



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DONAT DI KOTA MAKASSAR

(Studi Kasus pada Konsumen *Big Donat* dan *Happy Donat*)

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES ON DONUT PURCHASE DECISIONS IN MAKASSAR CITY

(Case Study on Big Donut and Happy Donut Consumers)

Andi Asjad Firjatullah^{1*}, Sitti Rahbiah¹, Andi Maslia Tenrisau Adam¹, Rasmeidah Rasyid¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang, Universitas Muslim Indonesia

*Penulis Korespondensi, email: 08320200022@student.umi.ac.id

Diserahkan : 30/04/2025

Direvisi : 09/05/25

Diserahkan : 22/05/2025

Abstrak. Big Donat dan Happy Donat merupakan dua usaha kuliner lokal di Kota Makassar yang menyajikan produk donat dengan berbagai variasi atribut. Konsumen sebelum melakukan pembelian cenderung mempertimbangkan beberapa atribut produk seperti rasa, harga, *topping*, dan hal lainnya berdasarkan preferensi pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atribut preferensi konsumen pada *Big Donat* dan *Happy Donat*, menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian, serta mengidentifikasi atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli donat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sebanyak 200 responden dipilih sebagai sampel, serta didukung oleh tiga informan kunci dari pihak usaha. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan atribut pilihan, dan analisis konjoin untuk mengukur nilai kegunaan (*utility*) dan kepentingan relatif dari masing-masing atribut produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen *Big Donat* paling menyukai *topping* cokelat, rasa manis sekali, dan harga Rp 25.000, sedangkan konsumen *Happy Donat* cenderung memilih *topping* oreo, daya tahan lebih dari dua hari, dan harga Rp 30.000. Atribut yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian adalah *topping*. Implikasi kebijakan dari penelitian ini menunjukkan pentingnya fokus inovasi pada *topping* donat, penyesuaian harga yang kompetitif, serta peningkatan kualitas daya tahan dan cita rasa, guna meningkatkan daya saing dan loyalitas konsumen di pasar lokal.

Kata Kunci : Donat; Keputusan Pembelian; Preferensi Konsumen

Abstract. *Big Donat and Happy Donat are two local culinary businesses in Makassar City that serve donut products with various attributes. Consumers before making a purchase tend to consider product attributes such as taste, price, toppings, and others based on personal preferences. This study aims to describe the attributes of consumer preferences at Big Donat and Happy Donat, analyze consumer preferences for purchasing decisions, and identify the attributes that consumers consider most in buying donuts. This research uses a quantitative approach with a survey method. A total of 200 respondents were selected as samples, supported by three key informants from the business. The data analysis technique used is descriptive analysis to describe the tendency of attribute choice, and conjoin analysis to measure the utility value and relative importance of each product attribute. The results showed that Big Donat consumers most preferred chocolate topping, very sweet taste, and price of IDR 25,000, while Happy Donat consumers tended to choose oreo topping, durability of more than two days, and price of IDR 30,000. The most considered attribute in purchasing decisions is topping. The policy implications of this study indicate the importance of focusing innovation on donut toppings, adjusting competitive prices, and improving the quality of durability and taste, in order to increase competitiveness and consumer loyalty in the local market.*

Keywords: Donuts; Purchasing Decisions; Consumer Preferences

PENDAHULUAN

Tepung terigu merupakan produk turunan dari biji gandum yang banyak digunakan sebagai bahan dasar dalam berbagai produk pangan seperti mie, roti, bolu, dan donat. Tingginya angka konsumsi tepung terigu di Indonesia menimbulkan kekhawatiran akan ketergantungan terhadap bahan pangan impor, mengingat Indonesia masih mengandalkan impor gandum sebagai bahan baku utama. Oleh karena itu, upaya pengembangan produk pangan berbasis tepung terigu menjadi salah satu strategi penting untuk menstabilkan permintaan dan mendorong diversifikasi produk. Pengembangan ini semakin relevan dengan adanya berbagai



Copyright (c) 2025 Andi Asjad Firjatullah, Sitti Rahbiah, Andi Maslia Tenrisau Adam, Rasmeidah Rasyid. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

faktor pemicu seperti pertumbuhan jumlah penduduk, perubahan gaya hidup masyarakat, peningkatan daya beli, serta pengaruh sosial dan lingkungan yang turut membentuk pola konsumsi masyarakat (Widowati, 2023). Salah satu produk pangan yang sangat digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia adalah donat. Donat merupakan makanan ringan berbahan dasar tepung terigu, gula, telur, dan mentega, yang berkembang pesat dengan berbagai inovasi dari segi rasa, topping, bentuk, dan kemasan (Putra & Sudiarta, 2023). Donat menjadi salah satu produk yang sangat kompetitif dengan banyaknya pelaku usaha kuliner yang menawarkan variasi produk di pasar lokal Kota Makassar. Dua usaha lokal yang cukup dikenal adalah *Big Donat* dan *Happy Donat*, yang keduanya menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam hal produksi dan pemasaran. Keberadaan berbagai pilihan produk ini mendorong konsumen untuk semakin selektif dalam memilih, sehingga preferensi konsumen menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan suatu merek.

Preferensi konsumen merupakan refleksi dari pilihan individu terhadap suatu produk berdasarkan penilaian subjektif terhadap atribut-atribut tertentu, seperti rasa, harga, *topping*, bentuk, tekstur, aroma, dan daya tahan produk (Purnomo & Krisprimandoyo, 2024). Preferensi ini mencerminkan bagaimana konsumen menyusun prioritas terhadap atribut produk yang dianggap paling penting untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Semakin besar nilai kegunaan atau utilitas yang dirasakan konsumen terhadap suatu atribut, maka semakin besar pula kemungkinan atribut tersebut mempengaruhi keputusan pembelian (Jakaria et al., 2024). Harapan konsumen yang beragam menjadikan pentingnya identifikasi preferensi agar produsen dapat bersaing dan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah maraknya produk sejenis.

Selain preferensi, atribut produk itu sendiri berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan konsumen. Atribut produk meliputi karakteristik nyata maupun tidak nyata (*tangible* dan *intangible*) yang memberikan manfaat fungsional dan emosional bagi konsumen (Septian & Leksono, 2023). Atribut-atribut seperti harga (Antika & Putri, 2025), rasa (Lubis et al., 2025), *topping* (Romdhoningsih et al., 2023), tekstur (Marlin et al., 2024), bentuk (Darmayani & Pramatinah, 2024), aroma (Putra & Sudiarta, 2023), serta daya tahan produk (Manalu et al., 2024) merupakan faktor-faktor yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai produk dan kecenderungan untuk membeli produk donat. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana atribut-atribut tersebut dinilai dan diprioritaskan oleh konsumen dalam proses pembelian.

Penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap produk pangan telah banyak dilakukan pada komoditas seperti roti sorgum, madu saset, keripik, dan produk perikanan, namun kajian khusus terhadap preferensi konsumen donat, terutama di Kota Makassar dengan objek dua merek lokal yang bersaing, masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah yang spesifik dan aplikatif dalam memahami perilaku konsumen terhadap produk donat lokal melalui pendekatan analisis konjoin yang jarang digunakan dalam konteks ini.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dirancang untuk mengkaji beberapa hal penting terkait preferensi konsumen terhadap produk donat lokal di Kota Makassar, khususnya pada merek *Big Donat* dan *Happy Donat*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik produk donat yang ditawarkan oleh *Big Donat* dan *Happy Donat*, mengidentifikasi atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih donat, menganalisis kecenderungan preferensi konsumen terhadap produk yang tersedia, dan menentukan atribut produk yang paling berpengaruh dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi strategis bagi pelaku usaha donat dalam merancang produk dan strategi pemasaran yang selaras dengan kebutuhan dan keinginan konsumen lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada aspek pengukuran objektif terhadap fenomena yang diteliti melalui data numerik dan teknik statistik. Pendekatan kuantitatif dipilih dalam konteks penelitian ini karena mampu menjelaskan hubungan antara preferensi konsumen dan atribut-atribut produk secara terukur, terutama terhadap produk donat dari dua merek lokal, yakni *Big Donat* dan *Happy Donat*. Pendekatan ini dinilai sesuai karena memberikan kerangka sistematis dalam merumuskan hipotesis, menyusun instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur, dan melakukan analisis data secara statistik. Melalui pendekatan ini, hasil penelitian dapat dibandingkan dan digeneralisasi secara lebih luas (Subhaktiyasa, 2024).

Pendekatan kuantitatif juga digunakan untuk mengidentifikasi atribut produk yang paling berpengaruh dalam membentuk preferensi dan keputusan pembelian konsumen, seperti rasa, harga, *topping*, dan tekstur. Data dikumpulkan melalui teknik survei dengan responden yang dipilih dari konsumen aktif kedua merek donat tersebut, kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik, seperti analisis konjoin, yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh nilai utilitas dari setiap atribut. Keunggulan pendekatan ini terletak pada kemampuannya dalam memberikan hasil yang terukur, akurat, dan dapat diuji secara empiris (Waruwu et al.,

2025). Dengan demikian, pendekatan kuantitatif menjadi pilihan tepat untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan terstruktur mengenai preferensi konsumen terhadap produk donat lokal.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Big Donat* Jl. Talasalapang dan *Happy Donat* Jl. Tamalate. Adapun waktu penelitian ini berlangsung selama 3 bulan, yaitu bulan Oktober s/d Desember 2024.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen *Big Donat* dan *Happy Donat*. Sedangkan sampel diartikan sebagai suatu bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, karena jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga (Bratan et al., 2023). Berikut adalah rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

$z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2$: Derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$) sehingga diperoleh ($z = 1.96$)

p : Perkiraan proporsi 50% (0.5)

d : *Sampling error* 10% (0.1)

Berdasarkan rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 p(1-p)}{d^2} = \frac{(1.96^2)(0.5)(1-0.5)}{0.1^2} = \frac{(3.842)(0.25)}{0.01} = 96.05 \approx 100$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96.05 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden di *Big Donat* dan 100 responden di *Happy Donat*. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *nonprobability sampling*, yaitu jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu (Trilaksono & Prabowo, 2022). Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen yang melakukan pembelian minimal 2 kali.
2. Konsumen berumur minimal 17 tahun.
3. Konsumen bersedia diwawancarai.

Informan dari *Big Donat* dan *Happy Donat*, yaitu owner dan 2 karyawan. Jumlah informan dari usaha tersebut sebanyak 3 orang.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu wawancara secara langsung untuk memperoleh data dari responden dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan, data sekunder diperoleh dari referensi seperti buku, laporan penelitian, serta instansi terkait seperti Badan Pusat Statistika.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara, yaitu peneliti menyusun daftar pertanyaan melalui google form kemudian diajukan kepada responden.
2. Observasi, yaitu peneliti melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.
3. Dokumentasi, yaitu peneliti mencatat data yang diperoleh dari segala sumber yang berkaitan dengan penelitian, baik dari hasil wawancara maupun hasil pengamatan langsung dilapangan.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan terdiri dari dua pendekatan, yaitu analisis deskriptif dan analisis konjoin. Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik produk donat yang ditawarkan oleh *Big Donat* dan *Happy Donat* serta mengidentifikasi atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih produk donat. Analisis deskriptif dilakukan dengan menghitung ukuran frekuensi, persentase, dan kecenderungan data dari tanggapan responden terhadap karakteristik dan atribut produk yang diteliti. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengetahui profil konsumen dan gambaran umum terhadap setiap atribut produk, seperti tingkat harga, variasi rasa, bentuk, dan sebagainya (Cahyani et al., 2024).

Analisis konjoin digunakan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian donat serta menentukan atribut produk yang paling dipertimbangkan dalam proses pembelian. Analisis konjoin merupakan teknik statistik multivariat yang bertujuan untuk memperoleh kombinasi atribut suatu produk yang paling disukai oleh konsumen, sehingga dapat diketahui preferensi konsumen terhadap komposisi produk secara keseluruhan. Teknik ini secara khusus bertujuan untuk memperkirakan kontribusi relatif dari masing-masing atribut produk terhadap keseluruhan preferensi konsumen, sehingga memungkinkan identifikasi atribut mana yang paling disukai atau paling memengaruhi keputusan pembelian (Elisa et al., 2025). Analisis ini mengukur subjektivitas konsumen melalui pemberian skor atau peringkat terhadap sejumlah kombinasi atribut (stimuli) yang telah dirancang sebelumnya berdasarkan hasil pra-survei dan telaah pustaka. Jumlah atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah 7 atribut meliputi harga, rasa, *topping*, tekstur, bentuk, aroma, dan daya tahan, dengan jumlah level pada masing-masing atribut bervariasi antara dua hingga sembilan level.

Tabel 1. Bentuk Atribut dan Level pada *Big Donat* dan *Happy Donat*

No	Atribut	Level
1	Harga (Rp)	1) 20.000/ 18.000 2) 25.000/ 30.000 3) 30.000/ 32.000
2	Rasa	1) Gurih 2) Manis 3) Manis sekali
3	Topping	1) Cokelat 2) <i>Vanilla</i> 3) <i>Strawberry</i> 4) Oreo 5) Keju 6) <i>Red Velvet</i> 7) Tiramisu 8) <i>Banana Milk</i> 9) <i>Green Tea</i>
4	Tekstur	1) Lembut 2) Keras
5	Bentuk	1) Bulat kecil 3) Bulat besar
6	Aroma	1) Original 2) Beraroma <i>Topping</i>
7	Daya tahan	1) 1 hari 2) 2 hari 3) >2 hari

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2025.

Jumlah kombinasi dari atribut (stimuli) dihitung berdasarkan perkalian seluruh level atribut. Atribut yang digunakan sebanyak 7 atribut dan masing-masing mempunyai level, maka kombinasi atributnya adalah $3 \times 3 \times 9 \times 2 \times 2 \times 2 \times 3 = 1944$. Jumlah kombinasi terlalu banyak untuk dievaluasi secara langsung oleh responden maka digunakan teknik *orthogonal design* melalui bantuan perangkat lunak SPSS, agar diperoleh kombinasi-kombinasi yang efisien namun tetap representatif (Mongkarembo et al., 2024). Stimuli yang telah direduksi tersebut kemudian disusun menjadi kuesioner yang diberikan kepada responden. Responden mengevaluasi masing-masing stimuli dengan cara memberi nilai peringkat (*rating*), mulai dari stimuli yang paling diminati hingga stimuli yang paling tidak diminati. Responden memberikan penilaian terhadap kombinasi yang berbentuk berupa penilaian menggunakan skala ordinal yang terukur berupa skala likert dengan angka 1 = sangat tidak suka, 2 = tidak suka, 3 = netral, 4 = suka, 5 = sangat suka.

Selanjutnya, setiap kombinasi stimuli tersebut disusun ke dalam kuesioner dan dinilai oleh responden. Nilai-nilai ini kemudian dianalisis menggunakan perintah khusus (*syntax*) dalam SPSS untuk menghasilkan skor

utilitas (*utility scores*) dari setiap level atribut. Model konjoin yang digunakan bersifat aditif dan dapat dinyatakan dalam bentuk fungsi sebagai berikut (Anwar & Supartiningsih, 2024):

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} \beta_{ij} x_{ij}$$

Keterangan:

- $U(X)$: Skor utilitas total dari suatu kombinasi atribu
- β_{ij} : Nilai kegunaan (*part-worth utility*) dari level ke- j pada atribut ke- i ,
- k_i : Variabel *dummy* atribut ke- i level ke- j (bernilai 1 bila level yang berkaitan muncul dan 0 bila tidak)
- m : Jumlah atribut
- X_{ij} : Jumlah level dalam setiap atribut

Tahapan berikutnya adalah menghitung nilai kepentingan relatif (*relative importance*) dari setiap atribut. Nilai ini dihitung berdasarkan selisih antara nilai utilitas maksimum dan minimum dari masing-masing atribut, lalu dibandingkan terhadap jumlah total selisih semua atribut. Perumusannya adalah sebagai berikut (Anwar & Supartiningsih, 2024):

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \times 100\%$$

dengan $I = (\max(\alpha_{ij}) - \min(\alpha_{ij}))$, yaitu rentang nilai utilitas untuk atribut ke- i dan m adalah jumlah atribut.

Hasil akhir dari analisis ini berupa dua output utama, yaitu nilai kegunaan (*utility*) dan nilai kepentingan (*importance values*). Nilai kegunaan (*utility*) merupakan nilai yang menggambarkan pilihan konsumen terhadap atribut produk yang disukai apabila nilai yang diperoleh hasilnya positif, sebaliknya jika hasilnya negatif maka konsumen tidak menyukai atribut produk tersebut (Sastrawan et al., 2023). Nilai kepentingan (*importance values*) merupakan nilai yang menggambarkan tingkat kepentingan responden terhadap atribut produk dalam melakukan pembelian produk *Big Donat* dan *Happy Donat*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli dan menggunakan suatu produk. Penelitian ini konsumen dibagi atas jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Karakteristik jenis kelamin perlu dipertimbangkan dalam proses pembelian karena memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku konsumen. Identitas sampel berdasarkan jenis kelamin konsumen dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Big Donat		Happy Donat	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	58	58	68	68
2	Laki-laki	42	42	32	32
Jumlah		100	100	100	100

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2025

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 2 menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian donat di *Big Donat* dan *Happy Donat* didominasi oleh konsumen yang berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 126 konsumen. Hal ini dikarenakan Perempuan identik dengan makanan dan camilan kekinian salah satunya donat. Umumnya perempuan cenderung lebih menyukai makanan manis dan memiliki kebiasaan menikmati camilan bersama teman atau keluarga.

Frekuensi pembelian adalah istilah yang merujuk pada seberapa sering konsumen membeli suatu produk atau layanan dalam periode waktu tertentu. Tujuan frekuensi pembelian ini untuk menghitung berapa kali pembelian yang dilakukan konsumen. Adapun karakteristik sampel berdasarkan jumlah frekuensi pembelian konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Pembelian (Kali)	Big Donat		Happy Donat	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2	14	14	31	31
2	3	29	29	28	28
3	4	45	45	26	26
4	>5	12	12	15	15
Jumlah		100	100	100	100

Sumber : Data Primer setelah diolah

Tabel 4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian

No	Frekuensi Pembelian (Kali)	Big Donat		Happy Donat	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	2	14	14	31	31
2	3	29	29	28	28
3	4	45	45	26	26
4	>5	12	12	15	15
Jumlah		100	100	100	100

Sumber : Data Primer setelah diolah

Berdasarkan Tabel 4, menunjukkan bahwa frekuensi pembelian donat di *Big Donat* didominasi oleh frekuensi pembelian 4 kali dengan jumlah 45 orang, sedangkan pembelian donat di *Happy Donat* didominasi oleh frekuensi pembelian 2 kali dengan jumlah 31 orang.

Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Preferensi konsumen merupakan suatu tingkat kepuasan yang diperoleh dari konsumen melalui pemberian peringkat kepada barang atau jasa berdasarkan jumlah kepuasan atau utilitas. Preferensi memiliki tujuan yang merupakan keputusan akhir dalam proses pembelian untuk dapat dinikmati oleh konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen (Selamet et al., 2023).

Berikut ini hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat dari overall statistic pada SPSS. Tabel korelasi yang bertujuan untuk mengukur ketepatan atau kecocokan estimasi model. Output untuk nilai korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Nilai *Importance Values* Atribut pada *Big Donat*

Atribut	Importance Values
Harga	13,094
Rasa	12,658
Topping	38,733
Tekstur	8,288
Bentuk	7,651
Aroma	7,465
Daya Tahan	12,111

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui nilai tingkat kepentingan atribut yang menjadi paling dipertimbangkan konsumen di *Big Donat* adalah Topping. Berdasarkan hasil analisis konjoin berupa tingkat kepentingan atribut, topping donat adalah atribut yang paling pertama dipertimbangkan ketika membeli donat dengan nilai kepentingan paling tinggi sebesar 38,733. Atribut harga merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *big donat* dengan nilai kepentingan sebesar 13,094. Atribut rasa merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *big donat* dengan nilai kepentingan sebesar 12,658. Atribut daya tahan merupakan atribut keempat yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *big donat* dengan nilai kepentingan sebesar 12,111. Atribut tekstur merupakan atribut kelima yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *big donat* dengan nilai kepentingan sebesar 8,288. Atribut bentuk merupakan atribut keenam yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *big donat* dengan nilai kepentingan sebesar 7,068. Atribut aroma merupakan atribut ketujuh atau terakhir yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *big donat* dengan nilai kepentingan sebesar 7,465.

Tabel 6. Nilai Importance Values Atribut Donat pada Happy Donat

Atribut	Importance Values
Harga	13,355
Rasa	13,038
Topping	37,992
Tekstur	7,181
Bentuk	7,990
Aroma	7,068
Daya Tahan	13,376

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui nilai tingkat kepentingan atribut yang menjadi paling dipertimbangkan konsumen di *happy* Donat adalah Topping. Berdasarkan hasil analisis konjoin berupa tingkat kepentingan atribut, topping donat adalah atribut yang paling pertama dipertimbangkan ketika membeli donat dengan nilai kepentingan paling tinggi sebesar 37,992. Atribut daya tahan merupakan atribut kedua yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *happy* donat dengan nilai kepentingan sebesar 13,376. Atribut harga merupakan atribut ketiga yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *happy* donat dengan nilai kepentingan sebesar 13,355. Atribut rasa merupakan atribut keempat yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *happy* donat dengan nilai kepentingan sebesar 13,038. Atribut bentuk merupakan atribut kelima yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *happy* donat dengan nilai kepentingan sebesar 7,990. Atribut tekstur merupakan atribut keenam yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *happy* donat dengan nilai kepentingan sebesar 7,181. Atribut aroma merupakan atribut ketujuh atau terakhir yang dipertimbangkan oleh responden dalam membeli donat di *happy* donat dengan nilai kepentingan sebesar 7,068.

Tabel 7. Nilai Korelasi Atribut pada Big Donat

Correlations ^a		
	Value	Sig
Pearson's R	,894	,000
Kendall's tau	,633	,000

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa korelasi dari nilai sig pada uji Pearson's R sebesar 0,000 dan Kendall's tau sebesar 0,000 maka kedua uji tersebut dibawah tingkat signifikan 0,05 yang dapat diartikan terdapat hubungan signifikan antara preferensi konsumen dalam keputusan pembelian donat.

Berikut ini hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat dari *overall statistic* pada SPSS. Tabel korelasi yang bertujuan untuk mengukur ketepatan atau kecocokan estimasi model. Output untuk nilai korelasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8 Nilai Kolerasi Atribut Happy Donat

Correlations ^a		
	Value	Sig
Pearson's R	,777	,000
Kendall's tau	,314	,012

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa korelasi dari nilai sig pada uji *Pearson's R* sebesar 0,000 dan *Kendall's tau* sebesar 0,012 maka kedua uji tersebut dibawah tingkat signifikan 0,05 yang dapat diartikan terdapat hubungan signifikan antara preferensi konsumen dalam keputusan pembelian donat.

Adapun hasil penelitian Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian donat di *Big* Donat sebagai berikut.

Tabel 9 Rekapitulasi Preferensi Konsumen Big Donat

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Topping	Cokelat	0,241	0,76
Daya Tahan	2 Hari	0,104	0,38
Rasa	Manis Sekali	0,079	0,38
Tekstur	Lembut	0,070	0,29
Aroma	Beraroma Topping	0,054	0,29
Bentuk	Bulat Kecil	0,042	0,29
Harga	Rp. 25.000	0,026	0,38

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa atribut yang menjadi pilihan pertama dalam mengambil keputusan pembelian donat adalah atribut topping dengan level cokelat yang memiliki nilai *utility estimate* 0,241, kemudian yang kedua yaitu atribut daya tahan dengan level 2 hari memiliki nilai *utility estimate* 0,104, ketiga atribut rasa dengan level manis sekali memiliki nilai *utility estimate* 0,079, keempat atribut tekstur dengan level lembut memiliki nilai *utility estimate* 0,070, kelima atribut aroma dengan level beraroma topping memiliki nilai *utility estimate* 0,054, keenam atribut bentuk dengan level bulat kecil memiliki nilai *utility estimate* 0,042, dan yang ketujuh atribut harga dengan level Rp.25.000 memiliki nilai *utility estimate* 0,026.

Adapun hasil penelitian preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian donat di Happy Donat sebagai berikut.

Tabel 10 Rekapitulasi Preferensi Konsumen Happy Donat

Atribut	Level	Utility Estimate	Std. Error
Topping	Oreo	0,191	0,85
Harga	Rp.30.000	0,065	0,42
Daya Tahan	>2 Hari	0,061	0,42
Tekstur	Lembut	0,029	0,32
Aroma	Beraroma topping	0,025	0,32
Rasa	Manis Sekali	0,025	0,42
Bentuk	Bulat Kecil	0,019	0,32

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa atribut yang menjadi pilihan pertama dalam mengambil keputusan pembelian donat adalah atribut topping dengan level oreo yang memiliki nilai *utility estimate* 0,191, kemudian yang kedua yaitu atribut harga dengan level Rp.30.000 memiliki nilai *utility estimate* 0,065, ketiga atribut daya tahan dengan level >2 hari memiliki nilai *utility estimate* 0,061, keempat atribut tekstur dengan level lembut memiliki nilai *utility estimate* 0,029, kelima atribut aroma dengan level beraroma topping memiliki nilai *utility estimate* 0,025, keenam atribut rasa dengan level manis sekali memiliki nilai *utility estimate* 0,025, dan yang ketujuh atribut bentuk dengan level bulat kecil memiliki nilai *utility estimate* 0,019.

Pertimbangan-Pertimbangan Atribut Donat

Nilai kepentingan (*importance values*) yaitu nilai yang terbesar menunjukkan atribut donat yang paling penting (Adriyan et al., 2024). Nilai kepentingan dalam analisis konjoin digunakan untuk mengetahui atribut mana yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih donat. Adapun hasil analisis konjoin untuk nilai *importance values* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 11. Rekapitulasi Pertimbangan-Pertimbangan Atribut Big Donat

Atribut	Importance Values
Topping	38,733
Aroma	7,465

Berdasarkan pada Tabel 11, menunjukkan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli donat di *big donat* adalah atribut topping dengan nilai *importance values* 38,733, dan yang mempunyai nilai *importance values* terendah adalah atribut aroma dengan nilai 7,465.

Tabel 12. Rekapitulasi Pertimbangan-Pertimbangan Atribut Happy Donat

Atribut	Importance Values
Topping	37,992
Aroma	7,068

Berdasarkan pada Tabel 12, menunjukkan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli donat di *happy donat* adalah atribut topping dengan nilai *importance values* 37,992, dan yang mempunyai nilai *importance values* terendah adalah atribut aroma dengan nilai 7,068.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Konsumen *Big Donat* menunjukkan preferensi terhadap donat dengan kombinasi atribut berupa *topping* cokelat, daya tahan 2 hari, rasa manis sekali, tekstur lembut, aroma *topping*, bentuk bulat kecil, dan harga Rp 25.000. Sementara itu, konsumen *Happy Donat* cenderung menyukai donat dengan *topping* oreo, harga Rp

30.000, daya tahan lebih dari dua hari, tekstur lembut, aroma *topping*, rasa manis sekali, dan bentuk bulat kecil.

Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian di kedua merek didominasi oleh atribut *topping*, yang memperoleh nilai kepentingan tertinggi dalam analisis konjoin, yaitu sebesar 38,733 pada *Big Donat* dan 37,992 pada *Happy Donat*. Hal ini menunjukkan bahwa *topping* merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk donat dibandingkan atribut lainnya seperti harga, rasa, atau bentuk. Dengan demikian, kombinasi atribut yang menarik dan sesuai preferensi konsumen, terutama pada aspek *topping*, menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan pasar donat lokal.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, produsen disarankan untuk mempertahankan dan mengembangkan variasi *topping* pada produk donat, karena *topping* terbukti menjadi atribut yang paling memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, penting bagi produsen untuk menjaga kualitas rasa, tekstur, serta daya tahan produk agar tetap sesuai dengan preferensi pasar lokal. Penelitian selanjutnya disarankan agar melakukan pengembangan terhadap analisis segmen pasar konsumen berdasarkan demografi atau perilaku pembelian, serta memasukkan variabel-variabel tambahan seperti kemasan, promosi, dan pengalaman pembelian. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan eksperimen pemasaran atau pengujian sensorik untuk menguji persepsi konsumen secara lebih mendalam terhadap kombinasi atribut donat yang baru dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriyan, F., Azzahra, F., & Mahatmayana, I. K. M. (2024). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Produk Beras di Pasar Baru Cikarang Kabupaten Bekasi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 12(2), 254–262.
- Antika, M., & Putri, A. R. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Donat Madu pada Donat Madu Cihanjuang Cabang Rangkasbitung. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 414–422. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jaem.v2i1.4164>
- Anwar, A., & Supartiningsih, N. L. S. (2024). Analisis Konjoin untuk Mengukur Preferensi Konsumen Beras di Kecamatan Mataram. *Jurnal Agribusiness Management & Extension (Agrimansion)*, 25(1), 37–49. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v25i1.1621>
- Bratan, A. A. S., Taan, H., & Ismail, Y. L. (2023). Meningkatkan Retensi Pelanggan Paket Data Internet Telkomsel di Kota Gorontalo melalui Strategi Customer Relationship Management (CRM). *Economics and Digital Business*, 5(1), 47–56.
- Cahyani, W. P. D. N., Arum, A. P., & Jubaedah, L. (2024). Preferensi Konsumen terhadap Pemilihan Produk Kosmetik Cushion X (Studi kasus Program Studi Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta). *Jurnal Adijaya Multidisiplin*, 02(04).
- Darmayani, N. M., & Praminatih, G. A. (2024). Pemanfaatan Ubi Ungu Dalam Pembuatan Donat sebagai Jajanan Berbasis Pangan Lokal. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis (PARIS)*, 03(2), 321–324.
- Elisa, Adi Wibawa, G. N., Ruslan, & Budiman, H. (2025). Analisis Konjoin untuk Menentukan Preferensi Mahasiswa Matematika FMIPA Universitas Halu Oleo dalam Memilih Marketplace. *Jurnal Matematika Komputasi dan Statistika*, 4(3), 751–761. <https://doi.org/10.33772/jmks.v4i3.110>
- Jakaria, R. B., Iswanto, Widodo, E., & Kusumawardani, P. A. (2024). *Perspektif Desain Produk: Merancang Atribut* (W. Sulistiowati (ed.)). UMSIDA Press.
- Lubis, I., Sihite, A. . H., Sianturi, M., & Lubis, N. N. (2025). Pengaruh Kualitas dan Bahan Baku terhadap Tekstur dan Rasa Donat pada UMKM Donat di Desa Naga Timbul. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2), 48–52.
- Manalu, C. L. N., Hasibuan, M. R. F., Novia Christiani Tampubolon, & Lubis, P. K. D. (2024). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Layanan Pada Donat Kentang Syifa Di Medan. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(4), 724–731. <https://doi.org/10.61579/future.v2i4.247>
- Marlin, F. S. D. Y., Abadi, E., & Ananda, S. H. (2024). Gambaran Sifat Sensori dan Nilai Gizi Donat dengan Penggunaan Berbagai Jenis Gula. *Jurnal Gizi Ilmiah*, 11(1), 28–34. <https://doi.org/10.46233/jgi.v11i1.1172>
- Mongkarembo, M. F., Tulipa, D., & Laksmono, S. L. S. (2024). Analisis Preferensi Konsumen pada Produk

Vandka : Full-Profile Conjoint Analysis. *Journal of Entrepreneurial Studies*, 1(2), 123–136.

- Purnomo, T. D., & Krisprimandoyo, D. A. (2024). Produk Minuman Xenteur dengan Metode Conjoint (Studi pada Produk Merk Xenteur). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3), 2319–2332.
- Putra, A. E. S., & Sudiarta, I. N. (2023). Kualitas Donat Berbahan Dasar Tepung Terigu dengan Tambahan Tepung Wortel. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(11), 2399–2403. <https://doi.org/10.22334/paris.v2i11.606>
- Romdhoningsih, D., Dewi, N. I., Sukmawati, S., Mahpudoh, Bramastha, R., Paksi, D., Jannah, R. S., Wahyuningsih, Y., Rahmah, I., Roji, F., & Najmuddin, H. D. (2023). Inovasi Pembuatan Kue Donat Sebagai Camilan Sehat Guna Meningkatkan Nilai Jual Bagi Pelaku Umkm Di Kampung Ampel, Kelurahan Pengampelan, Kecamatan Walantaka. *Community Development*, 4(3), 6204–6210. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/18445>
- Sastrawan, N. I., Budastra, I. K., & Efendy, E. (2023). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Buah Pisang Di Kota Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 24(2), 467–476. <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v24i2.1460>
- Selamet, A. J., Budastra, I. K., & Efendy, E. (2023). Analisis Preferensi Konsumen terhadap Gula Semut Aren Di Pulau Lombok. *Agroteksos*, 33(2), 600. <https://doi.org/10.29303/agroteksos.v33i2.872>
- Septian, M. D., & Leksono, A. B. (2023). *Manajemen Branding*. Universitas Brawijaya Press.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Trilaksono, A. I., & Prabowo, B. (2022). Analisis Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening: *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(1), 101–112. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i1.1262>
- Waruwu, M., Pu'at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Widowati, S. (2023). Prospek Pemanfaatan Pangan Lokal dalam Rangka Meningkatkan Ketahanan Pangan. In S. Widowati & R. A. Nurfitriani (Eds.), *Diversifikasi Pangan Lokal untuk Ketahanan Pangan: Perspektif Ekonomi, Sosial, dan Budaya*. Penerbit BRIN. <https://doi.org/10.55981/brin.918.c789>



KAUSALITAS PUPUK BERSUBSIDI DAN PRODUKTIVITAS TERHADAP PENDAPATAN DAN KESEJAHTERAAN PETANI (Studi Empiris Di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan)

CAUSALITY OF SUBSIDISED FERTILISERS AND PRODUCTIVITY ON FARMERS' INCOME AND WELFARE (An Empirical Study in Takalar District, South Sulawesi)

Abdullah Abdullah*¹, Nirmalasari², Mais Ilsan³

¹Department of Agrotechnology, Faculty of Agriculture, Universitas Muslim Indonesia, Makassar

² Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura, dan Perkebunan South Sulawesi Province

³ Department of Agribisnis, Faculty of Agriculture, Universitas Muslim Indonesia, Makassar

*Penulis Korespondensi, email: abdullah.abdullah@umi.ac.id

Diserahkan : 04/04/2025

Direvisi : 09/05/25

Diserahkan : 04/06/2025

Abstrak. Di Indonesia, produksi padi masih tergolong rendah. Untuk mengatasi hal tersebut, pemerintah menerapkan kebijakan subsidi pupuk dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas padi. Peran subsidi pupuk dalam menekan biaya produksi dan meningkatkan produksi padi diharapkan pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kausalitas antara kebijakan subsidi pupuk dan produksi padi terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani di wilayah Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani padi penerima pupuk bersubsidi di Kabupaten Takalar, yang tersebar di 10 kecamatan. Penelitian difokuskan di empat kecamatan. Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik probability sampling dengan metode proporsional stratified random sampling. Data diperoleh melalui pemberian kuesioner kepada 100 orang petani penerima subsidi pupuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsidi pupuk tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan produksi padi dan memberikan dampak yang relatif kecil terhadap pendapatan petani (0,61%) dan kesejahteraan petani (0,15%). Di sisi lain, produksi padi merupakan faktor dominan yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani (20,16%) dan kesejahteraan (8,76%). Oleh karena itu, perlu dilakukan perbaikan sistem pengelolaan subsidi pupuk agar lebih efektif dalam meningkatkan produksi padi, pendapatan, dan kesejahteraan petani di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan.

Kata kunci: Subsidi Pupuk; Produktivitas Padi; Pendapatan Petani; Kesejahteraan Petani; Kabupaten Takalar

Abstract. In Indonesia, rice production remains comparatively low. In an effort to address this, the government is implementing subsidy policies for fertilisers with the objective of enhancing rice productivity. The role of fertilizer subsidies in reducing production costs and increasing rice production is expected to ultimately increase farmers' income and welfare. This study aims to analyze the causal relationship between fertilizer subsidy policies and rice production on farmers' income and welfare in Takalar Regency, South Sulawesi. The methodology employed in this study is path analysis. The population in this study were all rice farmers receiving subsidized fertilizer in Takalar Regency, spread across 10 sub-districts. The study focused on four sub-districts. The research sample was selected using probability sampling techniques with the proportional stratified random sampling method. Data were obtained by administering questionnaires to 100 farmers receiving fertilizer subsidies. The results showed that fertilizer subsidies did not contribute significantly to increasing rice production and had a relatively small impact on farmers' income (0.61%) and farmer welfare (0.15%). On the other hand, rice production was a dominant factor that contributed significantly to increasing farmers' income (20.16%) and welfare (8.76%). Consequently, it is necessary to improve the fertilizer subsidy management system to be more effective in increasing rice production, income, and farmer welfare in Takalar Regency, South Sulawesi.

Keywords: Fertilizer Subsidy; Rice Productivity; Farmer Income; Farmer Welfare; Takalar Regency

PENDAHULUAN

Pertanian padi lahan sawah telah memberikan berbagai dampak positif, namun masih menghadapi tantangan, terutama dalam kaitannya dengan ketahanan pangan daerah dan nasional serta swasembada beras.



Copyright (c) 2025 Abdullah Abdullah, Nirmalasari, Mais Ilsan. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Produktivitas padi di Indonesia berkisar antara 5,1 - 5,3 ton/ha, masih lebih rendah dibandingkan dengan Vietnam (6,0 - 6,2 ton/ha) dan Tiongkok (6,5 - 7,0 ton/ha). Keunggulan produktivitas di Vietnam dan Tiongkok disebabkan oleh penerapan teknologi pertanian yang lebih maju serta efisiensi dalam sistem budidaya dan irigasi (Yunianti & Fauziah, 2024; Novia & Habibi, 2025).

Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki potensi lahan sawah yang luas serta produksi padi yang besar, menjadikannya pilar utama dalam pembangunan ekonomi. Pertanian padi sawah memiliki peran strategis dalam mendukung ketahanan pangan baik di tingkat daerah maupun nasional. Selain itu, sektor ini juga menjadi penyedia lapangan kerja di perdesaan serta berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi nasional (Laung, 2021; Astuti, 2024).

Seiring dengan pertumbuhan penduduk, kebutuhan beras terus meningkat. Berdasarkan data BPS Sulawesi Selatan (2023), konsumsi beras per kapita di Indonesia masih tergolong tinggi, melebihi 100 kg per tahun. Di Sulawesi Selatan, pengeluaran per kapita untuk kebutuhan pangan dari padi/beras mencapai 11,14% di perkotaan dan 14,68% di perdesaan (BPS Sulawesi Selatan, 2023). Oleh karena itu, ketersediaan beras dalam jumlah dan kualitas yang mencukupi menjadi perhatian utama pemerintah melalui berbagai kebijakan dan program optimalisasi produktivitas padi sawah.

Peningkatan produktivitas menjadi penting dilakukan karena berdampak luas secara lokal maupun nasional. Secara lokal berdampak terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan bagi petani (Prihtanti dan Pangestika, 2020; Srimeliani *et al.*, 2025; Siagian *et al.*, 2025). Secara nasional mendukung swasembada dan pengurangan impor beras. Namun, peningkatan produktivitas padi saat ini cenderung melambat akibat perubahan cuaca/iklim, seperti fenomena El Niño dan La Niña yang tidak menentu, serta peningkatan suhu global yang berdampak pada penurunan produktivitas tanaman (Prihtanti dan Pangestika, 2020). Tantangan lainnya adalah penurunan luas lahan sawah, penurunan tingkat kesuburan tanah (*leveling off*), serta penggunaan pupuk yang kurang efisien dan tepat guna.

Upaya peningkatan produktivitas terus dilakukan oleh petani dan pemerintah, salah satunya melalui penerapan *Good Agricultural Practices* (GAP), yaitu sistem pengelolaan pertanian sawah berbasis ekologis yang ramah lingkungan dengan manajemen input usaha tani secara efektif dan efisien (Supriyo, 2023). Tujuannya adalah menghasilkan suatu sistem budidaya padi yang produktif dan ramah lingkungan, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Peningkatan produktivitas padi berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan petani dan kesejahteraan petani (Siagian *et al.*, 2023; Geasti *et al.*, 2024; Srimeliani *et al.*, 2025). Kebijakan pemberian bantuan sarana produksi oleh pemerintah daerah maupun nasional, seperti pupuk bersubsidi, dapat mengurangi biaya produksi usaha tani dan meningkatkan hasil panen padi. Dampaknya dapat meningkatkan pendapatan petani serta mengatasi masalah kemiskinan dan ketimpangan distribusi pendapatan pada tingkat petani (Siregar, 2023; Astuti, 2024; Sembiring *et al.*, 2024a).

Di Sulawesi Selatan, terdapat 2.137.350 hektar lahan pertanian yang digarap oleh 933.888 petani di 24 kabupaten/kota, dengan total alokasi pupuk bersubsidi pada tahun 2023 sebesar 686.714 ton (Dinas Kominfo Prov. Sulawesi Selatan, 2023). Kabupaten Takalar, sebagai salah satu lumbung padi di Sulawesi Selatan, membutuhkan pupuk bersubsidi, terutama Urea, kurang lebih 12.360 ton tahun 2022 (Dinas Pertanian Kab. Takalar, 2022). Oleh karena itu, kebijakan subsidi pupuk menjadi instrumen penting dalam membantu petani memperoleh pupuk dengan harga terjangkau (Kemenko Bidang Ekonomi, 2023).

Pupuk merupakan faktor produksi yang sangat vital dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing pertanian padi sawah. Namun, ketersediaan dan distribusi yang kurang merata menyebabkan kesulitan bagi petani dalam mengakses pupuk bersubsidi, terutama usaha tani padi (Maulia *et al.*, 2023). Pemerintah mensubsidi beberapa jenis pupuk, termasuk Urea, SP-36, ZA, NPK Phonska, dan pupuk organik. Subsidi ini bertujuan untuk mengurangi beban biaya produksi, meningkatkan efisiensi usaha tani, serta mendukung ketahanan pangan nasional (Dinas Pertanian Kab. Takalar, 2023). Selain itu, pupuk subsidi berperan dalam mengurangi risiko usaha tani, terutama dalam menghadapi ketidakpastian cuaca/iklim dan fluktuasi harga hasil panen (Maman *et al.*, 2021; Siagian *et al.*, 2023). Oleh karena itu, peran pemerintah dalam pengelolaan distribusi pupuk bersubsidi harus dioptimalkan agar tepat sasaran dan benar-benar memberikan dampak positif bagi petani.

Penelitian Geasti *et al.* (2019) menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas padi mencerminkan kinerja usaha tani yang baik. Pemberian subsidi sarana produksi kepada kelompok tani sangat membantu dalam meningkatkan produktivitas. Semakin rendah biaya produksi dan semakin tinggi produktivitas padi, maka pendapatan petani juga semakin meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan petani (Siagian *et al.*, 2023; Srimeliani *et al.*, 2025).

Pertanian padi sawah memiliki risiko kegagalan relatif tinggi, sehingga subsidi pupuk menjadi instrumen kebijakan untuk melindungi petani dari penurunan produksi dan kegagalan usaha tani padi. Berdasarkan penelitian Prasetyo *et al.* (2018), kebijakan subsidi pupuk dapat mengurangi kesenjangan pendapatan dan

meningkatkan kedaulatan pangan rumah tangga petani. Pupuk bersubsidi dapat mendukung peningkatan produktivitas usaha tani dan pendapatan petani, dan selanjutnya akan berdampak terhadap kesejahteraan petani.

Meskipun kebijakan subsidi pupuk memiliki peran penting dalam usaha tani padi, namun masih perlu kajian ilmiah dan empirik terutama hubungan kausalitas kebijakan pupuk bersubsidi dan produktivitas usahatani padi terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani. Hal ini dapat berbeda berdasarkan sosio-demografi daerah masing-masing. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan kausalitas antara kebijakan subsidi pupuk dan hasil panen terhadap pendapatan serta kesejahteraan petani padi di wilayah kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan. Hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam merumuskan kebijakan peningkatan efektivitas pemberian pupuk bersubsidi kepada petani, khusus kaitannya dengan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian survei kuantitatif dilakukan di Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan, secara administratif berbatasan dengan Kabupaten Gowa dan Kabupaten Jeneponto di sebelah timur, Kabupaten Gowa dan Kota Makassar di sebelah utara, serta di sebelah barat dan selatan berbatasan dengan Selat Makassar dan Laut Flores (BPS Kabupaten Takalar, 2023). Kabupaten Takalar memiliki luas wilayah 566,51 km² dan terdiri atas 10 kecamatan dengan 100 desa/kelurahan. Penelitian difokuskan pada empat kecamatan, yaitu Polombangkeng Utara, Mappakasunggu, Mangarabombang, dan Galesong Utara.

Pemilihan Kabupaten Takalar sebagai lokasi penelitian didasarkan pada perannya sebagai salah satu kabupaten penerima subsidi pupuk dari pemerintah, dengan total alokasi sebesar 6.828ton urea dan 5.007ton NPK untuk 26.666 petani penerima pupuk bersubsidi. Selain itu, Kabupaten Takalar juga memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi dalam penyaluran pupuk bersubsidi di Provinsi Sulawesi Selatan. Faktor ini menjadi dasar penting dalam pengambilan data penelitian (Lampiran SK Gubernur Sulawesi Selatan No. 1802/XII/Tahun 2023).

Populasi dan Sample Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani padi penerima pupuk bersubsidi di Kabupaten Takalar, berjumlah 26.666 orang yang tersebar di 10 kecamatan. Penelitian difokuskan di empat kecamatan, dengan populasi 13.131 orang petani penerima pupuk bersubsidi. Keempat kecamatan tersebut adalah Polombangkeng Utara (7.711 petani), Mappakasunggu (267 petani), Mangarabombang (3.907 petani), dan Galesong Utara (1.246 petani).

Sampel penelitian dipilih menggunakan teknik probability sampling dengan metode proporsional stratified random sampling. Penentuan ukuran sampel dilakukan berdasarkan rumus Slovin (Sugiyono, 2020), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)} \dots\dots\dots(1)$$

Dimana n = jumlah sampel minimal; N = total populasi; e = margin error (10%). Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, maka diperoleh jumlah responden minimal 99,24 orang dan secara representatif ditetapkan 100 orang petani. Selanjutnya, perhitungan jumlah responden secara proporsional setiap wilayah kecamatan terpilih menggunakan formula sebagai berikut:

$$n(a) = \frac{n(i)}{N} \times n(s) \dots\dots\dots (2)$$

Dimana $n(a)$ = jumlah sample wilayah (kecamatan); $n(i)$ = jumlah populasi wilayah (kecamatan); N = total populasi; $n(s)$ = jumlah sample representatif. Jumlah responden setiap kecamatan adalah sebagai berikut: Polombangkeng Utara sebanyak 59 petani, Mappakasunggu 2 petani, Mangarabombang 30 petani, dan Galesong Utara 9 petani.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan pilihan jawaban telah disediakan kepada responden. Untuk memungkinkan responden memberikan jawaban dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan, digunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban, yaitu skor 5 untuk respons sangat positif hingga skor 1 untuk respons sangat negatif.

Analisis Data

Data yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup variabel subsidi pupuk, produksi padi, pendapatan petani, dan kesejahteraan petani. Analisis data dilakukan secara statistik menggunakan metode kausal dengan pendekatan analisis jalur (*path analysis*). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22.00 dan AMOS 19.00.

Path analysis mensyaratkan data berdistribusi normal. Uji normalitas data dilakukan terhadap setiap variabel (*univariate normality*) dan semua variabel secara bersama-sama (*multivariate normality*) (Santoso, 2014). Pengujian asumsi normalitas, dilakukan terhadap nilai *skewness* dan *kurtosis* data yang digunakan. Evaluasi normalitas multivariat menggunakan program AMOS 19.00 (*Assessment of Normality*) dengan kriteria nilai *Critical Ratio* (CR) pada tingkat signifikansi 1%. Data berdistribusi normal, baik secara univariat maupun multivariat, bila nilai CR dalam rentang $-2,58 \leq CR \leq 2,58$ (Ghozali, 2011).

Reliabilitas data instrumen penelitian berdasarkan koefisien reliabilitas dengan rentang nilai antara 0 hingga 1. Menurut Sugiyono (2020), suatu konstruk atau variabel dikategorikan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Klasifikasi tingkat reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha* (*r* hitung) sebagai berikut: $0,8 - 1,0$ = Reliabilitas tinggi (baik), $0,6 - 0,799$ = Reliabilitas sedang (diterima secara moderat), $< 0,6$ = Reliabilitas rendah (kurang baik).

Validitas item-item pertanyaan dilakukan melalui analisis faktor, yaitu mengorelasikan skor setiap item pertanyaan menggunakan rumus *Pearson Product Moment* (Sugiyono, 2020). Uji validitas instrumen dilakukan dengan membandingkan nilai *r*-hitung dan nilai *r*-tabel dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*, *df*) = $n - k$ pada tingkat signifikansi (α) 0,05. Butir pertanyaan valid, jika *r*-hitung $> r$ -tabel dan bernilai positif. Sebaliknya, jika *r*-hitung $< r$ -tabel dan bernilai negatif, maka butir pertanyaan tidak valid.

Pengujian signifikansi hubungan kausalitas model jalur menggunakan nilai *t-value* dan signifikansi $\alpha = 0.05$. Nilai *t-value* pada program AMOS 19.0 merupakan nilai *Critical Ratio* (CR) dalam *Regression Weights: (Group number 1-Default model)*. Dasar pengambilan keputusan hubungan kausalitas variabel, yakni: jika nilai *Critical Ratio* (C.R) $\geq 1,967$ dan nilai probabilitas (P) ≤ 0.05 , maka H_0 (hipotesis statistik) ditolak dan H_1 (hipotesis penelitian) diterima; jika nilai *Critical Ratio* (C.R) $\leq 1,967$ dan nilai probabilitas (P) ≥ 0.05 , maka H_0 (hipotesis statistik) diterima dan H_1 (hipotesis penelitian) ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hubungan Kausal Antar Variabel

Hasil analisis validitas terhadap setiap item pertanyaan dalam variable penelitian menunjukkan nilai *loading factor* atau nilai *r* $> 0,50$. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan valid dan layak sebagai alat pengumpul data. Uji reliabilitas terhadap instrument penelitian menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, dan mengindikasikan bahwa koesioner memiliki kestabilan dan konsistensi yang baik sebagai alat ukur. Dengan demikian, jawaban responden terhadap pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner bersifat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011).

Hubungan kausal antar variabel dianalisis menggunakan nilai *Critical Ratio* (CR) dalam *Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*, sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Analisis ini bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian.

Tabel 1. Estimasi Nilai Regresi (*Regression Weights: (Group number 1 - Default model)*)

Hubungan Kausal			Estimate	S.E.	C.R.	P
Y1 (Pendapatan Petani)	<---	X1(Subsidi Pupuk)	0,059	0,067	0,877	0,380
Y1(Pendapatan Petani)	<---	X2 (Produksi Padi)	0,279	0,055	5,088	***
Y2 (Kesejahteraan Petani)	<---	X1(Subsidi Pupuk)	-0,035	0,063	-0,563	0,573
Y2 (Kesejahteraan Petani)	<---	X2 (Produksi Padi)	0,115	0,058	2,001	0,045
Y2 (Kesejahteraan Petani)	<---	Y1 (Pendapatan Petani)	0,162	0,094	1,721	0,085

Sumber: Hasil analisis jalur (*path*) menggunakan software AMOS 19.00, 2025

Hubungan kausal antara variable pupuk bersubsidi (X_1) dan pendapatan petani (Y_1) menunjukkan nilai *t-value* atau *Critical Ratio* (CR) sebesar 0,877 ($CR \leq 1,967$) dengan nilai probabilitas (p) sebesar 0,380 ($p \geq 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa subsidi pupuk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap pendapatan petani.

Meskipun demikian, nilai CR yang positif menunjukkan adanya kecenderungan bahwa semakin besar subsidi pupuk yang diterima petani, maka pendapatan petani cenderung meningkat, demikian pula sebaliknya. Subsidi pupuk berperan mengurangi biaya produksi dalam usahatani padi, yang secara tidak langsung dapat memengaruhi tingkat pendapatan petani.

Hubungan kausal antara variabel subsidi pupuk (X_1) dan kesejahteraan petani (Y_2) menunjukkan nilai t-value atau Critical Ratio (CR) sebesar -0,563 ($CR \leq 1,967$) dengan nilai probabilitas (p) sebesar 0,573 ($p \geq 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa subsidi pupuk tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kesejahteraan petani. Nilai CR yang negatif menunjukkan bahwa subsidi pupuk belum memberikan kontribusi yang optimal dalam meningkatkan kesejahteraan petani. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa faktor lain, seperti efisiensi penggunaan pupuk, akses terhadap pasar, atau faktor produksi lainnya, turut memengaruhi kesejahteraan petani secara lebih dominan.

Hubungan kausal antara variabel produksi padi (X_2) dan pendapatan petani (Y_1) menunjukkan nilai t-value atau Critical Ratio (CR) sebesar 5,088 ($CR \geq 1,967$) dengan nilai probabilitas (p) sebesar 0,000 ($p \leq 0,05$). Hasil ini mengindikasikan adanya pengaruh langsung yang signifikan antara produksi padi dan pendapatan petani. Nilai CR yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi produksi padi yang dihasilkan, maka pendapatan petani cenderung meningkat, demikian pula sebaliknya. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan produksi padi berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi petani.

Hubungan kausal antara variabel produksi padi (X_2) dan kesejahteraan petani (Y_2) menunjukkan nilai t-value atau Critical Ratio (CR) sebesar 2,001 ($CR \geq 1,967$) dengan nilai probabilitas (p) sebesar 0,045 ($p \leq 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa produksi padi memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kesejahteraan petani.

Nilai CR yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi produksi padi yang dihasilkan petani, semakin besar pula kontribusinya dalam meningkatkan kesejahteraan petani. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan produksi padi tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan, tetapi juga berperan dalam memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi petani secara keseluruhan.

Hubungan kausal antara variabel pendapatan petani (Y_1) dan kesejahteraan petani (Y_2) menunjukkan nilai t-value atau Critical Ratio (CR) sebesar 1,721 ($CR \leq 1,967$) dan nilai probabilitas (p) sebesar 0,085 ($p \geq 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa pendapatan usahatani padi di Kabupaten Takalar saat ini tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan petani. Namun demikian, nilai CR yang positif menunjukkan adanya kecenderungan bahwa semakin tinggi pendapatan dari usahatani padi, maka kesejahteraan petani juga cenderung meningkat. Hal ini mengisyaratkan bahwa meskipun hubungan langsung tidak signifikan, peningkatan pendapatan tetap berperan dalam mendorong kesejahteraan petani.

