya total yang dikeluarkan petani memperoleh penerimaan sebesar Rp 1,61 untuk petani yang menyewa lahan, Rp 1,56 untuk petani yang menggarap lahan sendiri, dan Rp 1,62 untuk petani keseluruhan. Penerimaan, biaya, pendapatan dan R/C rasio usahatani per hektar per musim tanam masing-masing petani dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Rata-rata Penerimaan, Biaya, Pendapatan dan R/C rasio Usahatani Talas di Kelurahan Situgede pada Satu Musim Tanam per Hektar Tahun 2008

Komponen	Lahan Disewa	Lahan Milik sendiri	Total Lahan
Penerimaan	30.542.857,14	31.435.294,12	31.175.000,00
Biaya Tunai	14.047.215,74	13.266.130,92	13.565.549,76
Biaya diperhitungkan	4.970.923,49	6.842.335,67	6.132.701,43
Biaya Total	19.018.139,23	20.108.466,58	19.698.251,19
Pendapatan tunai	16.495.641,40	18.169.163,20	17.609.450,24
Pendapatan total	11.524.717,92	11.326.827,54	11.476.748,81
R/C atas biaya Tunai	2,17	2,37	2,30
R/C atas biaya Total	1,61	1,56	1,58

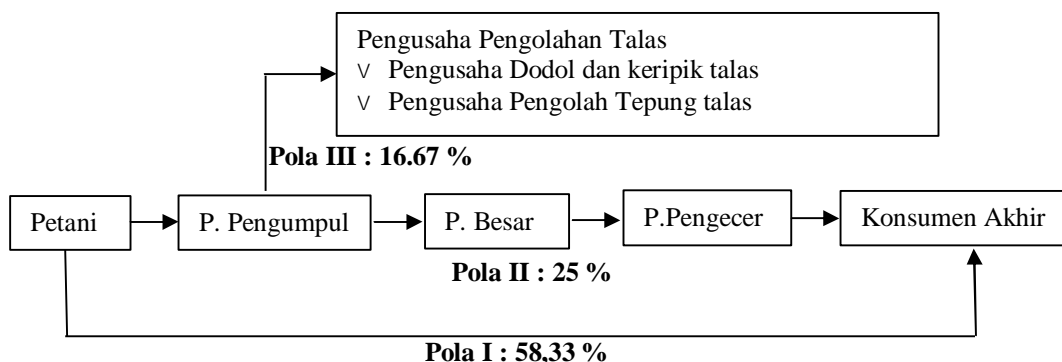
Berdasarkan Tabel 19 dapat dilihat nilai R/C rasio atas biaya tunai petani yang menyewa lahan lebih rendah dibandingkan petani yang mengelola lahan sendiri. Hal ini disebabkan karena komponen biaya tunai petani yang menyewa lahan lebih tinggi dari petani yang mengelola lahan sendiri. Namun jika dilihat dari nilai R/C rasio atas biaya total maka petani yang menyewa lahan lebih efisien dari petani yang mengelola lahan sendiri. Hal ini disebabkan karena petani yang mengelola lahan sendiri memiliki komponen biaya diperhitungkan lebih besar dibandingkan petani yang menyewa lahan. Walaupun demikian perbedaan diantara keduanya tidak terlalu signifikan karena pada kenyataannya komponen biaya maupun variabel input yang digunakan petani talas di Kelurahan Situgede tidak jauh berbeda. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa petani talas yang menggunakan lahan sewa maupun lahan sendiri sama-sama menguntungkan.

VII. ANALISIS PEMASARAN TALAS

Kegiatan pemasaran dilakukan oleh petani responden pada saat talas siap panen. Petani melibatkan lembaga pemasara di dalam menjual hasil panennya, ada juga yang menjual talas secara langsung ke konsumen tanpa melibatkan lembaga pemasaran. Sistem pemasaran petani responden di Kelurahan situgede ditinjau dari beberapa aspek yaitu saluran pemasaran, fungsi pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diperoleh petani (*farmer's share*) dan efisiensi pemasaran.

7.1 Saluran Pemasaran Talas

Saluran pemasaran merupakan jembatan antara petani produsen dengan konsumen akhir melalui berbagai tingkatan pedagang perantara. Hasil produksi talas dari Kelurahan Situgede sebagian besar dipasarkan di daerah wisata yaitu Taman Margasatwa Ragunan, Jakarta Selatan dan Cisarua Bogor. Sedangkan sebagian kecil dipasarkan di beberapa pasar dan lokasi yang strategis di sepanjang jalan di Bogor seperti; pasar Anyer dan terminal Bubulak. Alasan petani tidak menjual talas di Pasar Bogor adalah karena di pasar tersebut telah banyak pedagang yang menjual talas dari berbagai daerah seperti petani dan pedagang yang berasal dari Ciapus, Sukaraja dan beberapa daerah lain dari Kabupaten Bogor. Selain itu, talas juga dijual ke beberapa pengusaha pengolah talas yang datang langsung ke Kelurahan Situgede seperti pengusaha dodol dan keripik talas, serta pengusaha tepung talas yang berasal dari Megamendung Bogor. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran talas di Kelurahan Situgede adalah pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Saluran pemasaran talas dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede

Pada Gambar 3. dapat dilihat ada tiga pola pemasaran talas yang berasal dari 24 orang petani responden di Kelurahan Situgede yaitu :

- √ Pola Saluran I : Petani-Konsumen Akhir
- √ Pola Saluran II : Petani-P. Pengumpul (Tengkulak)-P. Besar (Bandar) -
Pengecer-Konsumen Akhir
- √ Pola Saluran III : Petani-Pedagang Pengumpul (Tengkulak)-Pengusaha
Pengolah Talas

Pola saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran terpendek yang paling banyak digunakan oleh responden yaitu sebanyak 14 petani atau 58,33 persen dari total petani. Hal ini terjadi karena pendapatan yang diterima lebih besar dari pada di jual ke pemborong atau pedagang pengumpul. Petani dapat menyesuaikan harga yang berlaku di pasar, apabila dijual ke pedagang pengumpul atau pemborong maka margin harga yang diperoleh petani akan lebih rendah.

Talas yang akan dijual dibersihkan terlebih dahulu dengan memotong bagian atas tangkai daun talas dan menyisik akar umbi sehingga talas terlihat bersih dan menarik. Setelah itu disortasi menurut besar/kecilnya untuk diikat. Umbi talas yang besar dikemas sebanyak 3 umbi dalam satu ikatan, umbi talas yang kecil dikemas sebanyak 5 umbi dalam satu ikatan. Apabila telah selesai maka talas tersebut siap untuk dipasarkan ke Ragunan.

Penjualan talas ke Ragunan biasanya hanya dilakukan pada hari libur seperti hari Sabtu dan Minggu, karena itu talas dipanen pada hari Kamis (dua hari sebelum dijual) sehingga keesokannya talas dapat dibersihkan. Karena apabila di panen terlalu cepat dan penjualan masih lama akan berpengaruh terhadap rasanya (tidak *pulen*). Biasanya petani menyewa angkutan dan berangkat secara bersama-sama ke Ragunan. Biaya sewa angkutan dalam sekali perjalanan adalah Rp 165.000,00 dimana dalam satu angkutan terdapat 4-5 petani. Bahkan ada juga petani yang berangkat hanya dua orang dalam satu angkutan apabila barang yang dibawa cukup banyak. Kemudian biaya angkutan dibagi berdasarkan sedikit banyaknya barang yang diangkut oleh masing-masing petani.