Hasil pengujian hipotesis statistik mengenai hubungan kausal antara variabel pupuk subsidi, produksi padi, pendapatan petani, dan kesejahteraan petani disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Pengujian Hipotesis Statistik Hubungan antar Variable Pupuk Subsidi, Produksi Padi, Pendapatan Petani, dan Kesejahteraan Petani di Kabupaten Takalar, Tahun 2025

No.	Hipotesis Penelitian	Hipotesis Statistik	Pengujian H_0	Kesimpulan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Subsidi pupuk berpengaruh langsung terhadap pendapatan petani (H_1)	$H_0 : \gamma_1 \xi_1 \xi_2 \leq 0$ $H_1 : \gamma_1 \xi_1 \xi_2 > 0$	H_0 diterima H_1 ditolak	Jalur tidak berpengaruh langsung (positif)
2.	Subsidi pupuk berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan petani (H_2)	$H_0 : \gamma_2 \xi_1 \xi_3 \leq 0$ $H_2 : \gamma_2 \xi_1 \xi_3 > 0$	H_0 diterima H_2 ditolak	Jalur tidak berpengaruh langsung (negative)
3.	Produksi padi berpengaruh langsung terhadap pendapatan petani (H_3)	$H_0 : \gamma_3 \xi_1 \eta_1 \leq 0$ $H_3 : \gamma_3 \xi_1 \eta_1 > 0$	H_0 ditolak H_3 diterima	Jalur berpengaruh langsung (positif)
4.	Produksi padi berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan petani (H_4).	$H_0 : \gamma_4 \xi_1 \eta_2 \leq 0$ $H_4 : \gamma_4 \xi_1 \eta_2 > 0$	H_0 ditolak H_4 diterima	Jalur berpengaruh langsung (positif)
5.	Pendapatan petani berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan petani padi (H_5).	$H_0 : \gamma_5 \xi_2 \xi_4 \leq 0$ $H_5 : \gamma_5 \xi_2 \xi_4 > 0$	H_0 diterima H_5 ditolak	Jalur tidak berpengaruh langsung (positif)

Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Hasil analisis koefisien jalur yang mencakup pengaruh langsung (**Direct Effects**), pengaruh tidak langsung (**Indirect Effects**), dan pengaruh total (**Total Effects**) terhadap variabel pupuk subsidi, produksi padi, pendapatan petani, dan kesejahteraan petani disajikan pada Tabel 3. Analisis ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kekuatan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung antara satu variabel dengan variabel lainnya (Haryono & Wardoyo, 2012).

Hasil analisis Total Effects dari variabel yang diuji (Tabel 3) menunjukkan bahwa kontribusi subsidi pupuk (X_1) terhadap pendapatan petani (Y_1) sebesar 0,61%, sedangkan kontribusi produksi padi (X_2) terhadap pendapatan petani sebesar 20,61%. Adapun kontribusi pendapatan petani (Y_1) terhadap kesejahteraan petani (Y_2) mencapai 3,35%. Selanjutnya, kontribusi subsidi pupuk (X_1) dan produksi padi (X_2) terhadap kesejahteraan petani (Y_2) berturut-turut sebesar 0,15% dan 8,76%. Hasil ini menunjukkan bahwa produksi padi memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan subsidi pupuk dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani di Kabupaten Takalar.

Tabel 3. Koefisien Jalur Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total

Pengaruh antar Variabel	Koefisien Jalur			Kontribusi (%)
	Langsung	Tidak Langsung melalui Y1	Total	
$X_1 \rightarrow Y_1$	0,078	---	0,078	0,61
$X_2 \rightarrow Y_1$	0,454	---	0,454	20,61
$X_1 \rightarrow Y_2$	-0,053	0,014	-0,039	0,15
$X_2 \rightarrow Y_2$	0,212	0,083	0,296	8,76
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,183	---	0,183	3,35

Sumber: Hasil analisis jalur (path) menggunakan software AMOS 19.00, 2025

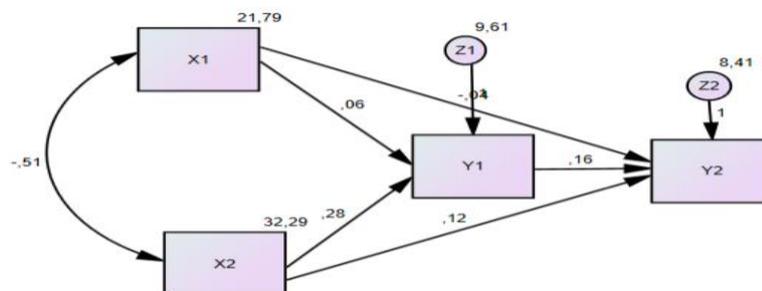
Berdasarkan besaran kontribusi langsung dan tidak langsung dari masing-masing variabel, hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh langsung subsidi pupuk (X_1) terhadap pendapatan petani (Y_1) sebesar 0,61%, lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung subsidi pupuk melalui pendapatan petani (Y_1) terhadap kesejahteraan petani (Y_2) yang hanya sebesar 0,15%.

Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel pendapatan petani tidak berperan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara subsidi pupuk dan kesejahteraan petani. Dengan kata lain, subsidi pupuk tidak secara signifikan memengaruhi kesejahteraan petani melalui peningkatan pendapatan.

Kontribusi pengaruh langsung variabel produksi padi (X_2) terhadap pendapatan petani (Y_1) sebesar 20,61%, lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung produksi padi terhadap kesejahteraan petani (Y_2) melalui pendapatan petani, yang hanya sebesar 8,76%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan petani bukan merupakan variabel intervening dalam hubungan antara produksi padi dan kesejahteraan petani. Dengan demikian, peningkatan produksi padi lebih berkontribusi langsung terhadap kesejahteraan petani dibandingkan melalui mekanisme peningkatan pendapatan.

Model Struktural Persamaan Hubungan Antar Variabel

Model jalur (path analysis) yang menggambarkan hubungan kausal antara pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Jalur Kausalitas antar Variabel

Model ini menunjukkan keterkaitan antara kesejahteraan petani (Y_2) dengan subsidi pupuk (X_1), produksi padi (X_2), dan pendapatan petani (Y_1), serta menghasilkan dua persamaan regresi sebagai berikut:

$$1) Y_1 = 17,057 + 0,059 X_1 + 0,279 X_2$$

Besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Squared Multiple Correlation* (R^2) sebesar 0,211. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabilitas pendapatan petani dapat dijelaskan oleh variabilitas subsidi pupuk, produksi padi sebesar 21,10%, sedangkan sisanya 78,90% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

$$2) Y_2 = 15,593 + (-)0,035 X_1 + 0,115 X_2 + 0,162 Y_1$$

Besarnya koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Squared Multiple Correlation* (R^2) sebesar 0,116. Nilai ini mengindikasikan bahwa variabilitas kesejahteraan petani dapat dijelaskan oleh variabilitas subsidi pupuk, produksi padi, dan pendapatan petani sebesar 11,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 88,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Hasil penelitian di Kabupaten Takalar menunjukkan hubungan jalur antara pupuk bersubsidi terhadap peningkatan produksi, pendapatan dan kesejahteraan petani tidak signifikan dan dampaknya relatif masih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa subsidi pupuk belum memberikan dampak yang kuat terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani. Kontribusi subsidi pupuk terhadap peningkatan pendapatan petani hanya sebesar 0,61%, sedangkan terhadap kesejahteraan petani sebesar 0,15%. Temuan ini memperkuat argumen bahwa efektivitas subsidi pupuk dalam meningkatkan kesejahteraan petani masih perlu ditingkatkan melalui mekanisme distribusi yang lebih tepat sasaran, efisien, dan tepat guna. Walaupun demikian, beberapa penelitian diberbagai wilayah menunjukkan adanya hubungan positif antara subsidi pupuk dengan peningkatan produksi, pendapatan dan kesejahteraan petani (Sari dan Aslikhah, 2017; Siagian *et al.*, 2023; Ajina *et al.*, 2023; Maulia *et al.*, 2023).

Hubungan kausalitas antara subsidi pupuk, produksi padi, pendapatan petani, dan kesejahteraan petani bersifat kompleks dan tidak linear. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor eksternal seperti kondisi cuaca, penerapan teknologi pertanian, dan efektivitas distribusi pupuk, namun tidak dianalisis dalam model jalur ini. Meskipun subsidi pupuk merupakan instrumen kebijakan pemerintah untuk mendukung meningkatkan produksi padi (Kementerian Pertanian RI, 2021), namun dampaknya terhadap petani belum optimal dan menyeluruh untuk beberapa wilayah daerah.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa subsidi pupuk di Kabupaten Takalar secara kausal belum dapat menjadi faktor penggerak utama dalam peningkatan produksi padi yang berdampak pada pendapatan dan kesejahteraan petani. Tantangan dalam implementasi subsidi pupuk meliputi sistem distribusi kurang efisien sehingga tidak tepat guna, ketidaktepatan sasaran, dan efektivitas penggunaan pupuk yang relative rendah.

Oleh karena itu, optimalisasi peran subsidi pupuk, mulai dari sistem penyaluran, jumlah, hingga harga yang diterima petani, menjadi perhatian utama dan penting tindakan perbaikan. Pupuk bersubsidi bertujuan untuk meringankan biaya usahatani dan memastikan penggunaan pupuk dalam jumlah yang cukup guna mendukung produktivitas tanaman padi sehingga petani dapat meningkatkan produksi padi dan kesejahteraannya (Kementerian Pertanian RI, 2021). Namun, efektivitas peningkatan produksi akibat penggunaan pupuk bersubsidi dipengaruhi oleh ketepatan ketersediaan dan distribusi pupuk kepada petani (Nuryanti, *et al.*, 2023). Efektivitas penyaluran dan penggunaan pupuk subsidi berkorelasi positif dengan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani (Siagian *et al.* 2023; Sembiring *et al.* 2024b; Julmasita *et al.* 2025). Beberapa penelitian telah menguatkan bahwa subsidi pupuk dapat meningkatkan produksi padi, pendapatan petani, serta berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan petani (Sari dan Aslikhah, 2017; Setiawan *et al.* 2021; Ajina *et al.* 2023; Siagian *et al.* 2023; Srimeliani, *et al.* 2025).

Produksi padi merupakan hasil dari sistem pengelolaan lahan sawah yang baik dan berdampak signifikan terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani. Peningkatan produksi padi berkontribusi langsung pada peningkatan pendapatan, terutama bagi petani yang bergantung pada hasil panen sebagai sumber utama pendapatan (Simatupang, 2019). Walaupun, peningkatan produksi padi tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan pendapatan petani. Pendapatan petani dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti fluktuasi harga gabah, biaya produksi yang tinggi (tenaga kerja, pestisida, dan sewa lahan), serta keterbatasan akses pasar. Oleh karena itu, selain subsidi pupuk, dukungan dalam stabilisasi harga dan akses pasar juga penting untuk memastikan peningkatan produksi berdampak pada peningkatan pendapatan petani (Sari, 2023; Siregar, *et al.*, 2023).

Dalam penelitian ini menemukan bahwa produksi padi berpengaruh secara signifikan terhadap pendapatan dan kesejahteraan petani. Secara kausal, produksi padi berkontribusi sebesar 20,6% petani secara kausal berpengaruh dan menjadi faktor pendorong utama dengan kontribusi 20,61% terhadap peningkatan pendapatan petani dan sebesar 8,76% terhadap kesejahteraan petani di Kabupaten Takalar. Walakin, korelasi produksi padi terhadap kesejahteraan petani positif, akan tetapi dampaknya relatif masih kecil. Artinya, ada kecenderungan semakin tinggi produksi padi, semakin tinggi pula kontribusinya terhadap kesejahteraan petani.

Kasus petani padi di Kabupaten Takalar menunjukkan bahwa produksi padi belum optimal dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani. Analisis jalur menunjukkan bahwa variabel pendapatan petani berpengaruh tidak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan petani. Artinya pendapatan dari usahatani padi belum mampu secara kausal meningkatkan kesejahteraan petani. Walaupun, hubungannya mempunyai koefisien korelasi positif, yang mengindikasikan bahwa pendapatan petani masih memerlukan penguatan. Kontribusi pendapatan petani secara langsung terhadap kesejahteraan petani 3,35%. Dengan kata lain, hanya 3,35% variasi dalam kesejahteraan petani yang dapat dijelaskan oleh pendapatan petani, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Peningkatan kesejahteraan petani bersifat kompleks dan saling terkait, sehingga alat ukurnya tidak dapat bersifat parsial dan harus diselesaikan secara komprehensif. Menurut Kementerian Pertanian RI. (2023), besarnya pendapatan petani dipengaruhi oleh produktivitas lahan, harga gabah/beras, biaya produksi (pupuk, benih, pestisida, dan tenaga kerja), akses terhadap pasar dan infrastruktur, serta diversifikasi pendapatan petani. Kondisi ini memerlukan intervensi dari pemerintah dan *stakeholder* lainnya dalam upaya peningkatan pendapatan petani guna membentuk keluarga petani yang lebih sejahtera (Syahyuti, 2019).

Upaya peningkatan kesejahteraan petani membutuhkan dukungan kebijakan dari pemerintah, inovasi teknologi, serta peningkatan kapasitas dan pemberdayaan petani (Yulianto, 2019; Maman *et al.* 2021). Oleh karena itu, peningkatan efektivitas penyaluran dan penggunaan pupuk bersubsidi di Kabupaten Takalar perlu didukung melalui penyuluhan, pelatihan, dan penyebaran informasi tentang subsidi pupuk. Penyuluh pertanian berperan sebagai sumber informasi bagi petani mengenai teknik budidaya yang baik, termasuk penggunaan pupuk yang tepat guna (Manan *et al.* 2021; Rachman, 2021). Keterlibatan aktif penyuluh dalam monitoring distribusi pupuk dapat meningkatkan efektivitas penyaluran dan penggunaan pupuk bersubsidi (Painneon, *et al.* 2022; Kurnia, 2024).

Peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani padi di Kabupaten Takalar berkorelasi positif dan signifikan dengan faktor produksi padi dan dominan dalam meningkatkan kesejahteraan petani. Peningkatan kapasitas produksi padi dapat dilakukan dengan perbaikan aspek-aspek produksi pada lahan sawah, seperti penerapan sistem budidaya padi yang baik (*Good agriculture practice-GAP*) dan berwawasan lingkungan sesuai kondisi setempat, peningkatan keberdayaan petani, serta dukungan pemerintah dan *stakeholders* lainnya.

KESIMPULAN

Subsidi pupuk belum berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan produksi padi, pendapatan, maupun kesejahteraan petani. Sebaliknya, produksi padi memiliki peran yang lebih dominan dengan hubungan kausal positif terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan petani di Kabupaten Takalar. Oleh karena itu, optimalisasi sistem distribusi serta pengelolaan penggunaan pupuk bersubsidi menjadi langkah strategis yang perlu diterapkan oleh pemerintah dan pemangku kepentingan. Selain itu, peningkatan kesadaran petani dalam memanfaatkan pupuk bersubsidi secara efektif merupakan faktor kunci dalam upaya meningkatkan produksi padi dan kesejahteraan petani. Untuk memastikan subsidi pupuk memberikan manfaat optimal bagi peningkatan produksi padi, pendapatan, dan kesejahteraan petani di Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan, diperlukan pendekatan kebijakan yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Kabupaten Takalar yang telah menyediakan tempat penelitian dan Lembaga Penelitian dan Pengembangan Sumberdaya (LP₂S) Universitas Muslim Indonesia yang memfasilitasi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajina, H., N. R. Timisela, E. D. Leatemia. (2023). Dampak Kelangkaan Pupuk Bersubsidi terhadap Produksi dan Pendapatan Petani Padi Sawah. *J. Agrosilvopasture-Tech* 2(2), 288-296. DOI: [10.30598/j.agrosilvopasture-tech.2023.2.2.288](https://doi.org/10.30598/j.agrosilvopasture-tech.2023.2.2.288)
- Astuti, W. (2024). Kontribusi Sektor Pertanian Padi Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Lonam Kecamatan Pemangkat Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Lunggi Journal: Literasi Unggulan Ilmiah Multidisipliner*, Vol. 2 No. 4 September-Desember 2024, page 590-600. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/lunggi/article/view/3201>

[BPS] Badan Pusat Statistik. (2023). Kabupaten Takalar Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Takalar.

<https://takalarkab.bps.go.id/id/publication/2023/02/28/d0e8c5b47b698a9f7233d3af/kabupaten-takalar-dalam-angka-2023.html>

[BPS] Badan Pusat Statistik. (2023). Sulawesi Selatan Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan.

<https://sulsel.bps.go.id/id/publication/2023/02/28/3ea69ff21d346fa74bb816b9/provinsi-sulawesi-selatan-dalam-angka-2023.html>

Darwis.V. dan C. Muslim. (2007). Revitalisasi Kebijakan Sistem Distribusi Pupuk dalam Mendukung Ketersediaan Pupuk Bersubsidi di Tingkat Petani. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* Vol. 15, No. 2, 141-168

https://library.unpar.ac.id/index.php?p=show_detail&id=124954

Geasti, Dwi Haryono, M. I. Affandi (2019). Struktur Biaya, Titik Impas, Dan Pendapatan Usahatani Padi Di Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah. *JIIA*, Volume 7 No. 3, 292-297.

<https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/3765>

Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS21 Update PLS Regresi, Edisi Ketujuh, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Julmasita, R., Maidalena, M. I. Harahap. (2025). Pengaruh Distribusi Pupuk, Harga Pupuk, Dan Subsidi Pupuk Terhadap Pendapatan Petani Kelapa Sawit. *E-J. Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 14 No. 01, Januari 2025, 01 – 13. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Siaran Pers, Jakarta, 15 Juli 2023. Benahi Tata Kelola Pupuk Bersubsidi, Pemerintah Siapkan Sektor Pertanian Lebih Inovatif dan Adaptif dengan Kemajuan Teknologi. HM.4.6/374/SET.M.EKON.3/6/2022.

<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4355/benahi-tata-kelola-pupuk-bersubsidi-pemerintah-siapkan-sektor-pertanian-lebih-inovatif-dan-adaptif-dengan-kemajuan-teknologi>

Kementerian Pertanian RI. (2021). *Rencana Strategis Kementerian Pertanian Tahun 2020-2024 (Revisi 2, 26 Agustus 2021)*. Jakarta: Kementerian Pertanian RI. Diakses dari

<https://bpmsph.ditjenpkh.pertanian.go.id/wp-content/uploads/2023/10/RENSTRA-KEMENTAN-2020-2024-REVISI-2-26-Agt-2021.pdf>

Kementerian Pertanian RI. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pertanian Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Pertanian RI.

<https://ppid.pertanian.go.id/doc/1/LAKIN%20Kementan%202023.pdf>

Kurnia, F. A. (2024). Analisis Efektivitas Distribusi Pupuk Subsidi Pada Petani Padi Di Desa Jojjolo Kecamatan Bulukumpa Kabupaten Bulukumba. [Skripsi] Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/42183-Full_Text.pdf

Laung, C. T. (2021). Pertanian Sebagai Pendukung Ekonomi Indonesia. *Researchgate publication at*: <https://www.researchgate.net/publication/357047777>.

Maman, U., I. Aminudin, E. Novriana. (2021). Efektifitas Pupuk Bersubsidi Terhadap Peningkatan Produktivitas Padi Sawah. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, Vol. 14 No. 2 Desember 2021: 176-196.

DOI: [10.33512/jat.v14i2.13268](https://doi.org/10.33512/jat.v14i2.13268)

https://www.researchgate.net/publication/356778555_Efektifitas_Pupuk_Bersubsidi_Terhadap_Peningkatan_Produktivitas_Padi_Sawah

Maulia, T., R. Fathurrahman, P. C. Claudia, T. Sidauruk, M T. Rahmadi, R. Fathurrahman. (2023). Analisis Kelangkaan Pupuk Bersubsidi Untuk Petani Padi (Studi Kasus Dusun VIII Desa Pematang Setrak Kecamatan Teluk Mengkudu). *Journal of Laguna Geography*, Vol. 2. No.1, 16 - 23. DOI: <https://doi.org/10.52562/joulage.v2i1.651>

Novia, S. dan M. Habibi. (2025). Capitalism and agrarian change—class, production, and reproduction in Indonesia. *Agric Hum Vol.* 42, 609–610. <https://doi.org/10.1007/s10460-024-10683-z>

Nuryanti, T., A. N. Milla, E. T. Astutiningsih. (2023). Efektivitas Distribusi Pupuk Bersubsidi pada Tingkat Petani di Kecamatan Sukabumi Kabupaten Sukabumi. *Mahatani: J. Agribisnis*, Vol. 6, No 1, Juni 2023,

162-176.

DOI:

<https://doi.org/10.52434/mja.v6i1.2421>

<https://journal.uniga.ac.id/index.php/MJA/article/view/2421>

- Painneon, E. A., B. P. Sipayung, W. Taena, O. W. Matoneng. (2022). Kinerja Penyuluh Dan Efektivitas Distribusi Pupuk Bersubsidi Di Kabupaten Timor Tengah Utara (Studi Kasus: Desa Oepuah Selatan). *Mahatani: Jurnal Agribisnis (Agribusiness And Agricultural Economics Journal)*, Vol. 5(1), 1-20. DOI: <https://doi.org/10.52434/mja.v5i1.1683>
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 15/M-DAG/PER/4/2013 tentang Pengadaan dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian, Pasal 1 ayat (1).
- Prasetyo, A., Ginting, R., & Kesuma, S. I. (2018). Analisis efektivitas kebijakan subsidi pupuk dan pengaruhnya terhadap produksi dan pendapatan petani padi sawah (Studi kasus Desa Melati II, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai). *Journal on Socio-Economic of Agriculture and Agribusiness*
- Prihtanti, T. M. dan M. Pangestika. (2020). Harga Eceran Beras (HEB), dan Harga Pembelian Pemerintah (HPP), serta Korelasi antara HPP dan HEB. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPI)*. Vol 25 No 1, Hal 1-9. Bogor.
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/article/view/14725>
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. (2023). Analisis Kesejahteraan Petani Tahun 2023. Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.
- Rachman, H. P. (2021). Peran Teknologi dalam Meningkatkan Produktivitas Petani. *Jurnal Agribisnis*, 15(2), 45-60. <https://pertanian.uma.ac.id/2024/07/24/peran-teknologi-dalam-meningkatkan-produktivitas-pertanian-di-indonesia/>
- Sari, L.R. dan Aslikhah N. (2017). Pengaruh Subsidi Pupuk Terhadap Peningkatan Produksi Dan Pendapatan Petani Di Desa Sudimoro Kabupaten Jombang Dalam Perspektif Fenomenologis. *Seminar Nasional Sistem Informasi 2017, 14 September 2017. Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang*, 284 -293. <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/53>
- Sari, M. N. (2023). Dampak Ketidakefektifan Subsidi Pupuk terhadap Produksi Padi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 28(3), 67-80. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/JIPI/issue/view/1399>
- Sembiring, S.A., J. Hutauruk, C.P.H. Saragi. (2024a). Implementation of fertilizer subsidy policy to fertilizer cost saving based on Indonesian minister of agriculture regulations. *IOP Conference Series Earth and Environmental Science*, 1413(1):012095. DOI: [10.1088/1755-1315/1413/1/012095](https://doi.org/10.1088/1755-1315/1413/1/012095)
- Sembiring, S. A., M. Sitohang, M. F. Nainggolan, E. D. Sinaga. (2024b). Dampak Kebijakan Pupuk Bersubsidi Terhadap Pendapatan Bersih Usatani Padi Sawah Berdasarkan Permentan No 10 Tahun 2022 di Kelurahan Tualang Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai. *JURNAL AGRIST*. Vol. 5 No.1, 8-14 <http://ejournal.ust.ac.id/index.php/AGRIUST>
- Setiawan, A. C., D. Mursinto, T. Haryanto. (2021). Direct Fertilizer Subsidies on Productions and Househok Income in Indonesia. *Journal Trikonomika*. Vol. 20(1), 1-10. DOI <https://doi.org/10.23969/trikononika.v20i1.3896>
<https://doaj.org/article/cd66303bf9a648c89f6799849d626ad4>
- Siagian, N.; D. E. M. Gultom, D. Pakpahan, S. R. Saragih Sitio, T. M. N. (2023). Pengaruh Pupuk Subsidi dan Produksi Hasil Panen terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Tapanuli Utara. *Jiip (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)* Vol. 6, No. 4, 2743-2748. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i4.1927>
- Simatupang, P. (2019). Hubungan Produksi Padi dan Pendapatan Petani di Indonesia: Analisis Ekonomi Mikro. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 45-60.
- Siregar, R., Z. M. Nawawi, L. Syafina. (2023). Pengaruh Distribusi Pupuk, Biaya Produksi Kelapa Sawit dan Subsidi Pupuk terhadap Pendapatan Petani di Desa SEI Siarti Kabupaten Labuhanbatu. *Adl Islamic Economic: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol. 4 No.1, 33 – 44. DOI: <https://doi.org/10.56644/adl.v4i1.58>
- Srimeliani, R. Bakri, R. M. Rukka, R. A. Nadja, P. Diansari. (2025). Dampak Berkurangnya Jenis Pupuk Bersubsidi terhadap Produksi dan Pendapatan Petani Padi Sawah (Studi Kasus di Desa Limpocoe,

Kecamatan Cenrana, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. *J. Agrifitia*. Vol. 5, No. 01, Maret 2025, 1-18. DOI: 10.55180/aft.v5i1.1562

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta Press, 783pp.

Supriyo, A. (2023). Inovasi Pertanian Ramah Lingkungan Terhadap Produktivitas Padi Sawah (Environmentally Friendly Agricultural Innovations for Paddy Rice Productivity). Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian dan Perikanan. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, Volume 4, 153-161. DOI: <https://doi.org/10.30595/pspfs.v4i>

Syahyuti. (2019). *Dinamika Sosial Ekonomi Petani Padi di Indonesia*. Bogor: IPB Press.

Yulianto, A. (2019). Strategi Kebijakan dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Padi di Indonesia. *Jurnal Agriekonomika*, 8(1), 14-25. <https://journal.trunojoyo.ac.id/agriekonomika/article/view/9391>

Yunianti, A., & Fauziah, E. (2024). Perspektif peningkatan produksi padi di Kabupaten Lamongan. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 11(2). <https://doi.org/10.20961/sepa.v11i2.14170>



ANALISIS NILAI TAMBAH PADA PRODUK UBI KAYU DI KECAMATAN SIMPANG KIRI KOTA SUBULUSSALAM

ANALYSIS OF ADDED VALUE IN CASSAVA PRODUCTS IN SIMPANG KIRI DISTRICT, SUBULUSSALAM CITY

Qhsthina Atikah^{1*}, Bagio², Ummy Qalsum¹, Nana Ariska³

¹ Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala, Aceh, Indonesia

² Pogram Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Aceh, Indonesia

³ Pogram Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Aceh, Indonesia

Email: qhsthina.atikah@usk.ac.id

Diserahkan: 24/05/2025

Direvisi: 13/05/25

Diterima: 05/06/25

Abstrak. Sektor pertanian merupakan pilar utama perekonomian nasional, khususnya di negara berkembang. Kontribusinya mencapai 18,7% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Kementerian Pertanian, 2023) dan mampu menyerap 29% tenaga kerja nasional (BPS, 2023), menjadikannya sektor vital dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan lapangan kerja. Penelitian ini dilaksanakan pada usaha kecil pembuatan keripik ubi di Desa Makmur Jaya, Kecamatan Simpang Kiri, Kota Subulussalam. Studi ini menganalisis nilai tambah pengolahan ubi kayu menjadi keripik putih dan keripik pedas pada skala usaha mikro dengan menerapkan metode Hayami. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua varian produk menghasilkan nilai tambah yang tergolong tinggi (>63%), dengan keripik ubi pedas lebih efisien (63,87%) dibandingkan keripik ubi putih (63,78%), mengindikasikan bahwa diversifikasi rasa dapat meningkatkan profitabilitas. Berdasarkan analisis distribusi pendapatan, alokasi terbesar diperuntukkan bagi tenaga kerja (24,08-26,74%), menunjukkan bahwa usaha ini berkontribusi besar terhadap peningkatan pendapatan pekerja pedesaan. Biaya input produksi menyerap 56,56-68,57% pendapatan, sementara proporsi keuntungan usaha relatif kecil (7,35-16,79%), mengisyaratkan perlunya efisiensi biaya untuk meningkatkan laba. Temuan ini membuktikan bahwa pengolahan ubi kayu menjadi keripik, terutama varian pedas, tidak hanya efektif meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro tetapi juga berpotensi mendorong pembangunan ekonomi pedesaan yang berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan usaha ini perlu didukung melalui pelatihan, akses permodalan, dan pemasaran yang lebih baik agar kontribusinya terhadap perekonomian lokal dapat lebih optimal.