Pada pola I petani menjual talas langsung ke konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp 1.800,00 per umbi atau Rp 9.000 – Rp 10.000 per ikat. Harga talas

berfluktuatif tergantung besarnya permintaan, serta dipengaruhi oleh waktu seperti pada saat musim liburan dan akhir pekan harga talas biasanya meningkat, apabila permintaan tinggi harga jual dapat mencapai Rp 15.000-Rp 20.000 per ikat (satu ikat=3-5 umbi). Apabila talas tidak habis terjual maka talas tersebut akan dijual dengan harga murah kepada pengecer lain yang berjualan di lokasi yang sama namun bukan petani yang berasal dari Kelurahan Situgede yaitu dengan harga Rp 500 perumbi.

Pola saluran II ada enam petani responden (25 persen) diawali dengan petani menjual ke pedagang pengumpul desa (tengkulak) dengan harga rata-rata Rp 1.033,00 per umbi. Kemudian dari pedagang pengumpul talas dijual ke pedagang besar dengan harga rata-rata Rp 1.600,00 dan akan dijual kembali kepada pedagang pengecer dengan harga rata-rata Rp 2.200 perumbi yang pada akhirnya pedagang pengecer tersebut menjual kembali kepada konsumen akhir sebesar Rp 3.000- sampai Rp 3.500 per umbi. Pada saluran ini petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena hasil produksi talasnya dijual secara langsung secara borongan kepada pedagang pengumpul sehingga pihak yang menanggung biaya pemasaran disini adalah pedagang pengumpul.

Pola saluran pemasaran yang ke III terdiri dari petani, pedagang pengumpul dan pengusaha pengolahan dodol talas yang terdapat di kelurahan Situgede serta pengusaha pengolah tepung talas yang melakukan produksi di Megamendung. Pada pola III terdapat empat orang petani responden (16.67 persen). Harga rata-rata talas yang dibeli dari petani adalah Rp 1.875,00 per umbi, kemudian dijual ke pengusaha pengolah talas dengan harga rata-rata Rp 3.000 per umbi. Banyaknya talas yang dibutuhkan pengusaha dodol dan keripik talas biasanya sekitar 60 ikat (300 umbi) per minggu, namun pada saat hari libur panjang permintaan bisa lebih tinggi. Biaya pemasaran secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 6.

7.2 Fungsi Pemasaran

Pada kegiatan pemasaran terdapat kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen, termasuk juga kegiatan yang menghasilkan perubahan bentuk dari barang, yang ditujukan untuk

mempermudah penyaluran dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kegiatan tersebut dinamakan fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas seperti yang terlihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede

Saluran dan Lembaga Pemasaran	Fungsi-Fungsi Pemasaran								
	Pertukaran		Fisik			Fasilitas			
	Jual	Beli	Angkut	Kemasan	Simpan	Sortasi	Risiko	Biaya	Informasi Pasar
Pola I Petani		-							
Pola II Petani P. Pengumpul P. Besar Pengecer		-	-	-	- -	- -			
Pola III Petani P. Pengumpul		-		-	-	-			

1. Petani

Pada petani yang langsung menjual hasil panen ke Ragunan melakukan fungsi pemasaran yaitu fungsi penjualan, pengangkutan, kemasan, penyimpanan, sortasi, risiko, biaya, dan informasi pasar. Akan tetapi ada juga yang hanya melakukan fungsi penjualan, risiko, biaya dan informasi pasar yang menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul. Petani yang menjual talas secara langsung ke konsumen menawarkan harga sesuai dengan harga yang diperoleh dari informasi pasar dan petani yang menjual talas ke pedagang pengumpul menetapkan harga berdasarkan informasi pasar dan dari proses tawar menawar dengan pedagang pengumpul yang membeli hasil panennya.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul melakukan fungsi penjualan dan pembelian. Biasanya pedagang pengumpul langsung mendatangi petani yang akan panen untuk mendapatkan barangnya. Talas yang akan dipanen dibawa langsung oleh

pedagang pengumpul dan biasanya masih dalam bentuk yang utuh (belum dibersihkan) karena baru dipanen. Untuk mengetahui harga yang ada dalam penjualan, pedagang pengumpul memperoleh harga yang ada di pasar.

3. Pedagang Besar

Pedagang besar (bandar) adalah pedagang yang membeli talas dalam volume yang besar. Pada umumnya pedagang besar (bandar) melakukan semua fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Pedagang besar membeli talas dari tengkulak atau pedagang pengumpul yang ada di Kelurahan Situgede. Karena mengambil dalam jumlah yang besar biasanya pedagang besar melakukan pengangkutan beberapa kali. Talas tersebut kemudian dibawa ke beberapa kota yang ada di sekitar Bogor seperti Cisarua, dan Pasar Anyer.

4. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer melakukan fungsi penjualan dan pembelian. Talas dibeli langsung oleh pengecer dari pedagang besar kemudian dijual langsung ke konsumen. Patokan harga yang diberikan pengecer biasanya berdasarkan harga yang diperoleh dari informasi pasar dan berdasarkan kualitas talas yang akan dijual. Harga talas yang dijual biasanya Rp 10.000 sampai Rp 15.000 per ikat.

Secara umum sistem jual beli talas yang dilakukan adalah bebas dan langganan. Apabila kesepakatan harga dirasakan petani kurang menguntungkan, petani dapat menjual talasnya ke pedagang yang lain. Namun ada beberapa petani yang menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul (tengkulak) karena keterikatan terhadap modal ataupun tanah garapan yang diberikan kepada petani sehingga hasil panen langsung dijual ke tengkulak.

Hampir 50 persen hasil produksi talas petani responden dipasarkan ke Raganan. Kegiatan pemasaran biasanya dimulai dari pukul 06.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Penjualan biasanya dilakukan pada hari libur seperti hari Sabtu dan Minggu. Namun pada hari libur panjang seperti hari raya besar keagamaan penjualan dapat dilakukan setiap hari selama libur. Volume talas yang dijual tiap minggunya dapat mencapai 300-1.000 umbi, sedangkan pada hari libur panjang dapat mencapai 1.000-3.000 umbi.

Penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul (tengkulak) terhadap pedagang besar biasanya dilakukan secara bebas tanpa keterikatan apapun, artinya proses jual beli dapat dilakukan dari hasil tawar menawar antara kedua belah pihak yang bersangkutan.

Pada umumnya penjualan yang dilakukan oleh pengecer adalah sistem penjualan secara bebas. Hal ini didasarkan pada proses keputusan yang dilakukan oleh konsumen biasanya membeli talas pada saat tertentu saja. Pada umumnya konsumen membeli talas dengan berbagai macam alasan seperti sekedar ingin mencoba, untuk oleh-oleh, serta kebutuhan konsumen terhadap talas.

Panjang atau pendeknya saluran tataniaga tidak bisa menentukan apakah pemasaran atau tataniaga tersebut efisien atau tidak, karena setiap lembaga pemasaran mempunyai fungsi penting dalam menyalurkan barang atau jasa.

7.3 Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen. Margin pemasaran meliputi biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran. Biaya pemasaran adalah semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran, diantaranya adalah biaya pemanenan, biaya transportasi, biaya retribusi, biaya penyusutan dan biaya-biaya lainnya.

Pada kegiatan pemasaran terdapat tiga pola saluran pemasaran talas yang terbentuk di Kelurahan Situgede. Ketiga pola pemasaran tersebut melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu petani, pedagang pengumpul (tengkulak), pedagang besar (bandar) dan pedagang pengecer. Harga jual talas berbeda-beda pada masing-masing petani tergantung kepada lokasi penjualan dan lembaga pemasaran yang dilibatkan dalam penjualan.

Pada umumnya petani yang menjual harga lebih tinggi disebabkan oleh beberapa faktor seperti tidak ada keterikatan petani dengan pedagang lain sehingga petani bebas menjual produknya di pasar, volume produksi yang sedikit, kualitas talas yang dihasilkan bagus, dan adanya modal pinjaman antara petani dengan pedagang. Sehingga petani dan pedagang dapat saling menguntungkan.

Pola saluran pemasaran I adalah pemasaran talas secara langsung oleh petani ke konsumen akhir. Harga talas yang dijual ke konsumen adalah Rp 1.800

per umbi. Total margin pemasaran yang terbentuk pada pola saluran ini adalah sebesar Rp 696,36 per umbi dengan total biaya sebesar Rp 200 per umbi. Komponen biaya yang dikeluarkan oleh petani meliputi; Petani menjual talas rata-rata 500 umbi setiap kali penjualan, biaya pemasaran yang dikeluarkan diantaranya yaitu; biaya panen 2 HOK yaitu Rp 30.000 (Rp 20,00 per umbi), biaya sortasi atau pembersihan talas sebesar 1 HOK yaitu Rp 30.000 atau Rp 60 per umbi, biaya transportasi Rp 32.000 atau Rp 64 per umbi, biaya sewa tempat Rp 15.000 atau Rp 30 per umbi, dan biaya sampah dan keamanan Rp 15.000 atau Rp 20 per umbi. Biaya pemasaran rata-rata per umbi pada pola I adalah Rp 294.

Pola saluran pemasaran II terdiri dari petani, pedagang pengumpul (tengkulak), pedagang besar (bandar) dan pengecer. Total margin pemasaran yang terbentuk pada pola saluran ini adalah sebesar Rp 1.966,67 per umbi dengan total biaya sebesar Rp 586,65 per umbi. Komponen biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul meliputi; Biaya pemasaran yang dikeluarkan petani untuk 1.000 umbi talas diantaranya yaitu; biaya panen 3 HOK Rp 90.000 atau Rp 90 per umbi, biaya transportasi Rp 100.000 atau Rp 100 per umbi, dan biaya akomodasi dan penyusutan Rp 51,65 per umbi. Pada pedagang besar besarnya biaya yang ditanggung adalah ; biaya pengangkutan Rp 100.000 atau Rp 100 per umbi, biaya sortasi 1 HOK Rp 30.000 atau Rp 60 per umbi, biaya retribusi dan sampah Rp 15.000 atau Rp 15 per umbi, biaya penyusutan dan akomodasi Rp 60 per umbi. Pada pedagang pengecer biaya yang dikeluarkan meliputi; biaya sortasi Rp 60 per umbi, biaya sewa tempat Rp 30 per umbi, biaya sampah dan keamanan Rp 20.

Pola saluran pemasaran III terdiri dari petani dan pedagang pengumpul yang menjual talas ke pengusaha pengolah talas. Total margin pemasaran yang terbentuk pada pola saluran ini adalah sebesar Rp 1.125 per umbi dengan total biaya sebesar Rp 175 per umbi. Komponen biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul (tengkulak) meliputi; biaya transportasi Rp 100.00 per umbi, biaya akomodasi dan penyusutan Rp 60 per umbi, biaya retribusi Rp 15 per imbi.

Jika dibandingkan antara ketiga saluran yang terdapat pada saluran pemasaran tersebut diketahui bahwa margin pemasaran pada setiap pola pemasaran talas di Kelurahan Situgede berbeda. Besar kecilnya margin ini dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya karena banyaknya lembaga-lembaga

pemasaran, besarnya volume penjualan, besarnya biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran, besarnya keuntungan yang diperoleh oleh setiap lembaga pemasaran serta besarnya harga pembelian dan penjualan yang ditetapkan oleh suatu lembaga. Analisis margin pemasaran talas pada saat dilakukan penelitian dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Sebaran Harga Rata-rata dan Margin Pemasaran pada Berbagai Pola Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede

Keterangan		Pola I		Pola II		Pola III	
		Nilai (Rp/Umbi)	Persen (%)*	Nilai (Rp/Umbi)	Persen (%)*	Nilai (Rp/Umbi)	Persen (%)*
A	Petani						
	HPP (Harga Pokok Produksi)	1,104					
	Biaya Pemasaran	174.00					
	Keuntungan	522.36					
	Harga Jual	1800	100	1033	34.44	1875	62.50
	Margin	696.36					
	Rasio Keuntungan/Biaya	3.00					
B	P. Pengumpul						
	Harga Beli			1033	29.52	1875	62.50
	Biaya Pemasaran			241.65	6.90	175	5.00
	Keuntungan			325.02	29.52	950	27.14
	Harga Jual			1600	6.90	3000	85.71
	Margin			566.67	9.29	1125	32.14
	Rasio Keuntungan/Biaya			1.34		5.43	
C	P. Besar						
	Harga Beli			1600	0.04		
	Biaya Pemasaran			235	0.00		
	Keuntungan			365	45.71		
	Harga Jual			2200	6.71		
	Margin			600.00	10.43		
	Rasio Keuntungan/Biaya			1.55			
D	P. Pengecer						
	Harga Beli			2200	0.04		
	Biaya Pemasaran			110.00	0.00		
	Keuntungan			690	62.86		
	Harga Jual			3000	3.14		
	Margin			800	19.71		
	Rasio Keuntungan/Biaya			6.27			
E	Konsumen	1800.00		3000.00		3000	
	Total Biaya Pemasaran	174	4.97	586.65	0.18	175	5.00
	Total Keuntungan	522.36	14.92	1380.02	85.71	950	27.14
	Total Margin Pemasaran	696.36	19.90	1966.67	16.76	1125	32.14
	Rasio Keuntungan Biaya	3.00		2.35		5.43	
	Farmer's Share (%)	100.00		34.44		62.50	

Ket : Harga jual talas merupakan harga jual rata-rata petani responden (Rp/umbi).

7.4 Analisis *Farmer's Share*

Farmer's Share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, dan umumnya dinyatakan dalam bentuk persentase. Semakin banyak lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran maka semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan dan semakin besar perbedaan harga yang harus dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. *Farmer's Share* terbesar terdapat pada pola pemasaran I yaitu 100 %. Hal ini disebabkan karena penjualan dilakukan secara langsung ke konsumen tanpa melalui perantara sehingga harga yang dibayar konsumen menjadi penerimaan secara keseluruhan bagi petani. *Farmer's Share* terendah terdapat pada pola pemasaran II yaitu 34.44 %. Hal ini disebabkan karena harga jual talas ditingkat petani rendah dan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sehingga biaya pemasaran harus ditanggung oleh konsumen. Besarnya *Farmer's Share* pada pemasaran talas di Kelurahan Situgede dapat dilihat pada pola saluran pemasarannya (Tabel 22).

Tabel 22. *Farmer's Share* pada berbagai Pola Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede.

Saluran Pemasaran	Harga di tingkat Petani (Rp)	Harga di tingkat Konsumen (Rp)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	1.800	1.800	100,00
2	1.033	3.000	34,44
3	1.875	3.000	62,50

7.5 Rasio Keuntungan dan Biaya

Tingkat efisiensi suatu saluran pemasaran dapat dilihat dari rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Rasio keuntungan biaya digunakan untuk mengetahui penyebaran keuntungan dan biaya pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat pada masing-masing saluran pemasaran. Berdasarkan Tabel 21 dapat diketahui bahwa penyebaran nilai rasio keuntungan dan biaya pada setiap lembaga pemasaran talas berbeda-beda. Total nilai rasio keuntungan dan biaya pada setiap pola saluran pemasaran yang tertinggi yaitu pada saluran III sebesar 5,43 persen, yang artinya bahwa dari setiap Rp 1,00 per umbi biaya pemasaran yang

dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yang bersangkutan, akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 5,43.