Kata kunci: Agroindustri; keripik; nilai tambah; ubi kayu

Abstract. The agricultural sector serves as a cornerstone of the national economy, particularly in developing countries. In Indonesia, it contributes 18.7% to the Gross Domestic Product (GDP) (Ministry of Agriculture, 2023) and absorbs 29% of the national workforce (BPS, 2023), making it a vital sector for economic growth and employment. This study was conducted on a small-scale cassava chip enterprise in Makmur Jaya Village, Simpang Kiri Subdistrict, Subulussalam City. The research analyzes the value-added of processing cassava into plain and spicy chips at the micro-enterprise level using the Hayami method. The analysis reveals that both product variants yield relatively high value-added (>63%), with spicy cassava chips being slightly more efficient (63.87%) compared to plain ones (63.78%), suggesting that flavor diversification can enhance profitability. Income distribution analysis shows that the largest share is allocated to labor (24.08–26.74%), indicating that this business significantly contributes to rural workers' income. Meanwhile, production input costs account for 56.56–68.57% of revenue, while profit margins remain relatively small (7.35–16.79%), highlighting the need for cost efficiency to improve profitability. These findings demonstrate that processing cassava into chips especially spicy variants not only effectively increases micro-enterprise income but also holds potential for sustainable rural economic development. Therefore, fostering this industry through training, better access to capital, and improved marketing strategies is essential to maximize its contribution to the local economy

Keywords: Agroindustry; cassava; chips; value-added

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan fondasi utama sistem agribisnis dan berperan vital dalam perekonomian nasional, khususnya di negara berkembang. Data empiris menunjukkan bahwa di kawasan Asia Tenggara, sektor ini mampu menyerap 45% tenaga kerja dan menyumbang 25% terhadap total Gross Domestic Product (GDP) (Food and Agriculture Organization, 2023). Di Indonesia, kontribusi sektor pertanian lebih spesifik dengan mencatat 18,7% terhadap PDB nasional dan menunjukkan pertumbuhan stabil sebesar 3,2% per tahun (Kementerian Pertanian, 2023). Hal yang lebih mengesankan, sektor ini berhasil menjadi buffer ekonomi selama masa krisis dengan tetap mencatat pertumbuhan positif sebesar 2,19% pada masa pandemic (Badan



Copyright (c) 2025 2025 Qhsthina Atikah, Bagio, Ummy Qalsum, Nana Ariska. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pusat Statistik, 2021). Fenomena ini memperkuat proposisi Barney (1991) dalam teori resource-based view yang menempatkan sumber daya pertanian sebagai competitive advantage suatu bangsa.

Signifikansi sektor pertanian tidak hanya terletak pada kontribusi makroekonomi, tetapi juga dalam menjamin ketahanan pangan dan livelihood masyarakat. Data terbaru mengungkapkan bahwa sekitar 60% populasi global bergantung secara langsung maupun tidak langsung pada sektor ini (Food and Agriculture Organization, 2022), dengan di Indonesia sendiri mencatat penyerapan 29% tenaga kerja nasional (Badan Pusat Statistik, 2023). Agroindustri sebagai subsistem kunci menciptakan multiplier effect melalui peningkatan nilai tambah komoditas, dimana produk olahan mampu meningkatkan nilai ekonomi hingga 3-5 kali lipat dibanding bahan mentah (Kementerian Pertanian, 2023). Resiliensi sektor pertanian dalam menjaga stabilitas ekonomi nasional telah teruji, terutama dalam menghadapi gejala global (World Bank, 2021).

Nilai tambah (*value added*) secara konseptual didefinisikan sebagai selisih antara nilai output (produk akhir) dengan nilai input (bahan baku dan biaya produksi) dalam suatu proses produksi (Raphael & Mike, 2018). Dalam konteks agroindustri, nilai tambah diperoleh melalui transformasi bahan mentah menjadi produk jadi seperti keripik, tepung, atau produk turunan lainnya. Agroindustri pengolahan ubi kayu menjadi keripik merupakan salah satu bentuk value addition yang penting dalam sistem agribisnis. Menurut data Kementerian Pertanian (2023), pengolahan ubi kayu dapat meningkatkan nilai ekonominya hingga 300% dibandingkan penjualan dalam bentuk segar.

Keripik ubi sebagai produk olahan bernilai tinggi memiliki nilai strategis dalam sistem agribisnis. Studi oleh Balai Besar Industri Agro (2023) menunjukkan bahwa pasar keripik ubi di Indonesia tumbuh 8% per tahun, didorong oleh meningkatnya permintaan produk camilan sehat. Produk ini juga memiliki potensi ekspor yang signifikan ke negara-negara Asia Tenggara dan Timur Tengah (Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN), 2023), dengan margin keuntungan mencapai 40-60% sehingga sangat menjanjikan bagi pelaku UMKM.

Pengembangan agroindustri keripik ubi memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha di pedesaan. Penelitian Akubo et al. (2023) menunjukkan bahwa penerapan teknologi pengolahan modern mampu meningkatkan pendapatan pengrajin sebesar 25-40% dalam waktu 6 bulan. Temuan ini diperkuat oleh laporan Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022) dalam program "Sentra Usaha Keripik Ubi Nasional" yang mencatat peningkatan kapasitas produksi dari 50 kg/hari menjadi 150 kg/hari dalam 2 tahun.

Meskipun memiliki potensi ekonomi yang signifikan, pengembangan agroindustri ubi kayu menghadapi berbagai kendala. Sebagian besar UMKM masih mengandalkan pengolahan manual sehingga kualitas produk kurang konsisten (Rukayah et al., 2015). Selain itu, banyak produk belum memiliki kemasan dan label yang memenuhi standar BPOM (Widiati, 2020), serta pemasaran yang masih terbatas pada pasar tradisional karena minimnya pemanfaatan digital marketing (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia., 2022). Keterbatasan modal juga menjadi hambatan utama dalam inovasi dan peningkatan produksi (Hasibuan & Marliyah, 2024).

Penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan potensi ekonomi pengolahan ubi kayu. Rukayah et al. (2015) membuktikan bahwa konversi ubi kayu menjadi keripik mampu meningkatkan nilai tambah hingga 65%, didukung oleh temuan Widiati (2020) tentang pentingnya profesionalisasi kemasan. Namun demikian, Hasibuan & Marliyah (2024) mengingatkan bahwa keterbatasan modal tetap menjadi kendala utama. Di sisi lain, Kementerian Pertanian (2023) mencatat kontribusi substansial produk olahan terhadap PDB sektor pertanian, sementara Sulaiman & Natawidjaja (2019) mengungkap bahwa diversifikasi rasa mampu meningkatkan margin keuntungan hingga 15%.

Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa pengembangan usaha pengolahan ubi kayu tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi tetapi juga memberikan dampak sosial yang signifikan, sesuai dengan teori pembangunan berkelanjutan (Sen, 1999). Studi longitudinal oleh Hasibuan & Marliyah (2024) mengungkapkan bahwa 72% pengrajin melaporkan peningkatan kemampuan membiayai pendidikan anak, menunjukkan peran agroindustri sebagai katalisator peningkatan kualitas hidup masyarakat pedesaan. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan nilai tambah kedua produk tersebut guna menentukan

mana yang memberikan kontribusi keuntungan lebih besar bagi pengrajin, yang ada di Kecamatan Simpang kiri, Kota Subulussalam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Makmur Jaya, Kecamatan Simpang Kiri, Kota Subulussalam, dengan menitikberatkan pada unit usaha keripik ubi milik Bapak Sunari yang telah beroperasi sejak tahun 2000. Pemilihan subjek penelitian dilakukan melalui teknik purposive sampling oleh Sekaran & Bougie (2016) berdasarkan kriteria khusus: (1) masa operasional lebih dari dua dekade, dan (2) diversifikasi produk berupa keripik ubi putih dan keripik ubi pedas sebagai objek utama penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2025. Studi ini bertujuan menganalisis proses transformasi ubi kayu dan membandingkan nilai tambah kedua varian produk untuk menentukan kontribusi keuntungan terbesar bagi pengrajin. Pengambilan data menerapkan metode total sampling yang mencakup seluruh tahapan produksi dengan melibatkan lima pekerja tetap, sementara pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode meliputi: (1) wawancara semi-terstruktur dengan pemilik usaha, (2) observasi partisipatif proses produksi, serta (3) kajian dokumen catatan keuangan dan laporan penjualan tiga tahun terakhir.

Pengukuran nilai tambah dalam pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi putih dan keripik ubi pedas dilakukan menggunakan metode Hayami, yang dikembangkan oleh Hayami (1987). Metode ini dirancang khusus untuk menganalisis peningkatan nilai produk melalui proses produksi, terutama dalam konteks agroindustri. Keunggulannya terletak pada kemampuan untuk mengukur secara sistematis nilai tambah yang dihasilkan dari transformasi bahan mentah menjadi produk akhir. Hasil perhitungan nilai tambah berdasarkan metode Hayami disajikan secara rinci dalam Tabel 1.

Tabel 1. Metode Analisis Nilai Tambah

No	Variabel	Nilai
I. Output, input, harga		
1.	Hasil/produksi (kg/proses)	a
2.	Bahan baku (kg/proses)	b
3.	Tenaga kerja (orang/proses)	c
4.	Faktor konversi ($\frac{1}{2}$)	$d = a/b$
5.	Koefisien tenaga kerja ($\frac{3}{2}$)	$e = c/b$
6.	Harga produk rata-rata (Rp/kg)	f
7.	Upah rata-rata (Rp/orang) $1 \times$ produksi	g
II. Pendapatan dan keuntungan		
8.	Harga bahan baku (Rp/kg)	h
9.	Sumbangan input lain (Rp/kg)*	i
10.	Nilai produk (Rp/kg) (4×6)	$j = d \times f$
11.	a. Nilai tambah (Rp/kg) (10-8-9)	$k = j - h - i$
	b. Ratio nilai tambah (%) ($11a/10$)	$l (\%) = k/j \times 100\%$
12.	a. Imbalan tenaga kerja (Rp/hk) (5×7)	$m = e \times g$
	b. Bagian tenaga kerja (%) ($12a/11a$)	$n (\%) = m/k \times 100\%$
13.	a. Keuntungan (Rp) ($11a - 12a$)**	$o = k - m$
	b. Tingkat keuntungan (%) ($13a/11a$)	$p (\%) = o/k \times 100\%$
III. Balas jasa pemilik faktor-faktor produksi		
14.	Margin (10-8) (Rp)	$q = j - h$
	a. Pendapatan tenaga kerja (%) ($12a/14$)	$r (\%) = (m/q) \times 100\%$
	b. Sumbangan input lain (%) ($9/14$)	$s (\%) = (i/q) \times 100\%$
	c. Keuntungan perusahaan (%) ($13a/14$)	$t (\%) = (o/q) \times 100\%$

Sumber: Metode Perhitungan Nilai Tambah Hayami (1987)

Keterangan:

- A = Jumlah total produksi dari masing-masing olahan ubi kayu yang dikemas oleh pengrajin (kg).
- B = Jumlah bahan baku ub kayu yang digunakan untuk membuat setiap produk olahan, seperti keripik ubi putih dan keripik ubi pedas

- C = Tenaga kerja yang terlibat dalam produksi olahan ubi kayu, dihitung dalam satuan HOK untuk satu periode analisis.
 F = Harga jual produk selama periode analisis.
 G = Total upah yang diterima pekerja per HOK dalam satu periode produksi.
 H = Harga bahan baku utama per kilogram (kg) pada periode analisis.
 I = Biaya tambahan lainnya, meliputi biaya bahan pendukung, penyusutan, bahan bakar, dan pengemasan.

Besarnya nilai tambah yang dihasilkan dapat diukur menggunakan indikator nilai tambah dalam pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi putih dan keripik ubi pedas, sesuai dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian (2015), yaitu sebagai berikut:

- 1) Nilai tambah keripik ubi putih dan keripik ubi pedas dianggap rendah jika rasio nilai tambahnya <20%.
- 2) Nilai tambah dianggap sedang jika rasio nilai tambahnya berada antara 20-50%.
- 3) Nilai tambah dikategorikan tinggi jika rasio nilai tambahnya >50%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengolahan ubi kayu menjadi keripik merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan nilai tambah komoditas pertanian. Salah satu contoh nyata adalah usaha keripik ubi kayu milik Bapak Sunari yang telah beroperasi sejak tahun 2000an. Meskipun termasuk dalam kategori usaha mikro dengan peralatan sederhana dan belum memiliki label usaha resmi, unit produksi ini telah mampu menyerap tenaga kerja lokal dalam proses produksinya. Hal yang menarik untuk dikaji, meskipun telah beroperasi selama lebih dari dua dekade, usaha ini belum melakukan penghitungan komprehensif mengenai nilai tambah masing-masing varian produk yang dihasilkan. Padahal, analisis nilai tambah merupakan aspek penting untuk mengevaluasi efisiensi dan potensi pengembangan usaha.

Analisis nilai tambah adalah metode yang digunakan untuk memperkirakan sejauh mana bahan baku yang telah diproses mengalami perubahan, yang kemudian menghasilkan nilai tambah yang dipengaruhi oleh penggunaan teknologi yang diterapkan dalam proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi putih dan keripik ubi pedas. Keunggulan usaha ini terletak pada kemudahan proses produksi, kebutuhan modal yang terjangkau, serta penggunaan peralatan sederhana, sehingga sangat potensial untuk dikembangkan sebagai usaha skala kecil yang menguntungkan (Atikah et al., 2024).

Tabel 2. Analisis Nilai Tambah Ubi Kayu

No	Uraian	Nilai Konversi	Keripik Ubi Putih	Keripik Ubi Pedas
I	Output, Input, Harga			
1	Ouput /Total Produksi (Keripik Ubi) Kg	A	6,25	6,50
2	Input Ubi kayu (Kg)	B	25,00	25,00
3	Input Tenaga Kerja (Rp/HOK)	C	1,00	1,00
4	Faktor Konversi	$D = A/B$	0,25	0,26
5	Koefesien Tenaga Kerja	$E = C/D$	4,00	3,85
6	Harga Output (Rp/Kg)	F	50.000,00	60.000,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)	G	1.800,00	2.000,00
II.	Penerimaan Keuntungan (Rp/Kg)			
8	Harga Baku/ Kg	H	2.000,00	2.000,00
9	Harga Input Lain (Rp/Kg)	I	2.528,00	3.636,00
10	Nilai Ouput / Olahan	$J = D \times F$	12.500,00	15.600,00
11	a. Nilai Tambah (Rp)	$K = J - H - I$	7.972,00	9.964,00
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	$L\% = (K/J) \times 100$	63,78	63,87
12	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/Kg)	$M = E \times G$	7.200,00	7.692,31
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	$N = (M/K) \times 100$	90,32	77,20
13	a. Keuntungan (Rp/Kg)	$O = K - M$	772,00	2.271,69
	b. Tingkat Keuntungan (%)	$P\% = (O/J) \times 100\%$	6,18	14,56
III	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi			
14	Marjin (Rp/Kg)	$Q = J - H$	10.500,00	13.600,00

No	Uraian	Nilai Konversi	Keripik Ubi Putih	Keripik Ubi Pedas
a.	Tenaga Kerja (%)	$R\% = (M/Q) \times 100\%$	68,57	56,56
b.	Modal (%)	$S\% = (I/Q) \times 100\%$	24,08	26,74
c.	Keuntungan (%)	$T\% = (O/Q) \times 100\%$	7,35	16,70
			100,00	100,00

Sumber: Data primer (diolah), 2025

Berdasarkan data pada Tabel 2, pengolahan ubi kayu sebanyak 25 kg menghasilkan rata-rata 6,25 kg keripik ubi putih dan 6,50 kg keripik ubi pedas. Proses produksi usaha pengolahan ubi kayu ini dilakukan dengan kapasitas rata-rata 400 kg bahan baku per bulan. Produksi keripik ubi putih dan keripik ubi pedas dilaksanakan secara rutin dengan output akhir berupa kedua varian keripik tersebut. Usaha yang dikelola oleh Bapak Sukari melakukan proses produksi sebanyak 8 (delapan) kali dalam satu bulan. Sedangkan untuk harga jual antara keripik ubi putih sebesar Rp. 50.000 per kg, dan keripik ubi pedas sebesar Rp. 60.000 per kg. Rata-rata menggunakan tenaga kerja sebanyak 1 (satu) orang per proses produksi keripik tersebut. Penggunaan tenaga kerja rata-rata Rp. 1.800 per kg untuk keripik ubi putih dan Rp. 2.000 per kg untuk keripik ubi pedas. Dengan demikian, setiap kali mengolah 25 kg ubi kayu untuk menjadi keripik ubi kayu, rata-rata tenaga kerja langsung memperoleh pendapatan sebesar Rp. 45.000 s.d Rp. 50.000 per orang. Sejalan penelitian dari Baihaqi et al. (2024), bahwa proses produksi dengan kapasitas 225 kg per siklus produksi yang dilakukan sebanyak 5 kali telah mencapai tingkat efisiensi yang menguntungkan secara ekonomi.

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 2, bahwa proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi mampu menghasilkan keuntungan yang cukup signifikan. Secara rinci, harga pokok bahan baku utama yaitu ubi kayu segar adalah sebesar Rp. 2.000 per kilogram. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Widiati, 2020), yang melaporkan bahwa biaya bahan baku merupakan komponen utama dalam struktur biaya produksi keripik ubi, namun tetap memberikan margin keuntungan yang menarik. Selain itu, terdapat biaya input lainnya yang turut berkontribusi dalam proses produksi, seperti biaya produksi meliputi biaya tetap dan biaya variabel yang terdiri atas kebutuhan bahan pembantu seperti minyak goreng, garam, penyedap rasa, cabai kering, gula, kemasan plastik, serta penyusutan peralatan yang digunakan dalam proses produksi keripik ubi, secara keseluruhan, total biaya input produksi berkisar antara Rp. 2.528 hingga Rp. 3.636 per kilogram ubi kayu yang diolah. Variasi biaya ini terutama dipengaruhi oleh fluktuasi harga bahan pembantu di pasar, sebagaimana juga diamati dalam penelitian Rukayah et al. (2015) tentang struktur biaya produksi makanan olahan berbasis ubi kayu.

Nilai tambah yang diperoleh dari setiap kilogram ubi kayu yang diproses menjadi keripik ubi putih sebesar Rp. 7.972 per kg, dan Rp. 9.964 per kg untuk keripik ubi pedas. Nilai tambah ini merupakan selisih antara nilai jual produk akhir dengan total biaya produksi. Rasio nilai tambah yang sebesar 63,78% untuk keripik ubi putih dan 63,87% untuk keripik ubi pedas kategori tinggi, termasuk kategori tinggi, sejalan dengan hasil penelitian Widiastuti et al. (2020) pengolahan ubi kayu menjadi kelanting menghasilkan nilai tambah sebesar Rp. 5.493,00 per kilogram, setara dengan 64,35% dari total nilai produksi. Berdasarkan kriteria klasifikasi nilai tambah, rasio ini termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nilai output yang dihasilkan berasal dari proses pengolahan. Artinya bahwa usaha pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi sangat efisien dan menguntungkan. Penelitian oleh Aldi & Rizki (2021) mengungkapkan bahwa proses pengolahan ubi kayu mampu menghasilkan margin keuntungan yang besar sekaligus mencapai tingkat efisiensi produksi yang optimal. Temuan serupa dilaporkan oleh Sari et al. (2020), yang menyoroti dampak positif pengolahan ubi kayu terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, menegaskan perannya dalam penguatan ekonomi lokal.

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat jelas bahwa proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik menghasilkan distribusi nilai tambah yang signifikan bagi berbagai faktor produksi. Balas jasa pemilik faktor produksi (imbangan) dari produksi ubi kayu menjadi keripik ubi putih dan keripik ubi pedas merupakan representasi nyata dari kompensasi penggunaan berbagai faktor produksi dalam kegiatan usaha ini. Besar kecilnya imbalan untuk tiap faktor produksi tercermin dalam margin yang dibagikan ke setiap komponen, meliputi: (1) pendapatan

tenaga kerja langsung, (2) kontribusi dari input produksi lainnya, dan (3) laba pengusaha sebagai imbalan atas risiko usaha yang ditanggung.

Data penelitian menunjukkan bahwa margin yang diperoleh dari pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi putih mencapai Rp. 10.500, sementara untuk keripik ubi pedas mencapai Rp. 13.600 untuk setiap 25 kg ubi kayu yang diolah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aldi & Rizki (2021) yang menyatakan bahwa transformasi ubi kayu menjadi produk olahan tidak hanya meningkatkan nilai ekonomis komoditas tersebut secara signifikan, tetapi juga berperan penting dalam peningkatan kesejahteraan tenaga kerja dan pelaku usaha. Lebih mendalam, penelitian oleh Puritan et al. (2024), mengungkapkan bahwa pola distribusi nilai tambah pada usaha pengolahan ubi kayu cenderung lebih menguntungkan dibandingkan komoditas pertanian lainnya. Hal ini disebabkan oleh karakteristik produk olahan yang memiliki nilai jual lebih tinggi dan masa simpan lebih panjang. Mereka menemukan bahwa setiap Rp. 1.000 peningkatan nilai tambah, sekitar 35-40% diantaranya mengalir ke tenaga kerja, 45-50% untuk biaya input produksi, dan sisanya menjadi keuntungan pengusaha. Temuan penting lainnya datang dari penelitian Balai Besar Industri Agro (2023) yang menyoroati aspek produktivitas tenaga kerja dalam usaha pengolahan keripik ubi. Mereka melaporkan bahwa dengan sistem kerja yang terorganisir, seorang tenaga kerja mampu menghasilkan nilai tambah hingga Rp. 85.000 per hari, angka yang cukup signifikan dibanding upah rata-rata pekerja sektor informal di pedesaan. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa usaha pengolahan ubi kayu memiliki dampak multiplier effect yang nyata terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga.

Studi-studi tersebut secara konsisten membuktikan bahwa konversi ubi kayu menjadi keripik tidak hanya mampu menjadi penggerak ekonomi rumah tangga, tetapi juga berperan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Pola distribusi nilai tambah yang terlihat dalam usaha ini menunjukkan skema pembagian manfaat yang relatif proporsional antara tenaga kerja, penyedia input produksi, dan pengusaha, menciptakan ekosistem usaha yang saling menguntungkan. Artinya konversi ubi kayu menjadi keripik ubi putih dan keripik ubi pedas mampu menjadi penggerak ekonomi rumah tangga sekaligus pendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Distribusi nilai tambah ini mengindikasikan beberapa hal penting. Pertama, porsi terbesar dari margin keuntungan dialokasikan untuk tenaga kerja, menunjukkan bahwa usaha ini bersifat padat karya dan memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja. Kedua, meskipun keripik ubi pedas memiliki nilai tambah absolut yang lebih besar (Rp. 13.600 per 25 kg dibanding Rp. 10.500 untuk varian putih), perbedaan persentase distribusi nilai tambah antara kedua varian tidak terlalu signifikan. Hal ini sejalan dengan temuan Batubara & Levyda (2018) dalam penelitiannya tentang diversifikasi produk olahan ubi yang menyatakan bahwa meskipun produk varian rasa tertentu memiliki harga jual lebih tinggi, struktur biaya produksinya tetap mempertahankan proporsi yang relatif stabil antara komponen tenaga kerja, bahan baku, dan keuntungan. Berdasarkan analisis, selisih nilai tambah antara keripik ubi putih dan keripik ubi pedas tidak signifikan ($p > 0.05$), meskipun keripik pedas menunjukkan nilai tambah absolut lebih tinggi (Rp. 2.500/unit vs Rp. 2.200/unit). Fenomena ini sesuai dengan teori nilai tambah Kaplinsky & Morris (2001) yang menjelaskan bahwa perbedaan nilai tambah dipengaruhi oleh kompleksitas value chain melalui proses pengolahan tambahan seperti pencampuran bumbu dan elastisitas permintaan, dimana keripik pedas memang memerlukan input bumbu dengan biaya marginal +15% namun hanya mampu menciptakan premium price 10-12% sehingga selisih nilai tambahnya menjadi tidak terlalu besar.

KESIMPULAN

Kedua produk olahan ubi kayu, yaitu keripik ubi putih dan keripik ubi pedas, sama-sama memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap bahan baku yaitu menghasilkan nilai tambah lebih dari 50%. Akan tetapi, dari segi persentase nilai tambah yang dihasilkan keripik ubi putih dan keripik ubi pedas tidak terlalu berbeda yaitu 63,78% dan 63,87%. Hal ini mengindikasikan bahwa proses pengolahan ubi kayu menjadi keripik ubi pedas lebih efisien dalam menghasilkan nilai tambah.

Saran yang dapat diberikan antar lain : 1) meningkatkan efisiensi proses produksi, khususnya untuk keripik ubi pedas yang lebih efisien, dengan mengoptimalkan pemilihan bahan baku, teknologi pengolahan, dan manajemen tenaga kerja, 2) diversifikasi produk dan pengembangan varian rasa dapat memperluas pasar,

3) pelatihan dan pendampingan bagi UMKM juga diperlukan untuk meningkatkan kapasitas produksi. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan profitabilitas dan daya saing produk olahan ubi kayu dapat semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akubo, D., Usman, F., A., A., Egbunu, M., & J., I. (2023). Economics Of Small-Scale Cassava Processing In Adavi Local Government Area Of Kogi State. *FUDMA Journal of Agriculture and Agricultural Technology*, 9, 172–178. <https://doi.org/10.33003/jaat.2023.0901.23>
- Aldi, F., & Rizki, T. (2021). *Strategi pengembangan usaha keripik ubi kayu [Conference presentation]. Lokakarya Agroindustri Desa, Bogor, Indonesia.*
- Atikah, Q., Mardhina, J., Fp, Q., & Santri, L. (2024). *Improving the Household Economy Through Value-Added Cassava Crackers in Pasie Raja District, Aceh Selatan Regency*. 2(6), 361–370.
- Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN). (2023). *Prospek dan strategi pengembangan ekspor UMKM Indonesia [Laporan tahunan]*. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Laporan kinerja sektor pertanian selama pandemi COVID-19*. <https://www.bps.go.id>. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik ketenagakerjaan sektor pertanian Indonesia 2023*. Badan Pusat Statistik.
- Baihaqi, B., Windayani, W., & Bahar, H. (2024). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ubi Kayu (Manihot esculenta) menjadi Keripik Ubi kayu. *Jurnal Teknologi Pengolahan Pertanian*, 6(1), 5. <https://doi.org/10.35308/jtpp.v6i1.9394>
- Balai Besar Industri Agro. (2023). *Laporan Produktivitas Tenaga Kerja pada Industri Pangan Olahan Skala Kecil*. Kementerian Perindustrian RI.
- Barney. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*.
- Batubara, S., & Levyda, L. (2018). Developing Marketing Of Cassava Chips By Product Diversification And Packaging In Mangkalaya, Sukabumi. *ICCD*, 1, 545–551. <https://doi.org/10.33068/iccd.Vol1.Iss1.82>
- Food and Agriculture Organization. (2022). *The state of food and agriculture 2022: Leveraging automation in agrifood systems*. Food and Agriculture Organization.
- Food and Agriculture Organization. (2023). *Employment trends in Southeast Asian agriculture sector. Regional Office for Asia and the Pacific*. Food and Agriculture Organization. <https://www.fao.org/asiapacific>
- Hasibuan, I. M., & Marliyah. (2024). Obstacles of accessibility of financing for micro smalland medium enterprises (MSMEs) from financilal institution. *Aksioma: Jurnal Manajemen*, 3(1), 15–24.
- Hayami, Y. (1987). *Agricultural marketing and processing in upland Java: A perspective from a Sunda village*. CGPRT Centre.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A handbook for value chain research (Vol. 113)*. Brighton: Institute of Development Studies.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan Akhir Program Sentra Usaha Keripik Ubi Nasional 2020-2022*. Kemenkop UKM.
- Kementerian Pertanian. (2023). *Laporan perkembangan agroindustri dan nilai tambah pertanian 2023*.
- Puritan, N., Sutrisno, J., & Barokah, U. (2024). Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan UMKM Keripik Singkong di Kabupaten Bojonegoro (Studi Kasus pada UMKM Keripik Singkong Sitimewa Desa Gunungsari Kecamatan Baureno Kabupaten Bojonegoro). 2(2), 108–115.
- Raphael, K., & Mike, M. (2018). *Value chain analysis: A tool for enhancing export supply policies*. International Trade Centre.
- Rukayah, I., Khaswarina, S., & Edwina, S. (2015). *Srtategi Pengembangan Agroindustri Keripik Singkong Primadona DI Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru*. 4(12), 10–14. <https://doi.org/10.3969/j.issn.1008-0813.2015.03.002>

- Sari, A. S., Fauzia, L., & Emalisa. (2020). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Tape Ubi (Studi Kasus: Kelurahan Baru Ladang Bambu, Kecamatan Medan Tuntungan, Kota Medan). *Jurnal Agrilink*, 2(2), 62–70. <https://doi.org/10.36985/agrilink.v9i2.429>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (7th ed.)*. Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Oxford University Press.
- Sulaiman, S., & Natawidjaja, R. (2019). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Keripik Singkong (Studi Kasus Sentra Produksi Keripik Singkong Pedas di Kelurahan Setiamanah, Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 5, 973. <https://doi.org/10.25157/jimag.v5i1.1445>
- Widiastuti, T., Nurdjanah, S., & Utomo, T. (2020). Nilai Tambah Pengolahan Ubi Kayu (Manihot esculenta crantz) Menjadi Kelanting Sebagai Snack Lokal. *JURNAL AGROTEKNOLOGI*, 14, 58. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v14i01.14450>
- Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- World Bank. (2021). *Resilience of agricultural sector during global crises*. World Bank.



ANALISIS MITIGASI RISIKO USAHATANI KENTANG DENGAN METODE *HOUSE OF RISK (HOR)*

ANALYSIS OF POTATO FARMING RISK MITIGATION USING THE HOUSE OF RISK (HOR) METHOD

Andi Azrarul Amri^{1*}, Putri Jasmine Febriani Firda Leo¹, Ida Rosada¹, Iskandar Hasan¹

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang, Universitas Muslim Indonesia.

*Penulis Korespondensi, email: azrarulamri@umi.ac.id

Diserahkan : 03/05/25

Direvisi : 24/05/25

Diserahkan : 07/06/25

Abstrak. Usahatani kentang merupakan salah satu komoditi yang memiliki nilai ekonomi tinggi, namun di sisi lain juga memiliki tingkat risiko yang cukup kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi mitigasi risiko pada usahatani kentang di Desa Erelembang, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dengan jumlah responden sebanyak 30 petani kentang. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis dengan metode *House of Risk* yang dianalisis dalam dua tahap: (1) identifikasi peristiwa risiko (*risk events*) dan faktor penyebab (*risk agents*), dan (2) penentuan strategi mitigasi prioritas berdasarkan nilai *Aggregate Risk Priority* (ARP) dan Prioritas Total Kumulatif (PTK). Hasil penelitian mengidentifikasi 13 peristiwa risiko dan 15 agen risiko. Peristiwa risiko yang paling dominan adalah tingginya biaya produksi, kerusakan hasil panen akibat cuaca ekstrem, serta serangan hama dan penyakit. Agen risiko dengan nilai ARP tertinggi antara lain ketergantungan terhadap pupuk dan pestisida kimia, rendahnya keterampilan teknis petani, serta minimnya akses terhadap informasi cuaca dan teknologi budidaya yang tepat guna. Tahap kedua menghasilkan sembilan strategi mitigasi prioritas, termasuk pelatihan teknis secara berkala kepada petani, penyuluhan intensif mengenai pengelolaan budidaya berkelanjutan, penguatan akses terhadap input produksi yang efisien, serta pengembangan sistem informasi iklim lokal berbasis komunitas. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi manajemen risiko di sektor hortikultura. Strategi mitigasi yang dihasilkan dapat menjadi acuan dalam merancang kebijakan dan program pendampingan berbasis bukti oleh pemerintah daerah, lembaga penyuluhan, serta pihak swasta.

Kata kunci: House of Risk; usahatani kentang; manajemen risiko; strategi mitigasi; agribisnis

Abstract. Potato farming is one of the commodities with high economic value, but on the other hand, it also has a fairly complex level of risk. This study aims to identify and analyze risk mitigation strategies in potato farming in Erelembang Village, Tombolopao Subdistrict, Gowa Regency. This study uses a quantitative approach with a survey method involving 30 potato farmers as respondents. Data were collected through observation, interviews, and the distribution of questionnaires, then analyzed using the House of Risk method, which was analyzed in two stages: (1) identification of risk events and risk agents, and (2) determination of priority mitigation strategies based on the Aggregate Risk Priority (ARP) and Cumulative Total Priority (CTP) values. The study identified 13 risk events and 15 risk agents. The most dominant risk events were high production costs, crop damage due to extreme weather, and pest and disease attacks. Risk agents with the highest ARP values included dependence on chemical fertilizers and pesticides, low technical skills among farmers, and limited access to weather information and appropriate cultivation technologies. The second phase produced nine priority mitigation strategies, including regular technical training for farmers, intensive outreach on sustainable cultivation management, strengthening access to efficient production inputs, and developing community-based local climate information systems. These findings provide important contributions to the development of risk management strategies in the horticulture sector. The mitigation strategies developed can serve as a reference for designing evidence-based policies and support programs by local governments, extension agencies, and private sector entities.

Keywords: House of Risk; potato farming; risk management; mitigation strategy; agribusiness

PENDAHULUAN

Kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan salah satu komoditas hortikultura strategis yang memiliki peran penting dalam diversifikasi pangan nasional dan peningkatan pendapatan petani (Loi et al., 2022). Sebagai sumber karbohidrat utama setelah beras dan jagung, kentang memiliki kandungan nutrisi yang tinggi, termasuk vitamin C, kalium, serat, dan senyawa antioksidan yang bermanfaat bagi kesehatan.



Copyright (c) 2025 Andi Azrarul Amri, Putri Jasmine Febriani Firda Leo, Ida Rosada, Iskandar Hasan. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Cara Mensitasi: Amri, A. A., Leo, P. J. F. F., Rosada, I., Hasan, I. (2025). Analisis Mitigasi Risiko Usahatani Kentang dengan Metode House Of Risk (Hor). *Wiratani : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, Vol 8 No. 1: Juni 2025, pp 30-40.

Keunggulan ini menjadikan kentang sebagai bahan pangan fungsional yang dapat menunjang gizi Masyarakat (Winarno, 2004). Selain itu, kentang memiliki siklus tanam yang relatif pendek (sekitar 90–120 hari) dengan potensi hasil panen tinggi hingga lebih dari 25 ton/ha apabila dikelola dengan baik (Suryaningsih & Haryanta, 2024). Adaptabilitasnya terhadap berbagai kondisi agroklimat, khususnya di dataran tinggi, menjadikan kentang sebagai tanaman yang fleksibel dalam budidaya (Togatorop et al., 2022).

Pemanfaatan kentang tidak hanya terbatas pada konsumsi langsung sebagai bahan pangan, tetapi juga memiliki peluang besar dalam industri makanan olahan seperti kentang goreng, keripik, hingga produk kentang beku. Di sisi lain, kentang juga digunakan dalam industri non-pangan, seperti kosmetik dan tekstil, karena kandungan zat patinya yang multifungsi (Narayanamoorthy et al., 2022). Menurut penelitian oleh Qolby et al (2020), penggunaan isolat rizobakteria indigenus dapat meningkatkan pertumbuhan dan hasil tanaman kentang, menunjukkan potensi pengembangan teknologi budidaya yang lebih efisien. Selain itu, penelitian oleh Kantikowati et al., (2023) menunjukkan bahwa pemberian pupuk kandang dan pupuk organik cair dapat meningkatkan pertumbuhan dan hasil kentang kultivar Granola, menekankan pentingnya manajemen nutrisi dalam budidaya kentang.

Namun, peningkatan produksi dan pemanfaatan kentang masih menghadapi berbagai kendala, seperti risiko serangan hama dan penyakit, ketergantungan pada benih impor, serta fluktuasi harga yang dipengaruhi oleh ketersediaan pasar dan infrastruktur distribusi (Suryaningsih & Haryanta, 2024). Untuk itu, dibutuhkan strategi pengembangan yang komprehensif, termasuk pendekatan mitigasi risiko dalam proses budidaya dan pascapanen.

Potensi produksi kentang di Indonesia cukup besar, namun sektor pertanian kentang masih menghadapi berbagai tantangan teknis dan struktural yang menghambat optimalisasi hasil. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian (2021), produktivitas kentang nasional berada pada kisaran 18,6 ton/ha—angka yang masih jauh dari potensi hasil maksimal yang dapat mencapai 25–30 ton/ha dengan manajemen budidaya yang baik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan teknologi dan penerapan praktik agronomi yang masih perlu ditingkatkan. (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2021)

Masalah lain yang dihadapi dalam komoditas kentang adalah sistem pemasaran kentang di Indonesia masih belum efisien. Struktur pasar yang panjang dan dominasi oleh pedagang perantara menyebabkan harga yang diterima petani jauh lebih rendah dibandingkan harga di tingkat konsumen (Wardianto et al., 2024). Selain itu, dari tingginya tingkat risiko yang melekat pada aktivitas pertanian hortikultura ini dimana sangat bergantung pada kondisi iklim, serta rentan terhadap serangan hama dan penyakit menjadikan usahatani kentang sebagai kegiatan ekonomi yang penuh ketidakpastian. Saputro & Prihtanti, (2023) menunjukkan bahwa usahatani kentang di Getasan Kabupaten Semarang secara umum menunjukkan kerentanan terhadap fluktuasi hasil dan pendapatan petani. Di sisi lain, Sadhu, (2023) mengidentifikasi lebih dari 20 penyebab risiko dalam proses produksi kentang, termasuk penggunaan bibit yang tidak sesuai standar mutu, serangan hama, serta kesalahan dalam pemupukan dan penanganan pascapanen. Hal ini sejalan dengan temuan Apriliana, (2021) yang menekankan pentingnya penerapan manajemen risiko produksi di wilayah Pangalengan untuk meminimalisir kerugian akibat variabel yang tidak dapat dikendalikan. Oleh karena itu, penerapan strategi manajemen risiko yang sistematis sangat penting untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merumuskan tindakan mitigasi terhadap sumber-sumber risiko yang paling kritis. Dengan manajemen risiko yang baik, petani tidak hanya dapat mengurangi potensi kerugian, tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi usahatani, menjaga stabilitas pendapatan, dan meningkatkan keberlanjutan produksi kentang sebagai salah satu komoditas andalan nasional.

Desa Erelembang, yang terletak di Kecamatan Tombolo Pao, Kabupaten Gowa, merupakan salah satu sentra produksi kentang utama di Provinsi Sulawesi Selatan. Wilayah ini berada di dataran tinggi dengan suhu rata-rata berkisar antara 10–26°C, serta curah hujan yang relatif tinggi, menjadikannya sangat cocok untuk budidaya tanaman kentang. Kondisi agroklimat yang mendukung, ditambah dengan luas lahan yang relatif besar, mendorong sebagian besar masyarakat Desa Erelembang menggantungkan mata pencahariannya pada usahatani kentang. Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Gowa (2023), produktivitas kentang di Desa Erelembang dalam periode 2020–2023 relatif stabil pada kisaran 21–23 ton per hektar, jauh di atas rata-rata produktivitas kentang nasional yang hanya sekitar 17,67 ton/ha pada tahun 2014 (Kementerian Pertanian, 2015).

Penelitian mengenai manajemen risiko dengan pendekatan metode analisis HOR telah banyak dilakukan, diantaranya dilakukan oleh Maghfiroh et al. (2025) yang membahas tentang analisis dan mitigasi risiko pada *green supply chain management* dengan integrasi metode *House of Risk* dan *Fuzzy Logic* di PT XYZ. Selanjutnya penelitian oleh Luin et al. (2020) yang membahas tentang pengendalian risiko dalam rantai pasok menggunakan metode *House of Risk (HOR)*. Serta penelitian oleh (Suryaningrat et al., 2024) tentang risiko rantai pasok agroindustry tape singkong. Meskipun beberapa penelitian telah menerapkan metode *House of Risk (HOR)* dalam berbagai sektor industri dan pertanian, penerapan metode ini secara spesifik pada usahatani kentang di daerah tertentu, seperti Desa Erelembang, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dalam konteks penerapan HOR pada usahatani kentang di wilayah tersebut, yang dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi mitigasi risiko yang lebih efektif dan kontekstual. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi mitigasi risiko usahatani kentang yang dilakukan petani di Desa Erelembang, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode *House of Risk (HOR)* yang terdiri atas dua fase utama, yaitu HOR I untuk mengidentifikasi dan memetakan risiko serta HOR II untuk merancang strategi mitigasi yang paling efektif berdasarkan prioritas penanganan. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Erelembang, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan, selama tiga bulan, yaitu dari November 2024 hingga Januari 2025. Lokasi ini dipilih karena merupakan sentra pengembangan kentang dengan akses yang sulit dijangkau sehingga rentan terhadap keterbatasan penyuluhan dan intervensi eksternal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani kentang di Desa Erelembang yang berjumlah sekitar 300 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang yang diambil menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria keterlibatan aktif dalam usahatani kentang. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner terstruktur yang mencakup identifikasi peristiwa risiko, agen risiko, dan strategi mitigasi berdasarkan indikator dalam metode HOR. Jenis data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh langsung dari petani melalui observasi lapangan, wawancara langsung, dan pengisian kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur dan dokumen pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi untuk memahami kondisi usahatani secara langsung, wawancara mendalam untuk menggali informasi kontekstual dari narasumber, serta penyebaran kuesioner untuk memperoleh data kuantitatif yang dibutuhkan dalam analisis HOR. Teknik analisis data dilakukan secara sistematis melalui tahapan HOR I untuk menentukan peringkat agent risiko berdasarkan nilai *Aggregate Risk Priority (ARP)* dan HOR II untuk merancang strategi mitigasi berdasarkan Prioritas Total Kumulatif (PTK) dengan mempertimbangkan efektivitas dan kemudahan implementasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Kejadian Risiko

Berdasarkan identifikasi risiko, diketahui bahwa terdapat potensi kejadian risiko dalam proses usahatani kentang. Risiko ini mencakup rentannya penyakit dan hama pada tanaman kentang, ketidakpastian dalam permintaan pasar, fluktuasi harga waktu panen dan distribusi, serta keterbatasan dalam akses pasar yang dapat mempengaruhi pendapatan petani. Dalam usahatani kentang, faktor-faktor seperti perubahan harga yang tidak menentu, ketergantungan pada saluran pemasaran yang hanya itu-itu saja, dan fluktuasi dalam volume penjualan dapat berisiko merugikan petani.

Berdasarkan hasil identifikasi risiko dengan analisis deskriptif, ditemukan 13 risiko atau *risk event* dimana di lambangkan dengan (R), risiko yang terjadi pada usahatani kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan seperti yang tertara pada Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Risiko yang Terjadi Pada Usahatani Kentang di Desa Erelembang, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.

No.	Kode	Risk Event	Severity (Si)
1.	R1	Memar pada Kentang	2,33
2.	R2	Penyakit Daun	2,43

3.	R3	Kegagalan dalam mengidentifikasi varietas tanaman	2,53
4.	R4	Pertumbuhan Gulma yang tidak terkendali	2,47
5.	R5	Fluktuasi Harga Pasar	2,27
6.	R6	Penurunan kualitas tanaman kentang	2,53
7.	R7	Petani sulit mendapatkan keuntungan	2,27
8.	R8	Daun pada tanaman layu	2,47
9.	R9	Pola tanam yang tidak tepat	2,53
10.	R10	Kualitas Tanah yang Rendah	2,47
11.	R11	Biaya Produksi yang Tinggi	2,87
12.	R12	Kurangnya Hasil Panen yang Berkualitas Unggul	2,57
13.	R13	Kerusakan Pada Umbi Kentang	2,30

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa terdapat 13 risk event (R1–R13) yang diidentifikasi berdasarkan hasil survei terhadap 30 responden petani kentang. Ketigabelas peristiwa risiko ini mencerminkan berbagai tantangan yang dihadapi oleh petani selama proses produksi, mulai dari aspek budidaya, lingkungan, hingga ekonomi. Risiko-risiko tersebut dialami oleh seluruh responden dengan intensitas dan dampak yang berbeda-beda. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran tingkat keparahan (*Severity*) dari masing-masing risiko untuk menentukan sejauh mana dampaknya terhadap keberlangsungan usahatani kentang.

Berdasarkan hasil penilaian terhadap tingkat keparahan (*Severity*) dari 13 peristiwa risiko (risk event) tersebut, diperoleh nilai *Severity* (*Si*) yang berkisar antara 2.23 hingga 2.87 pada skala Likert 1–5. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peristiwa risiko yang dihadapi petani kentang berada pada tingkat keparahan sedang hingga tinggi, yang artinya risiko-risiko tersebut memiliki dampak nyata terhadap keberlangsungan dan produktivitas usahatani kentang.

Peristiwa risiko dengan tingkat keparahan tertinggi adalah R11 (Biaya produksi yang tinggi) dengan nilai *Si* sebesar 2.87. Hal ini mencerminkan bahwa beban biaya yang besar merupakan tantangan utama dalam budidaya kentang, yang secara langsung mengurangi margin keuntungan petani. Biaya produksi yang tinggi dapat berasal dari pembelian benih impor, penggunaan pestisida, pupuk, hingga kebutuhan tenaga kerja, dan berpotensi menimbulkan tekanan finansial terutama bagi petani kecil dengan modal terbatas. Tingginya nilai *Severity* pada peristiwa-peristiwa ini menunjukkan pentingnya pengetahuan agronomis serta akses terhadap benih unggul dan teknologi budidaya untuk mencegah degradasi kualitas dan hasil produksi.

Risk event dengan skor paling rendah adalah R5 (Fluktuasi harga pasar) dan R7 (Petani sulit mendapatkan keuntungan), masing-masing dengan nilai *Si* = 2.27. Meskipun berdampak secara ekonomi, nilai *Severity* yang lebih rendah ini dapat mengindikasikan bahwa petani menganggap risiko ini sebagai kondisi eksternal yang tidak selalu bisa mereka kendalikan secara langsung, sehingga tidak dianggap sekrusial risiko teknis atau produksi.

Temuan ini menjadi dasar awal dalam penyusunan *House of Risk* tahap pertama (HOR 1), yang bertujuan mengidentifikasi dan memetakan sumber risiko (*risk agents*) berdasarkan kontribusinya terhadap berbagai *risk event*. Nilai *Severity* berperan penting dalam menghitung *Aggregate Risk Potential* (ARP) untuk setiap agen risiko, yang kemudian menjadi acuan dalam penyusunan strategi mitigasi pada HOR tahap 2.

Identifikasi Penyebab Terjadinya Risiko

Berdasarkan hasil identifikasi penyebab risiko dengan analisis deskriptif, ditemukan 13 penyebab risiko atau *risk agent* yang terjadi pada usahatani kentang beserta Tingkat kemunculannya (*Occurrence*) di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan seperti yang tertara pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa, diketahui bahwa terdapat berbagai penyebab utama (*risk agent*) yang memicu terjadinya peristiwa-peristiwa risiko (*risk event*) dalam kegiatan usahatani mereka. Para petani mengidentifikasi bahwa kendala yang mereka hadapi tidak hanya berasal dari faktor teknis seperti iklim dan budidaya, tetapi juga mencakup faktor kelembagaan, manajerial, dan ekonomi. Penyebab risiko ini menggambarkan akar permasalahan yang paling sering muncul di lapangan, dan menjadi faktor yang harus dianalisis secara mendalam guna merumuskan strategi mitigasi yang tepat sasaran.

Tabel 2. Penyebab Terjadinya Risiko Pada Usahatani Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan.

No.	Kode	Risk Agent	Occurance (Oj)
1.	A1	Lama penyimpanan setelah panen	2.30
2.	A2	Hujan yang terus menerus selama musim tanam	3.00
3.	A3	Kurangnya Pelatihan dan Pengetahuan Petani	2.47
4.	A4	Keterbatasan Sumber Daya Manusia	2.43
5.	A5	Harga kentang yang rendah	3.23
6.	A6	Keterlambatan penggunaan pestisida	2.63
7.	A7	Ketergantungan pada Pengecer	4.00
No.	Kode	Risk Agent	Occurance (Oj)
8.	A8	Bibit yang tidak unggul	3.00
9.	A9	Menanam Kentang secara terus-menerus pada lahan yang sama tanpa memperdulikan rotasi tanaman	2.07
10.	A10	Tanah yang Terlalu Padat	2.70
11.	A11	Pengeluaran yang meningkat, sementara pendapatan dan hasil panen tidak stabil	2.23
12.	A12	Kurangnya Penerimaan Petani terhadap Inovasi	2.77
13.	A13	Keterlambatan Panen	2.60

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2025

Pada tahap awal analisis *House of Risk* (HOR), telah diidentifikasi 13 *risk agent* (A1–A13) yang menjadi penyebab potensial dari berbagai *risk event* dalam usahatani kentang. Berdasarkan penilaian dari 30 responden, tingkat kemunculan (*Occurance / Oj*) dari masing-masing agen risiko diukur menggunakan skala Likert 1–5, yang merepresentasikan seberapa sering masing-masing penyebab tersebut terjadi di lapangan. Hasil penilaian menunjukkan bahwa seluruh *risk agent* memiliki nilai *Oj* dalam rentang 2.07 hingga 4.00, yang berarti seluruhnya muncul dalam intensitas sedang hingga tinggi di kalangan petani responden.

Risk agent dengan nilai *Oj* tertinggi adalah A7, yaitu ketergantungan pada pengecer, dengan skor 4.00. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani mengalami ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pengecer dalam menjual hasil panen mereka. Ketergantungan ini berimplikasi pada lemahnya posisi tawar petani terhadap harga pasar dan ketidakpastian pendapatan. *Risk agent* lain yang juga memiliki tingkat kemunculan tinggi adalah A5 (harga kentang yang rendah) dengan skor 3.23, serta A8 (bibit yang tidak unggul) dan A2 (hujan terus menerus selama musim tanam), yang masing-masing memiliki skor 3.00. Faktor-faktor ini mengindikasikan bahwa petani sering dihadapkan pada persoalan harga pasar yang tidak stabil, input produksi yang kurang berkualitas, serta gangguan iklim yang memengaruhi hasil tanam.

Sementara itu, *risk agent* dengan nilai kemunculan terendah adalah A9 (menanam kentang secara terus-menerus pada lahan yang sama tanpa rotasi tanaman), yang memperoleh skor 2.07. Meskipun nilainya lebih rendah dibandingkan yang lain, praktik ini tetap berdampak negatif terhadap kesuburan tanah dan potensi penyakit tanaman. *Agent* lain dengan nilai relatif rendah adalah A11 (pengeluaran meningkat, hasil panen tidak stabil) dan A1 (lama penyimpanan setelah panen), yang masing-masing memiliki nilai 2.23 dan 2.30.

Pengukuran *Aggregate Risk Potential* (ARPj)

Setelah dilakukan perhitungan pengukuran dampak kejadian risiko (*Si*), kemunculan penyebab risiko (*Oj*) dan tingkat korelasi antara penyebab dengan kejadian risiko maka selanjutnya dihitung nilai *Aggregate Risk Potential* (ARPj). Nilai ARP dihitung dari perkalian antara tingkat kemungkinan terjadinya agen risiko (*Occurance*), tingkat keparahan akibat risiko (*Severity*), dan total kontribusi agen risiko terhadap peristiwa risiko (*Eij*). Tujuan dari penilaian ini adalah untuk menentukan prioritas penanganan risiko secara lebih terarah dan efektif, dengan memfokuskan sumber daya pada *risk agent* yang memiliki potensi kerugian paling besar. Hasil perhitungan nilai ARP pada proses produksi pada usahatani kentang dengan pemeringkatan dari nilai ARP pada usahatani kentang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan ARP Proses Produksi Pada Usahatani Kentang

Kode	Oj	Si	Eij	ARP	Prioritas
A8	3.00	2.47	4.49	33.22	1
A7	4.00	2.27	3.42	31.01	2
A3	2.47	2.53	4.90	30.61	3
A2	3.00	2.43	2.66	19.38	4
A12	2.77	2.57	2.51	17.81	5
A6	2.63	2.53	1.87	12.50	6
A11	2.23	2.87	1.89	12.11	7
A5	2.23	2.27	2.36	11.94	8
A4	2.43	2.47	1.77	10.64	9
A13	2.60	2.30	1.51	9.03	10
A10	2.70	2.47	1.26	8.41	11
A1	2.30	2.33	1.35	7.25	12
A9	2.07	2.53	1.00	5.24	13

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2025

Tabel 3 menunjukkan hasil penghitungan *Aggregate Risk Potential* (ARP) pada tahap pertama analisis *House of Risk* (HOR). Berdasarkan hal tersebut, diperoleh 13 *risk agent* yang telah diprioritaskan berdasarkan nilai ARP tertinggi hingga terendah. ARP merupakan hasil dari penggabungan tiga komponen utama, yaitu nilai *Occurance* (Oj), *Severity* (Si), dan *Eij* (jumlah kontribusi setiap *risk agent* terhadap *risk event*). Semakin tinggi nilai ARP suatu *risk agent*, semakin besar pula kontribusi dan dampaknya terhadap risiko yang terjadi di usahatani kentang, sehingga prioritas penanganannya harus lebih tinggi.

Hasil menunjukkan bahwa *risk agent* dengan prioritas tertinggi adalah A8 (Bibit yang tidak unggul), dengan nilai ARP sebesar 33.22. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan benih yang tidak unggul menjadi penyebab utama dari banyak peristiwa risiko penting, seperti penurunan kualitas hasil, kerusakan umbi, dan penyakit tanaman. Bibit yang tidak berkualitas memperbesar kemungkinan kegagalan panen serta memperlemah ketahanan tanaman terhadap lingkungan maupun hama dan penyakit. Penggunaan bibit yang tidak unggul ini disebabkan karena kurangnya akses bibit unggul oleh petani setempat, sehingga petani cenderung menggunakan bibit lokal yang lebih mudah diperoleh. Hal ini kemudian diperkuat dengan hasil penelitian dari Rumallang (2019) yang menjelaskan bahwa sebagian besar petani kentang di Desa Erelembang tidak menanam bibit unggul karena harganya yang mahal dan sulit didapatkan. Selain itu, musim tanam yang ada juga mempengaruhi keputusan petani dalam memilih jenis benih yang digunakan.