Nilai rasio keuntungan yang terendah yaitu pada saluran II yaitu terdapat pada pedagang pengumpul sebesar 2,35 persen artinya setiap Rp 1,00 per umbi biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang tersebut akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 2,35 per umbi. Rasio keuntungan biaya pada pola saluran I yaitu 3,00 persen. Dari ketiga pola pemasaran diatas yang paling efisien berdasarkan indikator rasio keuntungan dan biaya adalah pola II karena keuntungan yang diperoleh adalah paling besar diantara pola lainnya.

7.6 Efisiensi Pemasaran Talas

Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila sistem pemasaran tersebut dapat memberikan keuntungan secara merata (adil) dan memberikan kepuasan pada pihak-pihak yang terlibat yaitu produsen, lembaga-lembaga pemasaran dan konsumen akhir. Pada Tabel 23 dapat dilihat sebaran margin pemasaran, keuntungan, dan nilai *Farmer's Share* masing-masing pola pemasaran.

Tabel 23. Margin, Keuntungan dan nilai *Farmer's Share* masing-masing Pola Pemasaran Talas.

Keterangan	Pola I	Pola II	Pola III
Total Margin Pemasaran	696.36	1966.67	1125
Rasio Keuntungan Biaya	3.00	2.35	5.43
<i>Farmer's Share</i> (%)	100.00	34.44	62.50

Pola pemasaran yang paling efisien dilihat dari beberapa indikator yaitu, (1) margin pemasaran masing-masing lembaga rendah, (2) apabila masing-masing lembaga memperoleh keuntungan yang adil dalam pemasaran talas dan (3) *Farmer's Share* (bagian harga) yang diperoleh petani dibanding harga yang diterima konsumen akhir tinggi. Bila margin pemasaran digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola I lebih efisien dibanding pola lainnya. Bila rasio keuntungan/biaya (\bar{o}/Ci) digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola III lebih efisien dibanding pola lainnya. Bila *farmer's share* digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola I lebih efisien dibanding pola lainnya.

Pola I memiliki nilai *farmer's share* yang paling tinggi, namun pada faktanya dilapangan menunjukkan bahwa tidak semua petani melakukan pola I, hal ini disebabkan karena beberapa faktor, seperti adanya keterikatan modal antara petani dan tengkulak dengan memberikan lahan garapan kepada petani, akses yang terbatas antara petani dengan daerah pemasaran sehingga beberapa petani menjual hasil panennya secara borongan dan juga adanya informasi harga pasar yang berbeda yang diterima oleh masing-masing petani talas. Petani yang menjual talas secara langsung ke Ragunan pada umumnya bertindak sebagai pengecer sehingga harga jualnya relatif lebih murah.

VIII. KESIMPULAN DAN SARAN

8.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pendapatan usahatani dan pemasaran talas dapat disimpulkan bahwa usahatani talas untuk satu kali masa produksi di Kelurahan Situgede berdasarkan lahan yang disewa, lahan milik sendiri maupun lahan keseluruhan menguntungkan karena penerimaan yang diperoleh dapat menutupi semua biaya yang dikeluarkan. Hasil analisis menunjukkan rata-rata pendapatan atas biaya total usahatani lahan disewa dan lahan milik sendiri masing-masing sebesar Rp 11.524.717,92, dan Rp 11.326.827.54, sedangkan pendapatan usahatani lahan keseluruhan adalah Rp 11.476.748,81. Nilai R/C rasio atas biaya total pada usahatani lahan disewa, lahan milik sendiri dan lahan keseluruhan masing-masing adalah 1,61; 1,56 dan 1,58.

Pola saluran pemasaran talas di Kelurahan Situgede ada tiga yang terdiri dari; pola I (petani langsung ke konsumen akhir), pola II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer), dan pola III (petani-pedagang pengumpul-pengusaha pengolah talas). Pola saluran pemasaran yang paling banyak dilakukan oleh petani responden adalah pola I yaitu pola saluran pemasaran terpendek (14 orang atau 58,33 persen).

Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran talas menjalankan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar proses penyampaian barang atau jasa. Fungsi pertukaran meliputi kegiatan penjualan dan pembelian talas, fungsi fisik meliputi kegiatan pengangkutan, pengemasan dan penyimpanan talas. Sedangkan fungsi fasilitas yaitu meliputi kegiatan sortasi, penanggungan risiko, biaya pemasaran dan informasi pasar.

Margin pemasaran pada pola I, pola II dan pola III masing-masing adalah Rp 696,36; Rp 1.966,67 dan Rp 1.125. Rasio keuntungan biaya yang diperoleh pada pola I, pola II dan pola III masing-masing adalah 3,00; 2,35 dan 5,43. *Farmer's share* yang diterima masing-masing pola I, pola II dan pola III adalah 100 persen, 34,44 persen dan 62,50 persen.

Bila margin pemasaran digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola I lebih efisien dibanding pola lainnya. Bila rasio keuntungan/biaya digunakan

sebagai ukuran efisiensi maka pola III lebih efisien dibanding pola lainnya. Bila *farmer's share* digunakan sebagai ukuran efisiensi maka pola I lebih efisien dibanding pola lainnya.

8.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan maka diperoleh beberapa saran yaitu :

1. Usahatani talas di Kelurahan Situgede masih menguntungkan, namun dibutuhkan informasi pasar bagi petani talas, sehingga petani dapat memiliki posisi tawar yang lebih tinggi.
2. Pemerintah membantu petani dalam hal penyediaan modal dengan bunga yang rendah, serta penyediaan informasi mengenai teknik budidaya talas yang efisien misalnya pada penggunaan input dan sarana produksi sehingga biaya yang dikeluarkan petani rendah dan hasil yang diperoleh tinggi.
3. Pemerintah ataupun pengusaha dapat memberikan atau menciptakan teknologi yang bisa mengolah talas, sehingga nilai tambah talas dapat ditingkatkan dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, Nuki. 2007. *Analisis Usahatani Talas Di Desa Taman Sari, Kecamatan Taman Sari, Kabupaten Bogor* [Skripsi]. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Dahl, D.C. and Hammond, J.W. 1977. *Market and Price Analysis The Agriculture Industries*. Mc. Graw-Hill Inc. New York.
- Danumihardja, S. 1978. *Pemanfaatan dan Pembudidayaan Talas (Colocasia esculenta (L.) J Schott)*. Bull. Kebun Raya 3 (4) : 101-108
- Dinas Pertanian Kota Bogor. 2008. *Laporan Luas Tanaman Palawija*. Dinas Pertanian Kota Bogor. Bogor.
- Firmansyah, E. 1998. *Analisis Usahatani dan Pemasaran Bawang Daun di Desa Sukamaju, Kecamatan Kadudampit, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat* [Skripsi]. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefudin, 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia. (UI-Press). Jakarta.
- Herawati, Lilis. 1997. *Analisis Rugi Laba dan Margin Tataniaga Talas (Colocasia esculenta (L.) J Schott)* [Skripsi]. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hernanto, F. 1991. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Kay, D. E. 1973. *Roots Crop. The Tropical Product Institut Foreign and Common Wealth Office*. London.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta.
- Limbong, W. H. dan P Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Limbong, W. H. dan P Sitorus. 1997. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Lipsey, Richard. et all. 1993. *The Economic*. Tenth Edition. College Publiser.