Prioritas kedua adalah A7 (Ketergantungan pada pengecer) dengan ARP sebesar 31.01. Petani di Desa Erelembang cenderung menjual hasil panen kentang kepada pengumpul. Hal ini disebabkan jarak dari Desa Erelembang yang cukup jauh dari pasar kecamatan maupun pasar kabupaten. Selain itu, kepastian pasar serta kemudahan yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul ditambah dengan adanya kebutuhan lain yang mendesak membuat petani merasa bergantung sehingga tidak begitu mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul. Tingginya ketergantungan ini menunjukkan lemahnya posisi tawar petani terhadap pihak pembeli, menyebabkan fluktuasi harga tidak menguntungkan dan margin keuntungan yang minim. Ketergantungan ini juga sering menyebabkan petani menjual produk dalam kondisi kurang optimal karena kebutuhan mendesak. Hal ini dijelaskan oleh Suhartatik et al., (2022) bahwa kebutuhan ekonomi yang mendesak dan keterbatasan akses pasar membuat petani cenderung menjual hasil panen dengan cepat, meskipun harga yang ditawarkan oleh tengkulak rendah.

Di urutan ketiga adalah A3 (Kurangnya pelatihan dan pengetahuan petani) dengan ARP 30.61. Petani di Desa Erelembang dalam praktik usahatani kentang cenderung menggunakan pengetahuan yang sudah turun-temurun. Sehingga pengelolaan usahatani kentang juga dilakukan secara tradisional. Hal ini tentunya sangat berdampak pada kualitas dan kuantitas produksi usahatani. Lokasi desa yang cukup jauh serta kurangnya partisipasi penyuluhan pertanian yang menyebabkan hal tersebut terjadi. Rendahnya akses terhadap informasi, pelatihan teknis, dan inovasi menyebabkan kesalahan dalam pengelolaan budidaya, termasuk dalam penggunaan pupuk, pestisida, pemilihan varietas, dan pengendalian penyakit. Hal ini berdampak langsung terhadap produktivitas dan kualitas hasil panen. Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Muslinawati et al., (2025) bahwa keterbatasan

pengetahuan dan akses terhadap inovasi teknologi menyebabkan petani cenderung menggunakan metode tradisional yang kurang efisien. Hal ini berdampak negatif pada produktivitas dan pendapatan petani. Studi ini menekankan pentingnya peningkatan pengetahuan dan penerapan teknologi yang tepat untuk meningkatkan efisiensi dan hasil pertanian.

Selanjutnya, A2 (Hujan yang terus menerus selama musim tanam) dan A12 (Kuranginya penerimaan petani terhadap inovasi) masing-masing menempati peringkat keempat dan kelima, dengan ARP sebesar 19.38 dan 17.81. Kedua faktor ini menyoroti tantangan eksternal seperti perubahan iklim serta resistensi petani terhadap teknologi baru sebagai hambatan signifikan dalam peningkatan produktivitas dan efisiensi usahatani. Adapun *risk agent* dengan nilai ARP paling rendah adalah A9 (Menanam kentang secara terus-menerus tanpa rotasi tanaman) dengan skor 5.24, menandakan bahwa walaupun praktik ini masih dilakukan, dampaknya terhadap keseluruhan sistem risiko usahatani lebih kecil dibandingkan faktor-faktor lainnya.

Melalui pemeringkatan ini, petani dan pemangku kepentingan dapat secara sistematis memfokuskan upaya mitigasi pada penyebab risiko yang paling kritis terlebih dahulu. Strategi mitigasi selanjutnya akan difokuskan pada penanganan *risk agent* dengan ARP tertinggi agar sumber risiko utama dapat dikendalikan secara efektif dan efisien.

Identifikasi Strategi Mitigasi Risiko

Identifikasi strategi mitigasi risiko dilakukan untuk mengetahui berbagai penanganan yang tepat untuk mengeliminasi atau menurunkan munculnya penyebab risiko pada seluruh tahapan usahatani kentang mulai dari pembibitan hingga pengiriman di Desa Erelembang. Pada identifikasi risiko didapatkan 13 rekomendasi aksi mitigasi risiko. Setiap tindakan mitigasi dievaluasi berdasarkan *degree of difficulty* (Dk), yaitu tingkat kesulitan dalam mengimplementasikan strategi tersebut. Semakin rendah nilai Dk, maka semakin mudah strategi tersebut diterapkan dalam konteks lapangan oleh para petani. Nilai Dk ini diperoleh dari hasil penilaian langsung oleh responden yang mencerminkan persepsi mereka terhadap kemudahan atau kompleksitas masing-masing tindakan. Untuk lebih lanjut, Strategi mitigasi risiko yang dilakukan oleh petani di Desa Erelembang beserta Tingkat kesulitannya disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4. Mitigasi Risiko beserta Penilaian Tingkat Kesulitan (DK)

No.	Kode	Mitigasi	Dk
1.	T1	Pemotongan bagian pada bagian yang rusak setelah itu memberikan pupuk yang seimbang	4.40
2.	T2	Memastikan drainase baik untuk mengurangi kelembapan	4.73
3.	T3	Mengembangkan Kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan subsidi	3.50
4.	T4	Memastikan drainase baik untuk mengurangi kelembapan	4.00
5.	T5	Membentuk atau mempererat kerjasama antar petani untuk memperkuat negosiasi harga	3.87
6.	T6	Pemilihan pestisida yang sesuai dan lebih meningkatkan kesadaran terhadap penyakit dan hama	4.33
7.	T7	Mengembangkan Kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan subsidi	3.50
8.	T8	Pemotongan bagian pada bagian yang rusak setelah itu memberikan pupuk yang seimbang	3.73
9.	T9	Mengganti tanaman sesuai musim untuk menghindari kekurangan nutrisi tanah	3.87
10.	T10	Memastikan drainase baik untuk mengurangi kelembapan	4.77
11.	T11	Pengembangan varietas tanaman yang lebih produktif dan tahan penyakit	3.67
12.	T12	Mengembangkan kerjasama dengan organisasi pertanian	3.50
13.	T13	Pengembangan varietas tanaman yang lebih produktif dan tahan penyakit	3.57

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4, telah dirumuskan 13 strategi mitigasi risiko untuk menanggulangi 13 *risk agent* utama yang memengaruhi kelangsungan usahatani kentang. Strategi mitigasi ini dirancang dengan mempertimbangkan nilai *Aggregate Risk Priority* (ARP) dari masing-masing risk agent serta tingkat kesulitan implementasi (*degree of difficulty* atau Dk). Dk mencerminkan sejauh mana strategi tersebut dapat dijalankan secara praktis oleh petani di lapangan.

Dari tabel yang ditampilkan, strategi mitigasi dengan Dk terendah adalah T3 (Mengembangkan Kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan subsidi) dan T7 (strategi yang sama) serta T12 (Mengembangkan kerjasama dengan organisasi pertanian), yang masing-masing memiliki nilai Dk sebesar 3.50. Strategi ini dinilai cukup realistis untuk diterapkan, mengingat petani membutuhkan dukungan eksternal dalam bentuk kebijakan, akses pasar, hingga teknologi tepat guna. Kolaborasi ini penting untuk memperkuat posisi tawar dan meningkatkan kapasitas produksi serta distribusi.

Strategi dengan tingkat kesulitan tertinggi adalah T10 (Memastikan drainase baik untuk mengurangi kelembapan) dengan nilai Dk sebesar 4.77. Meski secara teknis strategi ini sangat efektif untuk mencegah risiko seperti penyakit daun atau kerusakan umbi akibat kelembaban tinggi, namun implementasinya memerlukan biaya, pengetahuan teknis, serta ketersediaan infrastruktur yang tidak selalu mudah dijangkau oleh petani skala kecil.

Adapun strategi lainnya seperti T6 (Pemilihan pestisida yang sesuai dan meningkatkan kesadaran petani terhadap penyakit dan hama) dan T2 (Memastikan drainase baik) juga memiliki nilai Dk tinggi (4.33 dan 4.73), namun tetap direkomendasikan karena secara signifikan menurunkan dampak risiko teknis dalam produksi kentang.

Strategi berbasis pemberdayaan sosial seperti T5 (Mempererat kerjasama antar petani) dan T9 (Rotasi tanaman untuk menjaga kesuburan tanah) memiliki nilai Dk yang sedang (3.87) dan mencerminkan pentingnya pendekatan kolektif dalam menghadapi risiko agribisnis. Ini menjadi penting terutama untuk mengatasi masalah seperti bibit tidak unggul, ketergantungan pada pengecer, atau kurangnya daya tawar harga.

Prioritas Mitigasi Risiko

Prioritas Mitigasi Risiko ditentukan melalui analisis HOR tahap 2. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi prioritas tindakan mitigasi berdasarkan kombinasi antara besarnya risiko (dilihat dari nilai *Aggregate Risk Priority* atau ARP), efektivitas strategi dalam mengurangi risiko (*Effectiveness* atau Ek), serta tingkat kesulitan pelaksanaannya (*Degree of Difficulty* atau Dk). Nilai PTK ini menunjukkan urutan prioritas pelaksanaan strategi mitigasi. Tindakan mitigasi dengan nilai PTK tertinggi menjadi prioritas utama karena memiliki potensi dampak yang besar dengan tingkat kesulitan implementasi yang relatif lebih rendah. Tabel berikut menyajikan hasil perhitungan nilai ARP, efektivitas (Ek), tingkat kesulitan (Dk), serta PTK dari masing-masing strategi mitigasi yang telah dirancang. Adapun perhitungan tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perhitungan Prioritas Mitigasi Risiko

Kode	ARP	Ek	Dk	PTK	Prioritas
T7	4.00	3.80	3.50	4.34	1
T8	3.00	3.80	3.73	3.05	2
T12	2.77	3.77	3.50	2.98	3
T2	3.00	4.20	4.73	2.66	4
Kode	ARP	Ek	Dk	PTK	Prioritas
T3	2.47	3.57	3.50	2.51	5
T13	2.60	3.43	3.57	2.50	6
T10	2.70	4.37	4.77	2.47	7
T4	2.43	4.00	4.00	2.43	8
T5	2.23	4.17	3.87	2.41	9
T6	2.63	3.83	4.33	2.33	10
T11	2.23	3.67	3.67	2.23	11
T9	2.07	4.17	3.87	2.23	12
T1	2.30	3.93	4.40	2.06	13

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 5, Strategi dengan prioritas tertinggi adalah T7 (Mengembangkan kerja sama dengan pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan subsidi) yang memiliki nilai PTK sebesar 4.34. Hal ini menunjukkan bahwa strategi ini dinilai paling efektif dan paling layak dilaksanakan dibanding strategi lainnya, terutama untuk menanggulangi *risk agent* dengan ARP tertinggi seperti ketergantungan pada pengecer (A7). Dukungan kebijakan dan akses terhadap sumber daya eksternal dapat membantu petani

mengurangi ketergantungan tersebut. Mengembangkan kerja sama dengan pemerintah untuk memperoleh dukungan dan subsidi merupakan strategi penting dalam mengurangi risiko pada usahatani kentang. Dukungan ini dapat berupa bantuan input produksi, pelatihan teknis, akses pembiayaan, serta perlindungan harga, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan stabilitas pendapatan petani. Hal ini diperkuat oleh Sholikhati, (2023) yang menjelaskan bahwa dukungan pemerintah dalam bentuk subsidi bunga pertanian dapat meningkatkan sikap positif petani terhadap implementasi program pertanian, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan pendapatan.

Urutan selanjutnya adalah T8 (Pemotongan bagian yang rusak dan pemberian pupuk yang seimbang) dengan PTK sebesar 3.05, yang difokuskan pada pengendalian kerusakan fisik umbi kentang pascapanen. Disusul oleh T12 (Kerja sama dengan organisasi pertanian) dengan nilai PTK 2.98, yang bertujuan memperkuat kapasitas kelembagaan petani. Secara teknis Pemotongan bagian tanaman kentang yang rusak dan pemberian pupuk secara seimbang merupakan strategi mitigasi risiko yang efektif dalam usahatani kentang. Tindakan ini bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dari penyakit dan hama serta memastikan tanaman mendapatkan nutrisi yang optimal untuk pertumbuhan dan produksi umbi yang berkualitas. Selain itu, pemberian pupuk yang seimbang, terutama nitrogen (N), fosfor (P), dan kalium (K), sangat penting untuk pertumbuhan dan hasil tanaman kentang. Studi oleh Sahara & Wulanjari (2022) menunjukkan bahwa kebutuhan nutrisi atau unsur hara tanaman kentang cukup tinggi, dan tambahan hara N, P, dan K yang sesuai dapat meningkatkan produksi dan mutu umbi kentang. Namun, dalam praktiknya, masih banyak petani yang belum mengaplikasikan pupuk dengan tepat dosis, jenis, maupun cara pemupukannya, yang dapat mempengaruhi produktivitas tanaman.

Strategi teknis lain seperti T2 (Memastikan drainase baik) dan T6 (Pemilihan pestisida yang sesuai) juga menempati urutan prioritas menengah dengan nilai PTK masing-masing sebesar 2.66 dan 2.33. Meskipun memiliki efektivitas tinggi, keduanya memiliki nilai Dk yang cukup besar, yang menunjukkan bahwa strategi ini memerlukan biaya atau upaya implementasi yang lebih besar. Kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan tanaman yang sensitif terhadap kelembapan berlebih. Kondisi tanah yang tergenang air atau memiliki drainase buruk dapat menyebabkan akar dan umbi rentan terhadap penyakit seperti busuk basah dan serangan patogen tular tanah. Salah satu penelitian yang membahas hal ini adalah studi Soesanto et al., (2011) dimana menekankan pentingnya pengelolaan drainase yang baik untuk mencegah perkembangan patogen tersebut dan mengurangi risiko penyakit pada tanaman kentang. Selain itu Penggunaan pestisida yang tepat, baik dari segi jenis, dosis, maupun waktu aplikasi, sangat penting untuk mengendalikan hama dan penyakit tanpa menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan. Penelitian oleh Adi et al. (2023), mengungkapkan bahwa penyemprotan pestisida secara berkala dan sesuai anjuran dapat meminimalkan serangan hama dan penyakit, sehingga risiko produksi dapat ditekan. Sebaliknya, penggunaan pestisida yang tidak tepat dapat meningkatkan risiko residu kimia pada tanaman dan tanah, serta menimbulkan resistensi hama.

Sementara itu, strategi dengan nilai PTK paling rendah adalah T1 (Pemotongan bagian yang rusak dan pemberian pupuk seimbang) dengan nilai PTK 2.06. Rendahnya nilai ini tidak serta-merta menunjukkan strategi tersebut tidak penting, namun lebih karena bobot risiko (*ARP*) yang ditanggulangi tidak setinggi strategi lainnya. Dari analisis ini, dapat disimpulkan bahwa strategi mitigasi risiko yang melibatkan kerja sama kelembagaan (dengan pemerintah dan organisasi) serta pendekatan kolektif cenderung menjadi prioritas utama. Hal ini mencerminkan kebutuhan petani akan dukungan eksternal dan kebijakan sistemik dalam menghadapi risiko yang bersifat kompleks dalam usahatani kentang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, diketahui bahwa usahatani kentang menghadapi 13 peristiwa risiko utama yang dialami seluruh responden, dengan tiga agen risiko tertinggi yaitu bibit yang tidak unggul (A8), ketergantungan pada pengecer (A7), dan kurangnya pelatihan petani (A3). Risiko-risiko ini memengaruhi aspek teknis dan ekonomi usahatani. Strategi mitigasi prioritas yang diidentifikasi meliputi perbaikan drainase (T2), pemotongan bagian rusak dan pemupukan seimbang (T8), serta penguatan kerja sama dengan organisasi pertanian (T12).

Berdasarkan kesimpulan, rekomendasi yang dapat diberikan meliputi: (1) peningkatan kualitas bibit melalui kerja sama dengan lembaga penyedia benih unggul dan pelatihan teknis pemilihan benih oleh penyuluh pertanian; (2) pengurangan ketergantungan pada pengecer dengan membentuk koperasi petani yang kuat dan terorganisir untuk memperkuat daya tawar; (3) penguatan kapasitas petani melalui

program pelatihan berkelanjutan yang fokus pada manajemen budidaya dan pengendalian hama terpadu; serta (4) perbaikan teknis drainase dan sistem irigasi lahan secara partisipatif agar mampu mengurangi kelembapan berlebih yang berisiko menurunkan kualitas hasil panen. Implementasi saran ini perlu didukung oleh pemerintah daerah dan lembaga pendamping agar berkelanjutan dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, G., Saputro, N., & Prihtanti, T. M. (2023). Analysis of Risk of Production, Price, and Income Of Potato Farming in Ngaduman Village, Semarang Regency. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(2), 1769–1779.
- Apriliansa, A. (2021). *Manajemen Risiko Produksi Kentang di Desa Margamukti Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung* [Skripsi]. Universitas Padjajaran.
- Luin, N. E. Natan, Suardika, I. B., & Adriantantri, E. (2020). Analisis dan Pengendalian Risiko Rantai Pasok Menggunakan Metode House of Risk (HOR) (Studi Kasus: UD Karya Mandiri). *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 3(2).
- Kantikowati, E., Karya, K., & Permana, L. (2023). Peningkatan Pertumbuhan dan Hasil Kentang Kultivar Granola Akibat Pemberian Berbagai Dosis Pupuk Kandang dan Konsentrasi Pupuk Organik Cair. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 11(2), 275–282.
<https://doi.org/10.35138/paspalum.v11.i2.620>
- Loi, B., Harefa, A. K., & Gultom, L. S. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Perbanyak Bibit Kentang (*Solanum tuberosum* L.) dan Pendapatan di Dinas Pertanian Kabupaten Karo. *Jurnal Agribizda*, 6(1), 17–28.
- Maghfiroh, M., Ernawati, D., & Rahmawati, N. (2025). Analisis dan Mitigasi Risiko Pada Green Supply Chain Management dengan Integrasi Metode House Of Risk dan Fuzzy Logic Di PT XYZ. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 12. <https://doi.org/10.24853/jisi.12.1.1-12>
- Muslinawati, R., Muda Agam Sakti, T., Rif, W., Izah, atul, & Ekonomi Pembangunan, P. (2025). The Influence of Knowledge and Technological Innovation on The Success of Agricultural Business. *Jurnal Dimensi*, 14(1), 238–251. <https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v14i1.7409>
- Narayanamoorthy, S., Zhang, C., Xu, Z., Ma, M., Sui, Z., Li, K., & Corke, H. (2022). Genetic Diversity and Inter-Relationships of Common Bean (*Phaseolus vulgaris* L.) Starch Traits. *Starch - Stärke*, 74(1–2). <https://doi.org/10.1002/star.202100189>
- Qolby, F. H., Chaniago, I., Dwipa, I., & Resti, Z. (2020). Pengaruh Introduksi Isolat Rizobakteria Indigenus terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Kentang (*Solanum tuberosum* L.) dan Dinamika Populasi Gulma di Alahan Panjang, Sumatera Barat. *Jurnal Agroteknologi*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.24014/ja.v11i1.9411>
- Sadhu, T. (2023). *Mitigasi Risiko Produksi Kentang pada PT Madani Agri Lestari, Pangalengan, Jawa Barat Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sahara, D., & Wulanjari, M. E. (2022). Cara Pemupukan yang Menguntungkan Usaha Tani Kentang di Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 27(4), 473–480. <https://doi.org/10.18343/jipi.27.4.473>
- Saputro, G. A. N., & Prihtanti, T. M. (2023). Analysis of Risk of Production, Price, and Income of Potato Farming in Ngaduman Village, Semarang Regency. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(2), 1769–1779.
- Sholikhati, A. (2023). Dukungan Pemerintah dalam Penumbuhan Sikap Petani terhadap Implementasi Subsidi Bunga Pertanian di Jawa Tengah. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 21(1), 97–106. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v21i1.1069>
- Suhartatik, E., Marli Batubara, M. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Petani Menjual Hasil Panen dalam Bentuk Gabah Kepada Tengkulak di Desa Mekarsari Kecamatan

Muara Telang. *Jurnal Societa*, 11(2), 112–116.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33373/dms.v14i1.7409>

- Suryaningrat, I. B., Wibowo, Y., & Zamronie, A. (2024). Analisis Risiko Rantai Pasok Agroindustri Tape Singkong di Kabupaten Bondowoso (Studi Kasus UD. Tape Manis Mekar Madu). *Jurnal Agroindustri*, 14(2), 237–249. <https://doi.org/10.31186/jagroindustri.14.2.237-249>
- Suryaningsih, D. R., & Haryanta, D. (2024). Kajian Pertumbuhan dan Produksi Kentang (*Solanum tuberosum* L.) dengan Variasi Umbi Benih. *Agrocentrum*, 2(1), 10–19.
<https://doi.org/10.33005/agrocentrum.v2i1.20>
- Togatorop, E. R., Sari, D. N., Handayani, S., Parwito, P., Susilo, E., & Kinata, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Mulsa Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Kentang (*Solanum tuberosum*) di Dataran Tinggi. *PUCUK : Jurnal Ilmu Tanaman*, 2(2), 35–40. <https://doi.org/10.58222/pucuk.v2i2.89>
- Wardianto, W., Jumiati, J., & Saleh, Muh. I. (2024). Analisis Struktur Pasar Usahatani Kentang di Desa Tonasa Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Jurnal Sains Agribisnis*, 4(1), 42–50.
<https://doi.org/10.55678/jsa.v4i1.1351>



ANALISIS NILAI TAMBAH DAN KARAKTERISTIK PEMASARAN IKAN ASIN JAMBAL ROTI

(Studi Kasus di UKM Mamah Jambal, Pangandaran)

ANALYSIS OF ADDED VALUE AND MARKETING CHARACTERISTICS OF SALTED FISH JAMBAL ROTI (Case Study at SME Mamah Jambal, Pangandaran)

Junianto^{1*}, Zahra Azizah¹, Hani Hurhaeni¹, Rizki Yusran Permana¹

¹Program Studi Perikanan Laut Tropis Universitas Padjadjaran

*Penulis Korespondensi, email: junianto@unpad.ac.id

Diserahkan: 10/05/25

Direvisi: 10/05/25

Diterima: 03/06/25

Abstrak. Ikan asin jambal roti merupakan salah satu makanan tradisional yang cukup terkenal dan digemari oleh masyarakat lokal maupun wisatawan di Pangandaran. Pada umumnya jambal roti dibuat dari ikan manyung (*Arius thalassinus Ruppell*). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai tambah dan karakteristik pemasaran ikan jambal roti di Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Mamah Jambal, Kabupaten Pangandaran, Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif untuk menganalisis nilai tambah, yang dihitung menggunakan metode Hayami. Metode pengumpulan data yaitu dengan survey dan wawancara secara langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ikan asin jambal roti di UKM Mamah Jambal, Kabupaten Pangandaran memberikan nilai tambah yang cukup signifikan, yaitu sebesar Rp12.000/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 28%. Keuntungan bersih yang diperoleh sebesar Rp11.945/kg atau sekitar 28% dari total output, efisiensi produksi yang cukup tinggi. Margin sebesar Rp14.000/kg, UKM Mamah Jambal mendapatkan pembagian sebagai berikut: 0,3% untuk tenaga kerja, 14% untuk input tambahan lainnya, dan 85% keuntungan perusahaan. Segmentasi pasar UKM Mamah Jambal termasuk kategori *Static Attribute Segmentation* dengan pendekatan geografis serta menargetkan konsumen berdasarkan lokasi atau wilayah. Strategi Penentuan harga menggunakan *Cost-Plus Pricing* untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Untuk promosi yang dilakukan menggunakan teknik promosi *Personal Selling* yang dilakukan secara langsung antara penjual dan calon pembeli. Distribusi dilakukan secara langsung kepada konsumen.

Kata Kunci: jambal roti; karakteristik pemasaran; nilai tambah

Abstract Jambal roti salted fish is one of the traditional foods that is quite famous and popular with local people and tourists in Pangandaran. In general, jambal roti is made from manyung fish (*Arius thalassinus Ruppell*). The purpose of this study was to determine the added value and marketing characteristics of jambal roti fish in Mamah Jambal Small and Medium Enterprises (SMEs), Pangandaran Regency, West Java. The research method used is descriptive and quantitative to analyze the added value, which is calculated using the Hayami method. Data collection methods are by survey and direct interviews. The results of the study showed that jambal roti salted fish in Mamah Jambal SMEs, Pangandaran Regency provided quite significant added value, which was IDR 12,000 / kg with a value added ratio of 28%. The net profit obtained was IDR 11,945 / kg or around 28% of the total output, a fairly high production efficiency. Margin of Rp14,000/kg, SME Mamah Jambal gets the following distribution: 0.3% for labor, 14% for other additional inputs, and 85% of company profits. SME Mamah Jambal's market segmentation is included in the *Static Attribute Segmentation* category with a geographical approach and targets consumers based on location or region. The pricing strategy uses *Cost-Plus Pricing* to gain profit. For promotions carried out using *Personal Selling* promotion techniques which are carried out directly between sellers and prospective buyers. Distribution is carried out directly to consumers

Keywords: added value; jambal roti; marketing characteristics

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, memiliki berbagai macam makanan tradisional yang berasal dari olahan hasil laut. Salah satu produk olahan hasil laut yang dihasilkan yaitu jambal roti yang menjadi salah satu makanan tradisional yang cukup terkenal dan digemari oleh masyarakat lokal maupun wisatawan di Pangandaran, Jawa Barat. Jambal roti merupakan produk hasil fermentasi garam yang pada umumnya dibuat dari Ikan Manyung (*Arius thalassinus Ruppell*). Istilah jambal roti digunakan karena karakter tekstur dagingnya yang mudah hancur setelah digoreng seperti roti panggang dengan aroma yang khas. Ciri khas jambal roti antara lain aroma harum yang disebabkan adanya degradasi protein dan lemak yang menghasilkan senyawa metil keton, *butiraldehid*, asam amino, dan senyawa lainnya



Copyright (c) 2025 Junianto, Zahra Azizah, Hani Nurhaeni, Rizki Yusran Permana. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

(Mutaqin & Natari, 2021).

Mamah Jambal merupakan salah satu UKM pengolah hasil perikanan secara tradisional yang memproduksi jambal roti di Pangandaran, Jawa Barat. Jambal roti hasil produksi Mamah Jambal sudah banyak diminati di pasaran karena rasanya yang enak dan konsisten. Sebagai bagian dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM), pengolahan ikan asin jambal roti di Pangandaran memainkan peran penting dalam perekonomian lokal. UKM Mamah Jambal menjadi salah satu pelaku usaha yang bergerak dalam pengolahan produk pengolahan hasil perikanan dan telah berkontribusi dalam menyerap tenaga kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar Pangandaran. Keberlanjutan usaha ini sangat bergantung pada kemampuan pelaku usaha menghasilkan nilai tambah yang signifikan dari proses pengolahan produk. Demi memastikan keberlanjutan usaha dan meningkatkan daya saing produk, penting untuk menganalisis sejauh mana proses pengolahan memberikan nilai tambah secara ekonomi. Selain itu, efektivitas strategi pemasaran juga menjadi faktor kunci dalam memperluas jangkauan konsumen dan memperkuat posisi produk di pasar. Tanpa evaluasi yang menyeluruh terhadap kedua aspek ini, pelaku usaha berisiko mengalami penurunan daya saing di tengah dinamika pasar yang terus berkembang. Berbagai penelitian analisis nilai pada pengolahan ikan menjadi produk ikan asin telah banyak dilakukan, misalnya nilai tambah ikan mujair menjadi ikan asin (Sa'adah, 2021) dan pengolahan ikan teri menjadi ikan asin (Putri *et al.*, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai tambah produk, serta mengetahui karakteristik pemasaran produk jambal roti di UKM Mamah Jambal, Pangandaran. Hal ini perlu dilakukan untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana aktivitas pengolahan memberikan dampak ekonomi yang menguntungkan bagi pelaku usaha, serta menilai efektivitas strategi pemasaran dalam menjangkau konsumen

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di UKM Mamah Jambal yang terletak di Kabupaten Pangandaran. Penelitian berlangsung dari tanggal 2 Pebruari 2025 sampai dengan tanggal 28 April 2025. Metode penelitian ini yang digunakan adalah deskriptif dan kuantitatif. Menurut (Hairani *et al.*, 2023), penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan atau mendeskripsikan apa yang ada di lapangan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Pendekatan deskriptif digunakan dalam analisis karakteristik pemasaran yakni, pola pemasaran ikan asin jambal roti, segmentasi pasar, analisis pesaing, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran. Data dikumpulkan melalui survey dan wawancara langsung dengan metode *purposive sampling* dalam pemilihan responden, di mana sampel dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Purposive Sampling merupakan sebuah metode sampling non random sampling dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset (Lenaini, 2021). Responden yang dipilih meliputi pemilik dan pengelola UPI, sebagai pelaku usaha kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana produk dipasarkan dan tantangan yang dihadapi oleh Unit Pengolahan Ikan (UPI). Sedangkan penelitian kuantitatif adalah investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi (Fadilla *et al.*, 2022). Pendekatan kuantitatif digunakan dalam analisis nilai tambah, yang dihitung menggunakan metode Hayami. Analisis ini melibatkan data numerik seperti jumlah produksi (kg), harga bahan baku (Rp/kg), biaya tenaga kerja (Rp/HOK), serta pendapatan dan keuntungan usaha (Putra *et al.*, 2020). Hasil perhitungan ini memberikan gambaran mengenai seberapa besar peningkatan nilai ekonomi ikan asin jambal roti setelah diolah, serta bagaimana keuntungan dan marjin usaha didistribusikan. Kerangka analisis perhitungan nilai tambah dengan menggunakan metode Hayami dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis Perhitungan Nilai Tambah Hayami

No.	Variabel	Nilai
	Output, Input, Harga	
1.	Output/ total produksi (Kg / periode)	A
2.	Input bahan baku (Kg / periode)	B
3.	Input Tenaga kerja (HOK / periode)	C
4.	Faktor konversi	$D = A / B$
5.	Koefisien tenaga kerja	$E = C / B$

6. Harga produk (Rp / Kg)	F
7. Upah rata-rata tenaga kerja per HOK (Rp /HOK)	G
Pendapatan dan Keuntungan	
8. Harga input bahan baku (Rp / Kg)	H
9. Sumbangan input lain (Rp / Kg)	I
10. Nilai output (Rp / Kg)	$J = D \times F$
11. Nilai tambah (Rp / Kg)	$K = J - H - I$
Rasio nilai tambah (%)	$L \% = (K / J) \%$
12. Pendapatan Tenaga kerja (Rp / Kg)	$M = E \times G$
Imbalan tenaga kerja (%)	$N \% = (M / K) \%$
13. Keuntungan (Rp / Kg)	$O = K - M$
Tingkat keuntungan (%)	$P \% = (O / K) \%$
Balas Jasa Untuk Faktor Produksi	
14. Marjin	$Q = J - H$
Pendapatan tenaga kerja (%)	$R \% = (M / Q) \%$
Sumbangan input lain (%)	$S \% = (I / Q) \%$
Keuntungan perusahaan (%)	$T \% = (O / Q) \%$

Sumber : Putra *et al.*, 2020.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha

UKM Mamah Jambal merupakan salah satu produsen jambal roti ternama di Pangandaran yang telah berdiri sejak tahun 1980-an dan berlokasi di Jl. Jangilus No. 101, Kec. Pangandaran, Kab. Pangandaran, Jawa Barat. Selain memproduksi jambal roti, Mamah Jambal juga menawarkan berbagai olahan hasil laut lainnya seperti kerupuk udang, kerupuk ikan, terasi udang, ikan asin, dan cumi asin, yang seluruhnya dipasarkan secara mandiri tanpa melalui agen, namun didukung oleh cabang penjualan yang dikelola oleh anak pemilik. Ciri khas produk jambal roti di tempat ini adalah teksturnya yang lembut, sedikit lembab secara alami karena kandungan minyak ikan, tidak keras, dan tidak mudah hancur, memiliki warna alami daging ikan sedikit kecoklatan yang seharusnya sesuai dengan ciri fisik ikan asin yang tidak mengandung formalin, seperti yang dikemukakan oleh Yuliowati dkk. (2015) dalam (Fong *et al.*, 2022) bahwa pada warna sampel ikan asin yang tidak mengandung formalin memiliki warna sampel buram / alami / merah. Bahan baku utama berupa ikan manyung (*Arius thalassinus Ruppell*) dan ikan kedukang (*Hexanematichthys sagor*) yang didatangkan dari Indramayu dan Pati. Kemasan produk biasanya berupa plastik dan koran, dengan sasaran utama konsumen yaitu wisatawan, yang banyak diantaranya menjadi pelanggan setia karena kualitas dan cita rasa produk yang memikat. Seiring berjalannya waktu, usaha yang dikelola dengan konsisten dan menjaga mutu produk cenderung membangun relasi bisnis yang lebih luas serta menarik lebih banyak pelanggan, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan pendapatan secara signifikan (Polandos *et al.*, 2019). Dalam industri pengolahan perikanan, keberhasilan usaha kecil seperti ini dapat dilihat dari volume produksi dan pendapatan yang dihasilkan, mengingat UKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang tersebar luas di berbagai wilayah serta menyerap banyak tenaga kerja (Iskandar *et al.*, 2020). Mamah Jambal memiliki 8 hingga 10 orang tenaga kerja, menurut (Polandos *et al.*, 2019) semakin banyak tenaga kerja yang memiliki *skill* maka akan semakin banyak produk yang dihasilkan dan nantinya akan menyebabkan penambahan pendapatan bagi pengusaha dan pekerja.



Gambar 1. Pekerja UKM Mamah Jambal
 Sumber: Dokumen Pribadi

Nilai Tambah Produk

Analisis nilai tambah memiliki peranan penting dalam kegiatan usaha pengolahan hasil perikanan, termasuk pada produk jambal roti. Fungsi utama dari analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari masing-masing faktor produksi, seperti tenaga kerja, modal, dan manajemen, terhadap nilai akhir produk yang dihasilkan (Putra *et al.*, 2020). Analisis ini dapat membuat pelaku usaha mampu menilai efisiensi proses produksi dan menentukan apakah kegiatan pengolahan memberikan keuntungan yang lebih dibandingkan dengan menjual bahan mentah. Berikut merupakan analisis nilai tambah jambal roti di UKM Mamah Jambal.

Tabel 2. Nilai Tambah Produksi Ikan Asin Jambal Roti

No.	Variabel	Nilai
Output, Input, Harga		
1.	Output/ total produksi (Kg / Bulan)	2.800
2.	Input bahan baku (Kg / Bulan)	8.000
3.	Input Tenaga kerja (HOK / Bulan)	22
4.	Faktor konversi	0,35%
5.	Koefisien tenaga kerja	0.00275
6.	Harga produk (Rp / Kg)	120.000
7.	Upah rata-rata tenaga kerja per HOK (Rp / HOK)	20.000
Pendapatan dan Keuntungan		
8.	Harga input bahan baku (Rp / Kg)	28.000
9.	Sumbangan input lain (Rp / Kg)	2000
10.	Nilai output (Rp / Kg)	42.000
11.	Nilai tambah (Rp / Kg)	12.000
	Rasio nilai tambah (%)	28%
12.	Pendapatan Tenaga kerja (Rp / Kg)	55
	Imbalan tenaga kerja (%)	0.4%
13.	Keuntungan (Rp / Kg)	11.945
	Tingkat keuntungan (%)	28%
Balas Jasa Untuk Faktor Produksi		
14.	Marjin	14.000
	Pendapatan tenaga kerja (%)	0.3%
	Sumbangan input lain (%)	14%
	Keuntungan perusahaan (%)	85%

sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan tabel perhitungan yang ada pada Tabel 2, dapat diketahui output produksi per bulan sebesar 2.800 kg, dengan kebutuhan bahan baku sebesar 8.000 kg/bulan dan input tenaga kerja sebesar 22 HOK (Hari Orang Kerja) per bulan. Harga jual produk mencapai Rp120.000/kg, sedangkan harga bahan baku sebesar Rp28.000/kg. Sementara itu, terdapat sumbangan input lain sebesar Rp2.000/kg, seperti garam untuk proses pengolahan. Dari proses ini, diperoleh nilai output sebesar Rp42.000/kg, yang merupakan hasil dari selisih nilai jual dengan total biaya input. Nilai tambah yang dihasilkan sebesar Rp12.000/kg, dengan rasio nilai tambah sebesar 28%. Ini mengindikasikan bahwa 28% dari nilai akhir produk merupakan nilai tambah yang dihasilkan dari kegiatan pengolahan ikan asin tersebut. Menurut (Azmita et al., 2019), rasio nilai tambah sebesar 28% termasuk dalam kategori nilai tambah sedang, yaitu berada dalam rentang 15% hingga 40%. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengolahan ikan asin sudah memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan terhadap peningkatan nilai produk.

Dari sisi pendapatan tenaga kerja, kontribusinya hanya Rp 55/kg atau sekitar 0,4% dari total nilai. Berdasarkan penelitian (Rahmi, 2018) terkait pertumbuhan produktivitas tenaga kerja di industri kreatif Indonesia menemukan bahwa produktivitas tenaga kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan nilai tambah. Namun, kontribusi tenaga kerja tetap lebih kecil dibandingkan dengan pertumbuhan nilai output, menunjukkan bahwa peningkatan nilai tambah lebih banyak didorong oleh faktor lain selain tenaga kerja. Hal ini menjelaskan bahwa meskipun tenaga kerja berperan penting, kontribusinya terhadap pembentukan nilai tambah masih relatif kecil. Demikian pula dengan imbal jasa tenaga kerja dalam bentuk persentase hanya 0,3%, memperkuat kesimpulan bahwa sebagian besar nilai tambah bukan diserap oleh pekerja langsung. Keuntungan bersih yang diperoleh dari proses ini sebesar Rp11.945/kg atau sekitar 28% dari total output, menunjukkan efisiensi produksi yang cukup signifikan. Menurut (Dzulmawan et al., 2019), besarnya jumlah output berbanding lurus dengan faktor konversi yang dihasilkan. Semakin banyak output yang diperoleh, maka semakin besar pula nilai faktor konversi, yang pada akhirnya meningkatkan besarnya nilai tambah produk. Dengan margin sebesar Rp14.000/kg, UKM Mamah Jambal mendapatkan pembagian sebagai berikut: 0,3% untuk tenaga kerja, 14% untuk input tambahan lainnya, dan 85% merupakan keuntungan perusahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa struktur pendapatan masih sangat bergantung pada keberhasilan manajemen usaha dan efisiensi produksi, bukan pada upah pekerja.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa pengolahan ikan asin jambal roti di UKM Mamah Jambal memberikan nilai tambah yang cukup signifikan. Namun, perlu perhatian terhadap keseimbangan distribusi nilai tambah, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang masih mendapatkan bagian kecil dari keseluruhan nilai yang dihasilkan. Hal ini disebabkan karena sebagian besar tenaga kerja yang terlibat dalam proses produksi merupakan pekerja lepas (*freelance*) atau tidak tetap, yang hanya bekerja pada saat proses produksi berlangsung. Sistem kerja seperti ini menyebabkan upah diberikan berdasarkan volume pekerjaan, bukan gaji tetap bulanan, sehingga pendapatan yang diterima relatif kecil. Penting bagi UKM seperti Mamah Jambal untuk mulai mempertimbangkan pendekatan manajemen sumber daya manusia yang lebih berkelanjutan. Misalnya, dengan mengembangkan sistem insentif berbasis produktivitas, memberikan pelatihan keterampilan bagi pekerja, atau menjalin kerja sama jangka panjang dengan tenaga kerja lepas yang terbukti kompeten. Dengan langkah-langkah tersebut, tidak hanya kesejahteraan pekerja yang akan meningkat, tetapi juga kualitas dan kontinuitas produksi dapat lebih terjaga.

Karakteristik Pemasaran Produk

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar yang luas menjadi kelompok-kelompok konsumen yang memiliki karakteristik, kebutuhan, atau perilaku yang serupa, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif. Fungsi segmentasi pasar yakni perusahaan dapat memahami target konsumennya dengan lebih baik dan menyusun produk, harga, promosi, dan distribusi sesuai kebutuhan segmen tersebut. Pendekatan untuk mensegmentasikan pasar menurut Kartajaya & Kotler (2005) dalam (Aliami et al., 2022), yaitu :

1. **Static Attribute Segmentation**, adalah segmentasi yang berdasarkan pada kesamaan atribut-atribut yang bersifat statis dalam pengertian bahwa tidak mencerminkan *buying/using behavior* dan tidak secara langsung mempengaruhi alasan pelanggan untuk membeli. Terdapat beberapa faktor dalam menentukan segmentasi pasar pada *static attribute segmentation*, di antaranya adalah faktor geografis dan demografis.
2. **Dynamic Attribute Segmentation**, adalah segmentasi yang berdasarkan pada kesamaan atribut-atribut yang bersifat dinamis, yaitu atribut yang mencerminkan karakteristik manusiawi dari pelanggan melalui minat, kebiasaan, sikap, kepercayaan, dan sebagainya yang membentuk *buying/using behavior* dan secara langsung mempengaruhi alasan pelanggan untuk membeli. Terdapat 2 faktor untuk

menentukan segmentasi pasar pada dynamic attribute segmentation, yaitu: Faktor Psikografis dan Faktor Perilaku/*behavioral*.

Menurut (Camilleri, 2018), segmentasi pasar dibagi menjadi :

- **Segmentasi Demografis (*Demographic Segmentation*)**
Segmentasi ini merupakan cara yang populer untuk mengelompokkan pasar pelanggan, karena variabel demografis relatif mudah diukur. Variabel demografis dapat mencakup; usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, status perkawinan, jumlah anggota keluarga, ras, agama, dan kebangsaan.
- **Segmentasi Geografis (*Geographic Segmentation*)**
Segmentasi ini melibatkan pemilihan pasar potensial berdasarkan lokasi. Pendekatan segmentasi ini dapat mempertimbangkan variabel seperti iklim, medan, sumber daya alam, dan kepadatan penduduk, di antara variabel geografis lainnya.
- **Segmentasi Psikografis (*Psychographic Segmentation*)**
Segmentasi ini dapat digunakan untuk mengelompokkan pasar menurut ciri-ciri kepribadian, nilai-nilai, motif, minat, dan gaya hidup
- **Segmentasi Perilaku (*Behavioral Segmentation*)**
Segmentasi perilaku didefinisikan sebagai segmentasi pasar menurut perilaku pembelian individu. Segmentasi berbasis perilaku terlihat jelas dengan manfaat yang dicari dari produk, dengan identifikasi perilaku pembelian tertentu, dalam hal frekuensi belanja dan volume pembelian, dan sebagainya.

Segmentasi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran karena membantu memahami karakter, kebutuhan, dan preferensi konsumen secara lebih spesifik. Strategi yang tepat membuat pelaku usaha bisa menyusun langkah pemasaran yang lebih fokus dan efisien. UKM Mamah Jambal masuk ke dalam kategori *Static Attribute Segmentation* dengan pendekatan geografis dengan menargetkan konsumen berdasarkan lokasi atau wilayah. Produk utama yang ditawarkan adalah ikan asin Jambal Roti yang menjadi oleh-oleh khas dari Pangandaran. Pangandaran dikenal sebagai daerah wisata pantai yang ramai dikunjungi sehingga memiliki potensi besar dalam menarik minat pembeli. Produk UKM ini dipasarkan secara khusus kepada konsumen di wilayah tersebut seperti masyarakat lokal dan pengunjung dari luar daerah yang ingin membawa pulang oleh-oleh khas. Strategi ini membantu memperkuat identitas produk sebagai bagian dari kuliner lokal yang memiliki nilai budaya dan daya jual.



*Gambar 2. Lokasi UKM Mamah Jambal
Sumber: Dokumentasi Pribadi*

Dasar Persaingan

Struktur pasar adalah penggolongan bentuk pasar berdasarkan ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, jumlah penjual dan pembeli, serta tingkat persaingan dalam pasar tertentu (Hasrul & Andiansyah, 2024). Struktur pasar persaingan sempurna adalah pasar yang memiliki jumlah penjualan dan pembelian yang banyak dengan berbagai varian barang yang dijual, namun barang yang dijual memiliki jenis yang sama dan serupa (Fitria Mukaromah & Wijaya, 2020). Pasar persaingan sempurna memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- **Terdapat banyak penjual dan pembeli**
Jumlah perusahaan sangat banyak dan relatif kecil skalanya, sehingga perubahan harga oleh satu pihak tidak akan memengaruhi harga pasar secara keseluruhan.
- **Harga ditentukan oleh mekanisme pasar**
Karena banyaknya pelaku, baik penjual maupun pembeli tidak memiliki kekuatan untuk menetapkan harga. Harga terbentuk melalui interaksi seluruh penjual dan pembeli.
- **Kemudahan keluar dan masuk pasar**
Perusahaan dapat dengan mudah masuk ke pasar saat ada peluang, dan keluar saat menghadapi kerugian tanpa hambatan berarti.

- **Produk bersifat homogen**
Barang yang dijual identik, tidak memiliki perbedaan antara produsen satu dengan lainnya, sehingga promosi atau iklan tidak berpengaruh besar terhadap penjualan.
- **Informasi pasar tersedia secara sempurna**
Pembeli memiliki pengetahuan penuh mengenai harga dan kondisi pasar, membuat produsen tidak bisa menjual dengan harga lebih tinggi dari harga pasar.
- **Struktur pasar paling ideal**
Persaingan sempurna dianggap sebagai bentuk pasar yang ideal karena menciptakan efisiensi dan keseimbangan antara penawaran dan permintaan.

UKM Mamah Jambal dapat dikategorikan ke dalam pasar persaingan sempurna, karena operasionalnya mencerminkan ciri-ciri utama struktur pasar tersebut. Salah satu ciri utamanya adalah banyaknya pelaku usaha dan konsumen yang terlibat dalam pasar ini. Produk yang dihasilkan, yaitu ikan asin jambal roti, dianggap homogen, sehingga konsumen tidak dapat membedakan secara signifikan antara produk yang ditawarkan oleh UKM ini dengan produk dari pesaingnya. Selain itu, kemudahan dalam masuk dan keluar dari pasar mendukung dinamika persaingan yang sehat, serta tersedianya informasi secara sempurna bagi seluruh pelaku pasar, sehingga UKM Mamah Jambal beroperasi dalam kerangka pasar yang ideal sesuai dengan konsep persaingan sempurna. UKM Mamah Jambal menghadapi persaingan dari beberapa rival lokal yang juga memproduksi ikan asin jambal roti dengan metode tradisional. Berdasarkan kajian, pesaing utama di Pangandaran adalah usaha sejenis lainnya yang memproduksi jambal roti dengan kualitas serupa. Salah satu pesaing yang signifikan adalah produsen jambal roti super khas Pangandaran, yang juga menggunakan bahan baku ikan manyung dan metode pengolahan tradisional. Pesaing ini memiliki strategi pemasaran yang berfokus pada pengemasan produk yang menarik dan mudah diolah, serta segmentasi pasar yang menasar konsumen dari berbagai kalangan. UKM sejenis yang menjual produk Jambal Roti sangat banyak dan ini menimbulkan persaingan yang ketat di daerah wisata. meskipun tingginya kompetisi mamah jambal mampu bertahan meskipun memiliki harga relatif lebih mahal dibandingkan kompetitor dengan menggunakan keunggulan produk dan brand loyalty. *Basis of competition* adalah faktor kunci yang menentukan alasan mengapa konsumen memilih suatu produk atau jasa dari perusahaan tertentu dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan kata lain, basis of competition adalah elemen pembeda seperti inovasi, kualitas, harga, layanan, teknologi, desain, atau reputasi yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam pasar. UKM Mamah jambal memiliki keunggulan (*cost advantage*), yakni keunggulan biaya yang dimiliki perusahaan ketika mereka mampu memproduksi barang atau jasa dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pesaing di industri yang sama. Dengan keunggulan biaya ini, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih kompetitif atau memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi, tanpa mengurangi kualitas produk.

Keunggulan Produk :

1. Produk Kualitas Super : Merupakan produk kualitas terbaik dan juga termahal yang dimiliki mamah jambal dengan harga Rp.125.000
2. Kualitas dua : Produk yang memiliki kualitas yang unggul dan juga memiliki harga yang masuk akal, ini adalah produk *worth it* untuk dibeli dan dapat dijangkau oleh semua strata ekonomi.
3. Kualitas biasa : Produk ini memiliki harga paling ekonomis diantara produk mamah jambal lainnya.

Selain itu UKM Mamah Jambal memiliki *Brand Loyalty*, sehingga produk yang dihasilkan ini sudah seperti ikon jambal roti karena memiliki banyaknya pelanggan lama yang melakukan *repurchase* dan kepercayaan tinggi diantara para pelanggan. Rintangan dari bentuk pasar persaingan sempurna sulitnya mengganti harga karena sudah ditentukan pasar, jadi ketika bahan baku susah didapat hanya mengurangi jumlah produksi tidak dilakukan kenaikan harga agar mendapat keuntungan lebih.

Penentuan Harga, Promosi, dan Distribusi

1. Penentuan Harga

Penetapan harga jual termasuk keputusan strategis manajemen yang sangat menentukan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang (Sodikin, 2015) dalam (Wauran, 2016). Strategi Penentuan harga di UKM Mamah Jambal menggunakan *Cost-Plus Pricing* adalah penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memperoleh barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau keuntungan (Noviasari & Alamsyah, 2020). Penentuan metode ini dengan cara menghitung biaya produksi per unit dan menentukan laba yang diinginkan perusahaan kemudian perusahaan bisa menentukan harga jual produknya. Melalui pendekatan strategi *Cost-Plus Pricing* yang memiliki orientasi terhadap laba, manajemen UKM Mamah Jambal terlebih

dahulu merinci biaya penuh per unit (termasuk bahan bak dan tenaga kerja), lalu menambahkan persentase laba yang diinginkan agar operasional berjalan lancar sekaligus mendukung reinvestasi untuk pengembangan usaha.

Strategi *Cost-Plus Pricing* menawarkan beberapa keunggulan penting dengan menambahkan margin laba di atas seluruh biaya produksi, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap elemen biaya mulai dari bahan baku, tenaga kerja, hingga overhead tertutup sepenuhnya; proses perhitungannya pun relatif sederhana dan transparan, sehingga manajemen mudah memeriksa dan memverifikasi angka-angka yang digunakan; akhirnya, pendekatan ini menjamin margin keuntungan yang konsisten untuk setiap unit produk yang terjual, memberikan kepastian finansial dalam jangka pendek. Di sisi lain, metode ini juga memiliki keterbatasan yang patut diperhatikan: ia tidak mempertimbangkan daya beli atau persepsi nilai konsumen terhadap produk, sehingga harga yang dihasilkan bisa saja melampaui kemampuan atau keinginan pasar; selain itu, *Cost-Plus Pricing* cenderung mengabaikan dinamika kompetisi seperti strategi diskon pesaing atau perubahan tren permintaanserta fluktuasi biaya bahan baku yang cepat berubah, sehingga perusahaan berisiko kehilangan daya saing jika tidak melakukan penyesuaian harga secara berkala.

2. Startegi Promosi

Promosi merupakan sarana komunikasi yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan berbagai informasi tentang produk mulai dari keunggulan, harga, hingga tempat penjualan, serta sebagai upaya membujuk atau mengajak target pasar agar melakukan pembelian, dengan tujuan akhir meningkatkan volume penjualan (Nufus & Handayani, 2022) Promosi memerlukan media sebagai sarana untuk menyampaikan pesan tersebut kepada target pasar. Secara umum, media promosi dibagi menjadi 2 yakni secara langsung (*direct marketing*) dan tidak langsung (*indirect marketing*). *Direct marketing* atau pemasaran langsung adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada konsumen secara langsung dengan harapan mendapatkan respons cepat dan menjalin hubungan dengan mereka untuk jangka panjang (Anindita, 2024) Sedangkan *indirect marketing* merupakan strategi untuk mempromosikan suatu produk yang ditujukan untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen (Kurnianti & Muthohar, 2023). Teknik promosi diperlukan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau layanan, serta membangun citra merek guna meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. *Personal selling* merupakan salah satu teknik promosi dengan presentasi pribadi oleh para wiraniaga perusahaan dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan penjualan (Nufus & Handayani, 2022). UKM Mamah Jambal menggunakan media (*direct marketing*) serta pendekatan *personal selling* dengan melakukan interaksi antar individu, saling bertatap muka untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Strategi promosi ini dilakukan melalui pemanfaatan aplikasi WhatsApp sebagai media utama. Fitur status WhatsApp digunakan untuk menyampaikan informasi produk secara langsung kepada pelanggan loyal, yakni konsumen yang telah memiliki kontak produsen dan memahami produk yang ditawarkan. Meskipun berbasis digital, pendekatan ini tetap dikategorikan sebagai interaksi langsung karena komunikasi terjadi secara personal antara produsen dan pelanggan tanpa perantara. Keunggulan strategi ini adalah kemampuan untuk memberikan tanggapan terhadap pertanyaan atau keberatan pelanggan secara real-time. Selain itu, solusi yang ditawarkan dapat disesuaikan dengan preferensi masing-masing pelanggan, sehingga menciptakan hubungan yang lebih erat antara produsen dan konsumen. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk, tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan melalui interaksi personal yang bersifat dua arah.