- Maulina, Destriati. 2001. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah (Kasus : Desa Kemukten, Kecamatan Kersana, Kab. Dati II Brebes, Jawa Tengah)*. [Skripsi]. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Mauw, Hendri Wijaya. 2000. *Studi Pengembangan Agroindustri Talas (Colocasia esculenta (L.) J Schott) di Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor*. [Skripsi]. Fakultas Teknologi Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Mubyarto, 1994. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Purwono dan Heni Purnamawati. 2007. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahmawati. 2007. *Analisis Usahatani Sayuran Organik pada Perusahaan Benny's Organic Garden Bogor, Jawa Barat*. [Skripsi]. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Ridwan, 2008. *Analisis Usahatani Padi Ramah Lingkungan dan Padi Organik (Kasus : Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor)*. [Skripsi]. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rukmana, D. 1998. *Budidaya Talas*. Penerbit Kanisius. Jakarta.
- Ryanto, 2005. *Analisis Pendapatan Cabang Usahatani dan Pemasaran Padi*. . [Skripsi]. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Slamet D. S dan Ig Tar Wotjo, 1980. *Majalah Gzi*, Jilid 4, hal 26. Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesehatan, Departemen Kesehatan RI.
- Soeharjo, A dan Dahlan Patong. 1973. *Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usahatani*. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Soekartawi, dkk. 1986. *Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Tjakrawiralaksana, 1983. *Usahatani*. Jurusan Sosial-Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Widiyanti, Sri. 2008. *Analisis Efisiensi Pemasaran Talas (Kasus di Desa Taman Sari, Kecamatan Taman Sari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*. [Skripsi]. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Studi Terdahulu yang Berkaitan dengan Penelitian

Peneliti	Judul	Alat Analisis
Apriani, Nuki (2007)	Analisis Usahatani Talas Di Desa Taman Sari, Kecamatan Taman Sari, Kabupaten Bogor	NPV, Net B/C rasio, IRR, Analisis Sensitivitas. OLS, Elastisitas.
Widiyanti (2008)	Analisis Efisiensi Pemasaran Talas (Kasus di Desa Taman Sari, Kecamatan Taman Sari, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)	Margin tataniaga, <i>farmer's share</i> , R/C rasio.
Ridwan (2008)	Analisis Usahatani Padi Ramah Lingkungan dan Padi Organik di Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor	Analisis Pendapatan, R/C Rasio, B/C Rasio, Analisis Sensitivitas
Maulina (2001)	Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah di Desa Kemukten, Kecamatan Kersana, Kabupaten Dati II Brebes, Jawa Barat, Jawa Tengah	R/C rasio, Margin Pemasaran, <i>farmer's share</i>
Mauw (2000)	Studi Pengembangan Agroindustri Talas (<i>Colocasia esculenta</i> (L.) J Schott) di Kabupaten Daerah Tingkat II Bogor	NPV, Net B/C rasio, IRR, PB Periode
Herawati (1997)	Analisis Rugi Laba dan Margin Tataniaga Talas di Desa Sukaraja, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor	R/C rasio, margin tataniaga, <i>farmer's share</i>

Lampiran 2. Karakteristik Petani Responden di Kelurahan Situgede

No	Nama	Umur (thn)	Luas lahan talas (ha)	Status Lahan	Pendidikan	Pengalaman
1	Ocin	25	0.2	Pemilik Penggarap	SD	5
2	Iton	50	0.2	Pemilik penggarap	SD	30
3	Agus	44	0.2	Pemilik penggarap	SD	24
4	Ade	45	0.15	Pemilik penggarap	SD	25
5	Anang	50	0.3	Pemilik penggarap	SD	30
6	Saleh	65	0.2	Pemilik penggarap	SD	45
7	Hendrik	25	0.15	Pemilik penggarap	SMP	5
8	Suhadi	45	0.15	Pemilik penggarap	SD	25
9	Mamat	45	0.1	Pemilik penggarap	SD	25
10	Mis Jahata	45	0.1	Pemilik penggarap	SD	25
11	Otang	30	0.05	Pemilik penggarap	SD	10
12	Pepen	50	0.04	Pemilik penggarap	SD	30
13	Didi	35	0.03	Pemilik penggarap	SMP	15
14	Totong	45	0.25	Pemilik penggarap	SMP	20
15	Mis Tahu	35	0.1	Pemilik penggarap	SD	15
16	Atang	34	0.2	Pemilik Penggarap	SD	10
17	Suhari	50	0.2	Pemilik Penggarap	SD	30
18	Ali	50	0.3	Sewa	SD	30
19	Jahata	50	0.3	Sewa	SD	30
20	Eno	29	0.2	Sewa	SD	9
21	Amran	29	0.15	Sewa	SD	9
22	Acing	30	0.6	Sewa	SD	10
23	Oji	29	0.03	Sewa	SMP	9
24	Ius	29	0.02	Sewa	SMP	9

Lampiran 3. Analisis Pendapatan Usahatani Talas (Lahan Sewa) Satu Musim
Tanam Per Hektar Tahun 2008

No	Keterangan	Jumlah	Satuan	Harga	Nilai
A	Penerimaan				
	Penjualan Talas	18,000	umbi	1,586	28,542,857.14
	Anakan talas yang digunakan sebagai bibit	20000	umbi	100	2,000,000.00
	Total Penerimaan				30,542,857.14
B	Biaya Tunai				
	Pupuk				
	Urea	493.83	Kg	1,500.00	740,740.74
	ZA	20.00	Kg	1,500.00	30,000.00
	TSP	80.00	Kg	2,000.00	160,000.00
	Furadan	10.00	Kg	20,000.00	200,000.00
	Pupuk Kandang	200.00	Karung	5,000.00	1,000,000.00
	Tenaga Kerja Luar Keluarga				
	- Persiapan lahan dan penanaman	99.38	HOK	30,000.00	2,981,250.00
	- Pemeliharaan	99.38	HOK	30,000.00	2,981,250.00
	-Pemupukan	18.75	HOK	30,000.00	562,500.00
	-Pemanenan	28.35	HOK	30,000.00	850,500.00
	Biaya Pemasaran	18,000	umbi	144.64	2,603,475.00
	Sewa Lahan	1	tahun	1,937,500.00	1,937,500.00
	Total Biaya Tunai				14,047,215.74
C	Biaya Diperhitungkan				
	Bibit (Umbi Talas)	20,000	Umbi	100.00	2,000,000.00
	Penyusutan alat	1.00	tahun	233,175.36	233,175.36
	Tenaga Kerja Dalam Keluarga				
	- Persiapan lahan dan penanaman	19.38	HOK	30,001.00	581,269.38
	- Pemeliharaan	20.63	HOK	30,002.00	618,791.25
	-Pemupukan	17.50	HOK	30,003.00	525,052.50
	-Pemanenan	33.75	HOK	30,004.00	1,012,635.00
	Total Biaya yang diperhitungkan				4,970,923.49
D	Jumlah Total Biaya				19,018,139.23
	Pendapatan atas biaya tunai (A-B)				16,495,641.40
	Pendapatan atas biaya total (A-D)				11,524,717.92
	R/C rasio atas biaya tunai (A/B)				2.17
	R/C rasio atas biaya total (A/D)				1.61

Lampiran 4. Analisis Pendapatan Usahatani Talas (Lahan Milik Sendiri) Satu Musim Tanam Per Hektar Tahun 2008

No	Keterangan	Jumlah	Satuan	Harga	Nilai
A	Penerimaan				
	Penjualan Talas	18,000	umbi	1,635	29,435,294.12
	Anakan talas yang digunakan sebagai bibit	20000	umbi	100	2,000,000.00
	Total Penerimaan				31,435,294.12
B	Biaya Tunai				
	Pupuk				
	Urea	500.00	Kg	1,500.00	750,000.00
	ZA	20.00	Kg	1,500.00	30,000.00
	TSP	80.00	Kg	2,000.00	160,000.00
	Furadan	10.19	Kg	20,000.00	203,816.79
	Pupuk Kandang	200.00	Karung	5,000.00	1,000,000.00
	Tenaga Kerja Luar Keluarga				
	- Persiapan lahan dan penanaman	100.76	HOK	30,001.00	3,023,001.53
	- Pemeliharaan	98.09	HOK	30,002.00	2,942,944.27
	-Pemupukan	28.63	HOK	30,003.00	858,864.50
	-Pemanenan	28.03	HOK	30,000.00	840,916.03
	Biaya Pemasaran	18,000.00	umbi	136.48	2,456,587.79
	Pajak	1	tahun	1,000,000.00	1,000,000.00
	Total Biaya Tunai				13,266,130.92
C	Biaya Diperhitungkan				
	Bibit (Umbi Talas)	20,000	Umbi	100.00	2,000,000.00
	Penyusutan alat	1.00	tahun	233,175.36	233,175.36
	Tenaga Kerja Dalam Keluarga				
	- Persiapan lahan dan penanaman	30.53	HOK	30,000.00	916,030.53
	- Pemeliharaan	31.30	HOK	30,000.00	938,931.30
	-Pemupukan	25.95	HOK	30,000.00	778,625.95
	-Pemanenan	30.23	HOK	30,000.00	906,870.23
	Sewa Lahan (lahan Milik Sendiri)				1068702.29
	Total Biaya yang diperhitungkan				6,842,335.67
D	Jumlah Total Biaya				20,108,466.58
	Pendapatan atas biaya tunai (A-B)				18,169,163.20
	Pendapatan atas biaya total (A-D)				11,326,827.54
	R/C rasio atas biaya tunai (A/B)				2.37
	R/C rasio atas biaya total (A/D)				1.56

Lampiran 5. Analisis Pendapatan Usahatani Talas (Total Lahan) Satu Musim
Tanam Per Hektar Tahun 2008

No	Keterangan	Jumlah	Satuan	Harga	Nilai
A	Penerimaan				
	Penjualan Talas	18,000	umbi	1,621	29,175,000.00
	Anakan talas yang digunakan sebagai bibit	20000	umbi	100	2,000,000.00
	Total Penerimaan				31,175,000.00
B	Biaya Tunai				
	Pupuk				
	Urea	500.00	Kg	1,500.00	750,000.00
	ZA	20.00	Kg	1,500.00	30,000.00
	TSP	80.00	Kg	2,000.00	160,000.00
	Furadan	10.12	Kg	20,000.00	202,369.67
	Pupuk Kandang	200.00	Karung	5,000.00	1,000,000.00
	Tenaga Kerja Luar Keluarga				
	- Persiapan lahan dan penanaman	100	HOK	30,000.00	3,007,109.00
	- Pemeliharaan	99	HOK	30,000.00	2,957,345.97
	-Pemupukan	25	HOK	30,000.00	746,445.50
	-Pemanenan	28	HOK	30,000.00	844,549.76
	Biaya Pemasaran	18,000.00	umbi	139.57	2,512,279.62
	Sewa Lahan (lahan disewa)				734,597.16
	Pajak	1	tahun	620,853.08	620,853.08
	Total Biaya Tunai				13,565,549.76
C	Biaya Diperhitungkan				
	Bibit (Umbi Talas)	20,000		100.00	2,000,000.00
	Penyusutan alat				233,175.36
	Tenaga Kerja Dalam Keluarga				
	- Persiapan lahan dan penanaman	26	HOK	30,000.00	789,099.53
	- Pemeliharaan	27	HOK	30,000.00	817,535.55
	-Pemupukan	23	HOK	30,000.00	682,464.45
	-Pemanenan	32	HOK	30,000.00	946,919.43
	Sewa Lahan (lahan Milik Sendiri)				663,507.11
	Total Biaya yang diperhitungkan				6,132,701.43
D	Jumlah Total Biaya				19,698,251.19
	Pendapatan atas biaya tunai (A-B)				17,609,450.24
	Pendapatan atas biaya total (A-D)				11,476,748.81
	R/C rasio atas biaya tunai (A/B)				2.30
	R/C rasio atas biaya total (A/D)				1.58

Lampiran 6. Biaya Pemasaran berdasarkan Pola Saluran Pemasaran Talas di Kelurahan Situgede

Pola I	
Biaya Pemasaran Petani ke Ragunan	Nilai per umbi
Panen = 2 HOK dengan harga Rp 30000/HOK = 60000	120
Sortasi, pembersihan dan pengemasan = 1 HOK dengan harga Rp 30000/HOK = 30000	60
Transportasi = 32000 (500 umbi)	64
Sewa tempat = 15000	30
Sampah/keamanan = 10000	20
Total	294
Pola II	
Biaya Pemasaran Tengkulak	Nilai per umbi
Biaya Panen Tenaga kerja = 3 HOK untuk 1000 umbi = $3 \times 30000 = 90000$	90
Biaya Transportasi satu kali mengangkut 100000	100
Biaya Akomodasi dan Penyusutan = 0.05×1033	51.65
Total Biaya	241.65
Biaya Pemasaran P. Besar	Nilai per umbi
Biaya Pengangkutan = Rp 100.000 (1000 umbi)	100
Sortasi = 1 HOK x 30000	60
Biaya Retribusi/sampah = Rp 15000	15
Biaya Akomodasi dan Penyusutan = 0.05×1200	60
Total Biaya	235
Biaya Pedagang Pengecer	Nilai per umbi
Sortasi = 1 HOK x 30000 = 30000	60
Sewa tempat = 15000	30
Sampah/keamanan = 10000	20
Total Biaya	110
Pola III	
Petani	Nilai per umbi
Biaya panen = 2 HOK x 30000 = 90000 (500) umbi)	120
Biaya sortasi, pembersihan dan pengemasan = 1.5 HOK * 30000 = 45000	45
Transportasi = 100000	100
Total Biaya	265
Biaya Pemasaran Tengkulak	Nilai per umbi
Biaya Transportasi satu kali mengangkut 100000	100
Biaya Akomodasi dan Penyusutan = 0.05×1200	60
Biaya Retribusi = Rp 15000	15
Total Biaya	175

Kerja masing-masing Petani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008

naga kerja Luar Keluarga (HOK)				Tenaga kerja Dalam Keluarga(HOK)				
Pemeliharaan	Pemupukan	Pemanenan	Total	Persiapan Lahan dan Penanaman	Pemeliharaan	Pemupukan	Pemanenan	Total
20.00	5.00	14.40	59.40	5.00	5.00	4.00		14.00
20.00	5.00	14.40	59.40	5.00	5.00	4.00		14.00
20.00	5.00	14.40	59.40	5.00	5.00	4.00		14.00
15.00	5.00		35.00	5.00	5.00	4.00	10.80	24.80
25.00	6.00		61.00	5.00	5.00	4.00	21.60	35.60
20.00	5.00		45.00	5.00	5.00	4.00	14.40	28.40
15.00	5.00	0	35.00	5.00	5.00	4.00		14.00
15.00	5.00	10.80	45.80	5.00	5.00	4.00		14.00
12.00	4.00	7.20	35.20	5.00	5.00	4.00		14.00
12.00	4.00	7.20	35.20	5.00	5.00	4.00		14.00
5.00	3.00	0	13.00	4.00	4.00	4.00		12.00
3.00	2.00	2.88	10.88	3.00	4.00	4.00		11.00
3.00	2.00	2.16	9.16	3.00	4.00	4.00		11.00
22.00	5.00		50.00	5.00	5.00	4.00	18.00	32.00
10.00	4.00		26.00	5.00	5.00	4.00	0	14.00
20.00	5.00		45.00	5.00	5.00	4.00	0	14.00
20.00	5.00		45.00	5.00	5.00	4.00	14.40	28.40
30.00	6.00		66.00	5.00	5.00	4.00	21.60	35.60
30.00	6.00		66.00	5.00	5.00	4.00	21.60	35.60
20.00	4.00		44.00	5.00	5.00	4.00	0	14.00
15.00	4.00		34.00	5.00	5.00	4.00	10.80	24.80
61.00	8.00	43.20	172.20	5.00	5.00	4.00		14.00
3.00	2.00	2.16	9.16	3.00	4.00	4.00		11.00
0	0		2.00	3.00	4	4	0	11.00
416.00	105.00	118.80	1,062.80	111.00	115.00	96.00	133.20	455.20
99	25	28	252	26	27	23	32	108

masing-masing Petani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008

	ZA	Nilai	TSP	Nilai	Furadan	Nilai	Pupuk Kandang	Nilai	TKLK	Nilai	Pajak	Biaya Panen	Biaya Pemasaran	Sewa lahan	Total
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	59	1782000	200000	432000	626400		3468400
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	59	1782000	200000	432000	626400		3468400
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	59	1782000	200000	432000	522000		3364000
	3	4500	12	24000	2	30000	30	150000	35	1050000	150000	324000	391500		2236500
	6	9000	24	48000	3	60000	60	300000	61	1830000	300000	648000	939600		4359600
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	45	1350000	200000	432000	626400		3036400
	3	4500	12	24000	2	30000	30	150000	35	1050000	150000				1521000
	3	4500	12	24000	2	30000	30	150000	46	1374000	150000	324000	469800		2638800
	2	3000	8	16000	1	20000	20	100000	35	1056000	100000	216000	313200		1899200
	2	3000	8	16000	1	20000	20	100000	35	1056000	100000	216000	313200		1899200
	1	1500	4	8000	1	20000	10	50000	13	390000	50000				557000
	1	1200	3	6400	0	8000	8	40000	11	326400	40000	86400	104400		642800
	1	900	2	4800	0	6000	6	30000	9	274800	30000	64800	93960		527760
	5	7500	20	40000	3	50000	50	250000	50	1500000	250000	540000	783000		3608000
	2	3000	8	16000	1	20000	20	100000	26	780000	100000				1094000
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	45	1350000	200000				1978000
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	45	1350000	200000	432000	626400		3036400
	6	9000	24	48000	3	60000	60	300000	66	1980000		648000	939600	600000	4809600
	6	9000	24	48000	3	60000	60	300000	66	1980000		648000	783000	600000	4653000
	4	6000	16	32000	2	40000	40	200000	44	1320000				200000	1948000
	3	4500	12	24000	2	30000	30	150000	34	1020000		324000	469800	300000	2434800
	12	18000	48	96000	6	120000	120	600000	172	5166000		1296000	1879200	1200000	10825200
	1	900	2	4800	0	6000	6	30000	9	274800		64800	93960	100000	597760
	0	600	2	3200	0	4000	4	20000	2	60000				100000	202800
	84		338		43		844		1063	31884000	2620000	7560000	10601820	3100000	55765820
	20	30000	80	160000	10	202370	200	1000000	252	7555450	620853	1791469	2512280	734597	15357019

Angkan Masing-masing Petani Talas di Kelurahan Situgede Tahun 2008

Lahan (ha)	Bibit	Nilai	Penyusutan Alat	TKDK (HOK)	Nilai	Sewa lahan	Total
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	14,00	420.000,00	200.000,00	1.070.649,07
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	10,00	300.000,00	200.000,00	950.645,07
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	14,00	420.000,00	200.000,00	1.070.649,07
0,15	3.000,00	300.000,00	34.976,30	14,00	420.000,00	150.000,00	907.990,30
0,3	6.000,00	600.000,00	69.952,61	14,00	420.000,00	300.000,00	1.395.966,61
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	14,00	420.000,00	200.000,00	1.070.649,07
0,15	3.000,00	300.000,00	34.976,30	14,00	420.000,00	150.000,00	907.990,30
0,15	3.000,00	300.000,00	34.976,30	14,00	420.000,00	150.000,00	907.990,30
0,1	2.000,00	200.000,00	23.317,54	14,00	420.000,00	150.000,00	795.331,54
0,1	2.000,00	200.000,00	23.317,54	14,00	420.000,00	150.000,00	795.331,54
0,05	1.000,00	100.000,00	11.658,77	12,00	360.000,00	100.000,00	572.670,77
0,04	800,00	80.000,00	9.327,01	11,00	330.000,00	50.000,00	470.138,01
0,03	600,00	60.000,00	6.995,26	11,00	330.000,00	50.000,00	447.606,26
0,25	5.000,00	500.000,00	58.293,84	14,00	420.000,00	200.000,00	1.183.307,84
0,1	2.000,00	200.000,00	23.317,54	14,00	420.000,00	150.000,00	795.331,54
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	14,00	420.000,00	200.000,00	1.070.649,07
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	14,00	420.000,00	200.000,00	1.070.649,07
0,3	6.000,00	600.000,00	69.952,61	14,00	420.000,00		1.095.966,61
0,3	6.000,00	600.000,00	69.952,61	14,00	420.000,00		1.095.966,61
0,2	4.000,00	400.000,00	46.635,07	14,00	420.000,00		870.649,07
0,15	3.000,00	300.000,00	34.976,30	14,00	420.000,00		757.990,30
0,6	12.000,00	1.200.000,00	139.905,22	14,00	420.000,00		1.771.919,22
0,03	600,00	60.000,00	6.995,26	11,00	330.000,00		397.606,26
0,02	400,00	40.000,00	4.663,51	11,00	330.000,00		375.074,51
4,22	84.400,00	8.440.000,00	984.000,02	318,00	9.540.000,00	2.800.000,00	21.848.718,02
	20.000,00	2.000.000,00	233.175,36	75,36	2.260.663,51	663.507,11	5.177.421,33

Lampiran 10. Kuisisioner Usahatani Talas



Kuesioner ini digunakan sebagai bahan penyusun skripsi **Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas (Kasus : Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor)** oleh Hotnauli BR Silalahi (**H34066061**), Mahasiswa Program Sarjana Agribisnis Penyelenggaraan Khusus, Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

*) *coret yang tidak perlu*

A. Identitas dan Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan*
3. Umur : tahun
4. Lama bertani : tahun
5. Alamat :
6. Pendidikan terakhir : SD/SLTP/SMA/Perguruan Tinggi*
7. Apakah bertani talas merupakan mata pencaharian utama : ya / tidak*
8. Jika tidak, apa mata pencaharian utama :
9. Mata pencaharian lainnya :
10. Luas lahan yang diusahakan untuk bertani talas :ha dari luas total lahan usahatani yang dimiliki :ha
11. Status kepemilikan lahan?(Penggarap/Pemilik dan penggarap)*Sewa lahan?Rp...../ha
12. Musim tanam :
13. Sumber modal usahatani : sendiri/pinjam ke petani lain/lainnya* Jumlah pinjaman?Rp.....
14. Kemana hasil panen dijual?(pedagang pengumpul/pengecer/lainnya.....)*
15. Permasalahan yang sering dihadapi dalam usahatani talas (budidaya, teknologi, modal, hama, lainnya.....)

Uraian singkat :

16. Pendapatan rata-rata diluar usahatani : Rp...../bulan
17. Pengeluaran rata-rata diluar usahatani : Rp...../bulan
18. Jumlah tanggungan keluarga (termasuk responden) :

B. Gambaran Umum Usahatani

a) Pemilihan Varietas dan bibit talas

1. Jenis Varietas yang ditanam : (Talas mentega/T.bentul/T.Ketan/T.Sutra)*
Alasan :
2. Varietas talas yang akan ditanam pada musim panen berikutnya?
:..... (Talas mentega/T.bentul/T.Ketan/T.Sutra___)*
Alasan :
3. Jumlah bibit : umbi/..... ha/musim tanam
4. Ukuran bibit :cm

b) Pengolahan tanah

1. Sarana pengolahan tanah diperoleh dari :
3. Lama penyiapan lahan :hari
Prosesnya :.....
.....
4. Lama penyiapan bedengan :hari
Prosesnya :.....
.....
4. Lama pengapuran :hari
Prosesnya :.....
.....

c) Penanaman

1. Jumlah bibit :bibit
2. Jarak tanam :cm
3. Kedalaman tanam : cm
4. Proses penanaman :

d) Perawatan Tanaman

1. Pengolahan tanah ringan :.....
2. Penyiangan :.....
3. Alat yang digunakan :.....

e) Pemupukan

1. Pupuk diperoleh dari :
2. Pemupukan :hari
3. Proses Pemupukan :

f)Pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman

1. Secara teknik budidaya :
2. Secara biologis (predator alami) :
3. Secara fisik (perangkap) :
4. Secara kimia (pestisida kimia) :
5. Bahan yang digunakan :
6. Proses pengendalian hama dan penyakit :

g) Panen

1. Ciri dan Umur panen :hari
2. Alat yang digunakan :
3. Proses panen :

h) Pasca panen

1. Pengumpulan :hari
2. Penyortiran / Penggolongan :.....
.....
3. Pengemasan :
4. Pengangkutan :

C. Penggunaan faktor-faktor produksi/input usahatani talas

No	Pengeluaran	Jumlah	Hari-HOK/Jam	Harga Satuan (Rp)	Nilai (Rp)		
					Biaya Tunai	Biaya Diperhitungkan	Total Biaya
I	Benih						
II	Pupuk						
	a. Pupuk padat						
	- Urea						
	- TSP						
	- KCl						
	-						
	-						
	b. Pupuk cair						
	-						
	c. Pupuk kandang						
	d. Pestisida padat						
	-						
	-						
	e. Pestisida cair						
	-						
	-						
III	Tenaga kerja						
	a. Pengolahan tanah						
	b. Pembentukan bedengan						
	c. Menanam umbi						
	d. Pemupukan						
	e. Panen						
	- Memanen						
	- Mengangkut						
	f. Pasca Panen						
	- Pengemasan						
	- Mengangkut						
	Jumlah						

D. Peralatan yang digunakan dalam usahatani talas

No.	Jenis alat	Jumlah (buah)	Harga beli (Rp)	Nilai Pembelian (Rp)	Masa pakai (thn)	Estimasi umur ekonomis (thn)	Biaya Penyusutan (Rp)
1.	Cangkul						
2.	Kored						
3.	Parang/Bedog						
4.	Handsprayer						
5.	Garokan						
6.	Capalakan						
7.	Karung						
8.	Terpal						
9.	Garukan/perata tanah						
10.							
11.							
12.							
13.							
14.							
15.							

E. Pengeluaran usahatani lainnya

No.	Jenis pengeluaran	Jumlah (Rp)
1	Pajak	
2	Sewa lahan per (musim/tahun)	
3		
4		
5		
Total		

F. Penerimaan hasil produksi

No.	Produksi	Total produksi (Umbi)	Harga (Rp/umbi)
1	Talas		
2			
3			
4			
5			
Nilai Total Produksi (NTP)			

Lampiran 11. Kuisioner Pemasaran Talas



Kuesioner ini digunakan sebagai bahan penyusun skripsi **Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Talas (Kasus : Kelurahan Situgede, Kecamatan Bogor Barat, Kota Bogor)** oleh **Hotnauli BR Silalahi (H34066061)**, Mahasiswa Program Sarjana Agribisnis Penyelenggaraan Khusus, Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

*) *coret yang tidak perlu*

A. Identitas dan Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan*
3. Umur :tahun
4. Alamat :
5. Pendidikan terakhir : SD/SLTP/SMU/Perguruan Tinggi/lainnya*
6. Jumlah tanggungan keluarga :
7. Berdagang Talas sebagai : Pedagang pengumpul/pedagang besar/ pengecer/lainnya*
8. Lamanya jadi pedagang :bulan/tahun
9. Volume penjualan :(kg/kwintal/ton)

B. Pembelian Talas

No	Pihak penjual/ Daerah asal	Asal penjual*		Jumlah (kg)	Persentase (%)	Harga beli (Rp/kg)
		DD	LD			
1						
2						
3						
4						
5						

*) beri tanda *check list* ()

C. Pemasaran Talas

Penjualan	Daerah penjualan*		Persentase (%)	Harga jual (Rp/kg)	Sistem pembayaran
	DD	LD			
a. Pedagang besar					
b. Pengecer					
c. Konsumen akhir					
d.....					
e.....					

Catatan : DD = dalam daerah; LD = luar daerah

*) beri tanda *check list* ()

D. Fungsi Pemasaran Talas

No.	Kegiatan yang dilakukan	Jumlah tenaga kerja(orang)	Upah atau biaya (Rp/.....)
1	Pengolahan		
2	Pengemasan		
3	Pengangkutan		
4			
	Total		

E. Tanya jawab pilihan

1. Kegiatan perdagangan yang dilakukan :
 - a. Sepanjang tahun
 - b. Musiman, bulan.....s/d bulan.....
2. Sifat usaha yang dijalani :
 - a. Usaha pokok
 - b. Usaha sampingan, pokoknya.....
3. Bagaimana responden mendapatkan talas yang dibeli :
 - a. Datang sendiri ke petani
 - b. Pesan dari pedagang perantara, dari.....
4. Apakah responden memperhitungkan jumlah yang dibeli untuk menyediakan stok :
 - a. Tidak
 - b. Ya
5. Siapa yang menentukan harga talas yang dibeli :
 - a. Responden
 - b. Pemasok
 - c. Tawar-menawar
 - d. Mengikuti harga pasar
6. Harga yang menjadi pedoman penentuan harga beli talas :
 - a. Petani lain
 - b. Pembeli
 - c. Lainnya, yaitu.....
7. Apakah responden mengikuti perubahan harga talas:
 - a. ya, dari siapa ?.....
 - b. tidak
8. Bagaimana perubahan harga tersebut :
 - a. Berubah dengan persentase yang sama
 - b. Berubah dengan persentase yang lebih besar
 - c. Berubah dengan persentase yang lebih kecil
9. Apa yang paling sering menyebabkan perubahan harga :
 - a. Permintaan pembeli
 - b. Kondisi pasokan talas
 - c. lainnya
10. Apakah ada grade/tingkatan kualitas dan apakah ada perbedaan harganya?
 - a. Ada, yaitu.....