3. Alur Distribusi

Distribusi langsung merupakan sistem distribusi yang dilakukan produsen dengan cara menjual langsung kepada konsumen tanpa perantara (The et al., 2018). Distribusi langsung memberikan keuntungan seperti kontrol penuh atas merek dan pengalaman pelanggan, serta potensi margin keuntungan yang lebih tinggi karena tidak ada biaya perantara (Nasution et al., 2022). Pendekatan ini diterapkan oleh UKM Mamah Jambal yang memproduksi ikan asin jambal roti. Proses penjualan dilakukan langsung dari rumah produksi kepada konsumen, yang sebagian besar merupakan wisatawan yang berkunjung ke Pangandaran. Strategi distribusi ini memberikan beberapa keuntungan, antara lain meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk jambal roti yang dihasilkan. Hal ini turut mendorong konsumen menjadi pelanggan tetap dan secara aktif merekomendasikan produk tersebut kepada keluarga serta teman mereka. Berdasarkan penelitian oleh Krismayanti et al. (2025), rekomendasi dari orang-orang terdekat sering dianggap lebih meyakinkan dibandingkan informasi yang diperoleh dari iklan atau media lainnya. Berdasarkan hasil wawancara pada pelaku usaha menunjukkan bahwa para pelanggan Mamah Jambal cenderung berkonsultasi dengan teman atau keluarga sebelum membeli produk, sehingga distribusi langsung dapat memperkuat loyalitas konsumen melalui pengalaman langsung dan hubungan interpersonal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ikan asin jambal roti di UKM Mamah Jambal, Kabupaten Pangandaran memberikan nilai tambah yang cukup signifikan, yaitu sebesar Rp12.000/kg dengan rasio nilai tambah sebesar 28%. Keuntungan bersih yang diperoleh sebesar Rp11.945/kg atau sekitar 28% dari total output, efisiensi produksi yang cukup tinggi. Margin sebesar Rp14.000/kg, UKM Mamah Jambal mendapatkan pembagian sebagai berikut: 0,3% untuk tenaga kerja, 14% untuk input tambahan lainnya, dan 85% keuntungan perusahaan. Segmentasi pasar UKM Mamah Jambal termasuk kategori *Static Attribute Segmentation* dengan pendekatan geografis serta menargetkan konsumen berdasarkan lokasi atau wilayah. Strategi Penentuan harga menggunakan *Cost-Plus Pricing* untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Untuk promosi yang dilakukan menggunakan teknik promosi *Personal Selling* yang dilakukan secara langsung antara penjual dan calon pembeli. Distribusi dilakukan secara langsung kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliami, S., Muslih, B., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 67–68.
- Anindita, R. (2024). *Direct Marketing, Sales Promotion, dan Hedonic Shopping Motivation terhadap Purchase Decision (Studi pada Fitur Shopee Live)*. 14.
- Azmita, N., Mutiara, V. I., & Hidayat, R. (2019). Analisis Nilai Tambah dan Profitabilitas Usaha Tahu Alami Di Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. *JOSETA: Journal of Socio-Economics on Tropical Agriculture*, 1(3). <https://doi.org/10.25077/joseta.v1i3.179>
- Camilleri, M. A. (2018). *Market Segmentation, Targeting and Positioning: Vol. Chapter 4*. <https://ssrn.com/abstract=3289470>
- Dzulmawan, M., Geo, L., & Gafaruddin, A. (2019). Analisis Nilai Tambah Pengolahan Abon Ikan Tuna di Kelurahan Mata Kecamatan Kendari Kota Kendari (Studi Kasus Industri Rumah Tangga Dzakiyah Permata). *Jurnal Ilmiah Agribisnis (Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian)*, 2019(2), 29–34. <https://doi.org/10.33772/jia.v4i2.6511>
- Fadilla, Z., Ketut Ngurah Ardiawan, M., Eka Sari Karimuddin Abdullah, M., Jannah Ummul Aiman, M., & Hasda, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (N. Saputra, Ed.). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. <http://penerbitzaini.com>
- Fitria Mukaromah, matul, & Wijaya, T. (2020). Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna dalam Perspektif Islam. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan*, 4, 01–16. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/profit>
- Fong, A. P., Yogisutanti, G., & Fuadah, F. (2022). Analisis Kandungan Formalin pada Ikan Asin Jambal Roti di Pasar Sentral Kabupaten Mimika Papua Tahun 2021. *Jurnal Ilmu Kesehatan Immanuel*, 16(1).
- Hairani, Innuddin, M., Rachman, D. F., Fathoni, A., & Hadi, S. (2023). Sosialisasi Internet Sehat, Cerdas, Kreatif, dan Produktif pada Masyarakat Kalijaga Baru. *Valid Jurnal Pengabdian*, 1(3).
- Hasrul, S., & Andiansyah, F. (2024). Permintaan Pasar Terhadap Perusahaan Pada Pasar Persaingan Sempurna. In *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)* (Vol. 5, Issue 1). <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., Jahroh, S., Bisnis, S., & Pertanian Bogor, I. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4.
- Kurnianti, D., & Muthohar, M. (2023). Strategi Pemasaran yang Efektif: Kombinasi Teknik Direct Marketing dan Indirect Marketing dalam Meningkatkan Penerimaan Aplikasi Genius HR. *Technologia*, 14.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling. *HISTORIS : Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <https://doi.org/10.31764/historis.vXiY.4075>
- Mutaqin, B., & Natari, S. U. (2021). Analisis Potensi Ekspor Produk Ikan Asin Jambal Roti di Kabupaten Pangandaran. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(2), 97–104. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1740>
- Nasution, M. I., Fachrezi, H. A., Darma, S., Rahman, D., & Suhairi. (2022). Distribusi Pasar Luar Negeri.

Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi.

- Noviasari, E., & Alamsyah, R. (2020). Peranan Perhitungan Harga Pokok Produksi Pendekatan Full Costing Dalam Menentukan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing Studi Kasus pada UMKM Sepatu Heriyanto. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8, 17–26.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tik Tok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store)S. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 21–34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>
- Polandos, P. M., Engka, D. S. M., & Tolosang, K. D. (2019). Analisis Pengaruh Modal, Lama Usaha, dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kecamatan Langowan Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.
- Putra, S. I., Istiqomah, Gunawan, D. S., & Purnomo, S. D. (2020). Analisis Pendapatan dan Nilai Tambah Industri Pengolahan Kopi : Pendekatan Metode Hayami. *Indonesian Journal of Development Economics*, 3. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/efficient>
- Putri, F.G.A., Meylinda, D.R., & Rahman, M.I. (2024). Analisis Nilai Tambah Agroindustri Ikan Teri Kering Asin di Desa Sumber Anyar Kecamatan Banyuputih. *PROSIDING SENADIKA : Seminar Nasional Akademik*, 986-991. <https://www.unars.ac.id/ojs/index.php/SENADIKA/article/view/5878>.
- Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi*, 9.
- Sa'adah, W. (2021). Analisis Pengolahan Ikan Mujair Menjadi Ikan Asin Di Desa Widuni Kecamatan Deket Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 7(1), 466-475.
- Sudirman, & Hasniati. (2018). Sistem Distribusi Barang Elektronik dengan Metode Distribusi Langsung pada Toko Mulia. *Jurnal Ilmu Komputer*.
- Wauran, D. (2016). Analisis Penentuan Harga Pokok Produk dan Penerapan Cost Plus Pricing Method dalam Rangka Penetapan Harga Jual Pada Rumah Makan Soto Rusuk Ko' Petrus Cabang Megamas. *Jurnal EMBA*, 2.



ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK SARABBA BUBUK KHAS LEON DESA ROSOAN KECAMATAN ENREKANG

CONSUMER PREFERENCES ANALYSIS TOWARDS THE PURCHASE OF SARABBA POWDER KHAS LEON, ROSOAN VILLAGE, ENREKANG DISTRICT

Hamina^{1*}, Astrini Padapi¹, Iranita Haryono¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang.

*Penulis Korespondensi : haminaaa248@gmail.com

Diterima: 11/05/2025

Direvisi: 15/05/2025

Diserahkan: 11/06/2025

Abstrak. Sarabba Bubuk merupakan minuman tradisional khas Sulawesi dengan cita rasa dan aroma unik, kemasan khas, serta harga yang bervariasi, yang diharapkan sesuai dengan selera konsumen di berbagai wilayah. Variabel yang dianalisis meliputi aroma, rasa, kemasan, dan harga, yang masing-masing diyakini memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Bubuk Sarabba Leon dari Desa Rosoan, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling dimana ada kriteria tertentu yang dijadikan sebagai responden yaitu konsumen yang memiliki usia 18 tahun keatas dan sebagai konsumen sarabba bubuk, dengan ukuran sampel 50 responden berdasarkan rumus Ferdinand. Analisis data dilakukan menggunakan skala Likert dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, aroma, rasa, kemasan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bubuk Sarabba Leon, dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai F hitung 84,079, yang lebih besar dari nilai F tabel 2,81. Secara individu, aroma (X1) memiliki nilai t hitung 2,188, rasa (X2) 4,281, dan harga (X4) 15,917, yang semuanya lebih besar dari nilai t tabel 1,674, menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, kemasan (X3) memiliki nilai t hitung -0,69, lebih kecil dari nilai t tabel 1,674, yang menunjukkan bahwa kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Preferensi Konsumen; Pembelian; Sarabba Bubuk

Abstract. Sarabba Powder is a traditional drink from Sulawesi with a unique taste and aroma, distinctive packaging, and varying prices, which are expected to suit consumer tastes in various regions. The variables analyzed include aroma, taste, packaging, and price, each of which is believed to influence consumer purchasing decisions for Leon Sarabba Powder products from Rosoan Village, South Sulawesi. This study uses a quantitative approach with a survey method. The sampling technique applied is purposive sampling where there are certain criteria that are used as respondents, namely consumers who are 18 years of age and over and as consumers of sarabba powder, with a sample size of 50 respondents based on Ferdinand's formula. Data analysis was carried out using a Likert scale and multiple linear regression. The results of the study showed that simultaneously, aroma, taste, packaging, and price had a significant effect on purchasing decisions for Leon Sarabba Powder, with a significance value of 0.000 and a calculated F value of 84.079, which is greater than the F table value of 2.81. Individually, aroma (X1) has a t-value of 2.188, taste (X2) 4.281, and price (X4) 15.917, all of which are greater than the t-table value of 1.674, indicating a significant influence on purchasing decisions. However, packaging (X3) has a t-value of -0.69, smaller than the t-table value of 1.674, indicating that packaging does not have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Consumer Preference; Purchase; Sarabba Powder

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang ditandai dengan banyaknya minuman beragam yang memiliki kapasitas untuk memberikan kehangatan bagi tubuh manusia. Minuman tradisional berfungsi sebagai minuman khas yang mewakili daerah tertentu dan dapat diformulasikan dari berbagai sumber, Merupakan jenis rempah, daun, buah, atau bagian tumbuhan lainnya yang mengandung senyawa bioaktif tertentu, sehingga memiliki sifat fungsional yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh (Tira Tangkeallo, 2023).

Di Indonesia, jahe diklasifikasikan sebagai tanaman herbal terkemuka yang telah banyak dimanfaatkan. Hal ini dibuktikan dengan berbagai persiapan jahe yang biasanya dikonsumsi sebagai minuman termogenik selama kondisi iklim dingin. Minuman hangat berbahan dasar jahe dikenal dengan berbagai sebutan seperti wedang jahe, bajigur, sekoteng, bandrek, serbat, dan bir pletok. Minuman tradisional berbasis jahe ini dipercaya memiliki aktivitas antioksidan yang cukup tinggi (Wellyalina & Zufayan, 2018).



Copyright (c) 2025 Hamina, Astrini Padapi, Iranita Haryono. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Jahe termasuk dalam kelompok rempah-rempah dengan produktivitas yang cukup tinggi, tanaman ini digolongkan sebagai salah satu jenis biofarmaka dari golongan rimpang yang memiliki area tanam paling luas dan mudah didapatkan. Selain dimanfaatkan sebagai bumbu masakan, jahe juga digunakan dalam pengobatan tradisional dan sebagai bahan minuman penghangat tubuh. Ciri khas rasa dan aroma pedasnya membuat jahe mampu memberikan efek hangat serta dapat membuat keluarnya keringat (Alawiah dkk, 2022).

Kabupaten enrekang, yang terletak di daerah pegunungan dengan tanah yang subur, menjadi wilayah yang sangat cocok untuk kegiatan pertanian berkualitas. Di kawasan ini, tanaman seperti jahe dapat berkembang dengan subur serta menghasilkan produksi yang tinggi. Kondisi tanahnya sangat mendukung produktivitas pertanian, sehingga Enrekang menjadi salah satu pusat pertanian utama di Sulawesi Selatan. Dengan kekayaan alam yang dimilikinya, Enrekang berpotensi besar sebagai penghasil komoditas unggulan dan turut berperan penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat (Amal dkk, 2022).

Berdasarkan data dari Badan pusat statistik kabupaten Enrekang (2023), bahwa produksi jahe di Kabupaten Enrekang ditahun 2019 sebesar 684.030 kg, ditahun 2020 sebesar 1.095.936 kg, ditahun 2021 sebesar 1.388.024 kg, ditahun 2022 produksi jahe sempat menurun sebesar 856.510 dan ditahun 2023 produksi jahe meningkatkan drastis sebesar 3.594.577 kg.

Jahe yang memiliki daya simpan terbatas dapat diolah menjadi berbagai produk industri. Beberapa hasil olahannya mencakup minuman seperti sirup jahe dan jahe instan, produk kecantikan seperti parfum, serta makanan seperti permen jahe, manisan, dan enting-enting. Selain itu, jahe juga dimanfaatkan dalam industri jamu tradisional dan digunakan sebagai bumbu dalam berbagai hidangan. Jahe sering dijadikan bahan utama dalam pembuatan minuman tradisional seperti sarabba. Kandungan senyawa aktif di dalamnya memberikan manfaat beragam, sehingga cocok digunakan dalam pembuatan produk seperti hand sanitizer, disinfektan, serta minuman penunjang daya tahan tubuh (Sahidin dkk, 2020).

Tanaman jahe dimanfaatkan sebagai bahan utama dalam pembuatan sarabba, minuman tradisional khas yang biasa disajikan oleh masyarakat di Sulawesi Selatan. *Sarabba* merupakan minuman yang dibuat dari campuran jahe dan gula merah, dan telah menjadi bagian dari budaya kuliner setempat. Namun, meskipun potensinya besar, pengembangan tanaman herbal berbasis jahe masih kurang mendapatkan perhatian dari pemerintah daerah (Sutrisno dkk, 2022). *Sarabba* merupakan minuman tradisional yang umumnya dibuat dari campuran jahe, santan, gula aren, serta bahan tambahan lainnya sesuai kebutuhan, dan dikenal dapat membantu meningkatkan daya tahan tubuh. Proses pembuatannya cenderung memakan waktu lama dan biasanya hanya dilakukan pada momen-momen tertentu (Hadiq dkk, 2024).

Jahe sendiri merupakan tanaman yang kerap dimanfaatkan dalam pembuatan minuman kesehatan karena kandungan senyawa aktifnya. Minuman berbahan jahe dikenal dapat memberikan efek menyegarkan dan membantu mengatasi keluhan seperti masuk angin, serta mendukung kebugaran tubuh secara menyeluruh. Dalam pengobatan herbal, jahe telah lama digunakan karena khasiatnya yang terbukti bermanfaat bagi kesehatan (Poluan dkk, 2019).

Berdasarkan data BPS kabupaten Enrekang, (2024) bahwa Konsumsi minuman kesehatan di Kabupaten Enrekang mengalami fluktuasi selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data, konsumsi per kapita minuman kesehatan pada tahun 2021 tercatat sebesar 0,114 liter, menurun menjadi 0,097 liter pada tahun 2022, dan kembali menurun menjadi 0,093 liter pada tahun 2023. Penurunan ini menandakan adanya perubahan pola konsumsi masyarakat terhadap minuman kesehatan. Data ini menunjukkan adanya tren penurunan konsumsi minuman kesehatan dan peningkatan konsumsi minuman jadi seperti kopi, teh, susu, dan cokelat. Penurunan konsumsi minuman kesehatan dari 0,114 liter pada 2021 menjadi 0,093 liter pada 2023 menandakan perubahan pola konsumsi masyarakat, di mana konsumen tampak lebih memilih minuman instan yang praktis seperti kopi atau teh.

Fenomena ini menjadi indikator bahwa pasar minuman tradisional berbasis kesehatan, seperti sarabba bubuk, menghadapi tantangan dalam menarik minat konsumen yang kini lebih tertarik pada minuman yang siap saji dan lebih mudah dikonsumsi. Penelitian ini penting dilakukan untuk membantu produsen lokal memahami Preferensi konsumen sehingga mereka dapat meningkatkan kualitas daya saing produk sarabba bubuk yang berpotensi mendukung pengembangan usaha dan menyongsong ekonomi daerah. Hal ini sejalan Berdasarkan Peraturan Bupati Enrekang Nomor 17 Tahun 2017 membahas percepatan penanggulangan kemiskinan berbasis data terpadu. Pada pasal satu ayat 7 menyatakan bahwa “Program penanggulangan kemiskinan adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah pusat pemerintah daerah untuk meningkatkan kesejahteraan warga miskin melalui bantuan sosial pemberdayaan masyarakat pemberdayaan usaha ekonomi mikro dan kecil serta program lain dalam rangka peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat” Salah satu pendekatannya adalah mendukung inisiatif masyarakat dalam mengembangkan usaha lokal seperti sarabba bubuk, yang dapat berkontribusi pada pengentasan kemiskinan (Perbup, 2017).

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Kuantitatif dengan Metode Survey dimana ini adalah cara penelitian yang mengumpulkan data numerik melalui kuisisioner yang terstruktur.

Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dusun Leon, Desa Rosoan, yang terletak di Kecamatan Enrekang Kabupaten Enrekang, sebagai salah satu daerah di Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansinya yang signifikan dengan tema penelitian yang berpusat di sekitar produk sarabba bubuk. Dusun Leon dikenal sebagai satu-satunya pusat pembuatan sarabba bubuk di Kabupaten Enrekang. Produk sarabba bubuk yang berasal dari desa ini telah mengumpulkan permintaan yang cukup besar dari konsumen, baik lokal maupun dari luar daerah, sehingga menunjukkan daya tarik pasar yang substansif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai Maret 2025.

Jenis dan sumber data

- a. Jenis data pada penelitian ini yaitu berupa data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan dapat diukur atau dihitung yang diperoleh dari data hasil rekapitulasi kuisisioner yang telah dibagikan kepada responden.
- b. Sumber data:
Data Primer: Data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama seperti wawancara, survey, atau observasi
Data Sekunder: Data yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada seperti dokumen, laporan dan publikasi.

Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi mencakup keseluruhan objek atau subjek yang membentuk titik fokus penelitian, sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi yang dengan tepat mewujudkan karakteristiknya secara representatif. Ketidakkuratan dalam penggambaran populasi dapat mengakibatkan perolehan data yang salah, yang pada akhirnya membahayakan integritas temuan penelitian, menjadikannya tidak mewakili populasi dan tidak mampu generalisasi yang valid. (Sulistiyowati, 2017) Populasi dalam penelitian ini terdiri dari semua individu atau konsumen yang telah membeli produk sarabba bubuk khas Leon Desa Rosoan Kecamatan Enrekang.

b. Sample

Menurut Sugiyono (2017), penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel non-probabilitas, secara khusus menggunakan pendekatan pengambilan sampel yang bertujuan, yang melibatkan pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu. Kriteria yang ditetapkan untuk menentukan responden dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

1. Konsumen dengan rentang usia 18 tahun ke atas
2. Konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk sarabba bubuk

Mengingat populasi dalam penelitian ini cukup besar dan jumlah pastinya tidak diketahui, maka penentuan ukuran sampel minimum dilakukan dengan menggunakan rumus Ferdinand, yakni jumlah sampel diperoleh dari hasil perkalian antara jumlah indikator variabel dengan angka 5 hingga 10. Berikut adalah rumus penentuan sampel menggunakan rumus Ferdinand:

$$n = \text{Jumlah indikator variable (JI)} \times 10$$

Diketahui:

$$\begin{aligned} n &= \text{Jumlah Indikator Variabel} \times 10 \\ &= 5 \times 10 \\ &= 50 \text{ Orang} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil penarikan sample dengan rumus Ferdinand yaitu sebanyak 50 orang. Dimana 50 orang yang menjadi sample dari penelitian ini yaitu pembeli sarabba bubuk di Dusun Leon Desa Rosoan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian ini, baik sumber primer maupun sekunder digunakan, dipergunakan beberapa teknik :

1. Observasi, yaitu mengadakan pengamatan secara langsung kepada lokasi penelitian untuk mengetahui situasi dan kondisi yang berkaitan dengan objek penelitian.
2. Wawancara adalah penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik usaha dan konsumen sarabba bubuk di desa rosoan Kecamatan Enrekang untuk memperkuat data yang peneliti dapatkan.
3. Studi perpustakaan mewakili kegiatan ilmiah yang ditandai dengan koleksi literatur yang cermat yang berkaitan dengan indikator penelitian, yang mencakup sumber-sumber seperti buku, jurnal akademik, dan temuan dari upaya penelitian sebelumnya.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017), analisis data merupakan fase penting dalam pemrosesan sistematis dan organisasi data yang dikumpulkan dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses analitis ini melibatkan kategorisasi data ke dalam segmen yang ditentukan, membedakan pola dalam data, penyortiran informasi yang relevan, dan derivasi kesimpulan untuk memfasilitasi pemahaman oleh peneliti dan pemangku kepentingan lainnya. Dalam penyelidikan ini, yang berkonsentrasi pada preferensi konsumen dalam pengadaan produk sarabba bubuk, pendekatan analitis deskriptif kuantitatif digunakan. Tanggapan dari peserta dikuantifikasi menggunakan skala Likert dan menjadi sasaran analisis melalui beberapa teknik regresi linier untuk menjelaskan keterkaitan antara variabel yang diperiksa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sarrabba Bubuk Khas Leon

Hubungan preferensi konsumen terhadap pembelian sarrabba bubuk Leon sangatlah penting. Preferensi konsumen dari aroma, citarasa, kemasan dan harga. Preferensi konsumen pada produk ini dapat membantu produsen dalam memahami kebutuhan pasar dan mengembangkan produknya dan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, sangat penting untuk memahami sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk ini.

Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini sebagai metode untuk menggambarkan atau meringkas data dari suatu kelompok atau sampel tanpa membuat kesimpulan umum di luar data yang diamati. Tujuannya adalah untuk menyajikan informasi dasar tentang data secara sederhana, sehingga mudah dipahami (Melyza & Aguss, 2021). Dalam konteks penelitian preferensi konsumen seperti pada produk Sarabba, analisis deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, distribusi preferensi terhadap atribut produk (rasa, aroma, kemasan, harga), serta pola pembelian konsumen.

Tabel 1. Rekapitulasi Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No.	Preferensi	Total Skor	Rangking
1	Aroma	341	IV
2	Citarasa	345	II
3	Kemasan	343	III
4	Harga	349	I
Total		1,378	
Skor Rata-rata		344,5	Sangat Berpengaruh

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Berdasarkan hasil Tabel 1 rekapitulasi total skor preferensi konsumen terhadap pembelian produk sarabba bubuk khas Leon, atribut yang mendapat peringkat tertinggi adalah harga dengan total skor 349 yang menunjukkan bahwa harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Konsumen cenderung mempertimbangkan nilai ekonomis produk sebelum melakukan pembelian. Atribut citarasa menempati peringkat kedua dengan skor 345, yang menunjukkan bahwa rasa masih menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli produk sarabba bubuk. Hal ini menegaskan bahwa citarasa yang khas tetap harus dijaga untuk mempertahankan minat konsumen. Selanjutnya, atribut kemasan menempati peringkat ketiga dengan total skor 343 mengindikasikan bahwa tampilan fisik produk, seperti desain dan kemudahan penggunaan, memiliki pengaruh yang lebih rendah dibandingkan atribut lainnya. Meskipun demikian, kemasan tetap penting dalam menunjang daya saing produk di pasaran. Sementara itu, atribut aroma mendapatkan peringkat keempat dengan skor 341, yang ini menunjukkan bahwa keharuman produk juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan kenikmatan saat mengonsumsi sarabba bubuk, meskipun pengaruhnya sedikit di bawah harga dan citarasa.

Adapun rata-rata skor preferensi konsumen adalah 344,5, yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan, atribut-atribut yang diteliti berada dalam kategori "sangat berpengaruh" terhadap keputusan pembelian produk sarabba bubuk. Oleh karena itu, produsen disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan

aspek harga dan citarasa, serta tetap memperhatikan aroma dan kemasan agar produk semakin diminati konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat Masroeri & Wibawa (2020) yang menyatakan bahwa preferensi konsumen memainkan peran penting dalam keputusan pembelian produk, karena preferensi ini mencerminkan pilihan atau kecenderungan individu atau kelompok terhadap suatu produk dibandingkan dengan pilihan lainnya. Memahami preferensi konsumen membantu produsen dan pemasar dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen, Menciptakan produk yang memenuhi keinginan konsumen, serta merumuskan strategi pemasaran yang efisien.

Pengaruh preferensi konsumen terhadap pembelian produk sarbba bubuk khas leon merupakan ukuran seberapa besar faktor-faktor preferensi konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk tersebut. Analisis yang digunakan Untuk menganalisis pengaruh preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian produk, digunakan Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen, khususnya aroma (X1), rasa (X2), kemasan (X3), dan harga (X4), dalam kaitannya dengan keputusan pembelian produk (Y), baik secara terpisah maupun kolektif. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Instrumen pengukuran yang valid menandakan bahwa alat yang digunakan dapat menghasilkan data yang tepat. Validitas menunjukkan bahwa instrumen mampu mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur dalam penelitian (Sugiyono, 2017). Hasil penilaian validitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Produk Sarabba Bubuk Khas Leon

No. Item	R Hitung	R tabel	Keterangan
X1 (Aroma)	0.391	>0.278	Valid
X2 (Cita Rasa)	0.365	>0.278	Valid
X3 (Kemasan)	0.460	>0.278	Valid
X4 (Harga)	0.431	> 0.278	Valid
Y (Pembelian)	0.488	> 0.278	Valid

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2025

Semua variabel yang dinilai dalam penelitian ini ditentukan valid, karena nilai r yang dihitung melebihi nilai r tabel (0,278). Instrumen penelitian dianggap valid jika nilai signifikansinya melebihi nilai r tabel dengan derajat kebebasan (df) dihitung sebagai N-2. Dalam penelitian ini, df dihitung sebagai 50-2 = 48. Berdasarkan df 48 pada tingkat signifikansi 5% (0,05), nilai r tabel 0,278 ditetapkan. Akibatnya, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap valid. Temuan ini sejalan dengan pernyataan yang dibuat oleh Janna & Herianto (2021), yang menyatakan bahwa ambang signifikansi yang diterapkan adalah 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

H0 diterima jika r hitung > r table (alat ukur yang digunakan valid)

H0 ditolak jika r hitung < r tabel (alat ukur yang digunakan tidak valid)

2. Uji normalitas

Temuan dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, menunjukkan nilai signifikansi 0,200 (sig > 0,05). Akibatnya, dengan ukuran sampel 50, data secara memuaskan memenuhi kriteria uji normalitas, yang mengarah pada kesimpulan bahwa distribusi residu memang normal. Nilai signifikansi (Sig) atau probabilitas melebihi 0,05 menunjukkan bahwa distribusi data sesuai dengan normalitas. Menurut Nuryadi dkk (2017), tujuan uji normalitas adalah untuk memastikan apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi menunjukkan distribusi data normal. Dalam penelitian ini, uji Kolmogorov-Smirnov digunakan, di mana penentuan normalitas berdasarkan tes ini menunjukkan bahwa jika nilai Sig < 0,05, maka distribusi data dianggap normal.

3. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil output SPSS, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk lima variabel adalah sebesar 0,673 Nilai ini berada di atas standar minimal, yang mengindikasikan bahwa tingkat konsistensi internal antar item sudah memadai. Adapun tabel hasil uji Cronbach alpha sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Cronbach Alpha

Reliability Statistics	
Cronbach's alpha	N of Items
.673	50

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Menurut Sugiyono (2017), keandalan suatu ukuran dievaluasi dengan memeriksa koefisien Alpha Cronbach. Konstruksi atau variabel dianggap dapat diandalkan ketika mencapai nilai Alpha Cronbach yang melebihi 0,60. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa hasil Alpha Cronbach yang diperoleh dalam penyelidikan ini dapat dianggap dapat diandalkan.

4. Uji Multikolonialitas

Penilaian multikolinearitas dilakukan dalam kerangka analisis regresi untuk memastikan adanya hubungan yang kuat di antara variabel independen. Tabel berikut menyajikan hasil evaluasi multikolinearitas:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Variable	Nilai Tolerance	Nilai VIF
X1	.749	1,260
X2	.834	1,200
X3	.700	1,429
X4	.944	1,059

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2025

Sesuai dengan temuan dari uji multikolinearitas, nilai toleransi ditentukan untuk X1 (0,749), X2 (0,834), X3 (0,700), dan X4 (0,944), di samping nilai VIF untuk X1 (1.260), X2 (1.200), X3 (1.429), dan X4 (1.059). Temuan ini menunjukkan tidak adanya multikolinearitas di antara variabel independen (X1, X2, X3, X4), karena semua nilai toleransi melebihi 0,1 dan nilai VIF tetap secara signifikan di bawah 10. Dengan demikian, model regresi ini sesuai dengan asumsi tidak ada multikolinearitas.

Menurut Ghozali (2011), kriteria untuk menilai apakah model regresi menghadapi masalah multikolinearitas digambarkan sebagai berikut:

1. Jika variabel memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai toleransi di atas 0,1, model regresi dianggap bebas dari masalah multikolinearitas.
2. Jika variabel menunjukkan nilai VIF melebihi 10 dan nilai toleransi di bawah 0,1, model regresi diakui mengalami masalah multikolinearitas.

5. Uji F

Uji F (simultan) dijalankan untuk memastikan apakah semua variabel independen secara kolektif memberikan pengaruh pada variabel dependen. Tes ini menawarkan penilaian komprehensif tentang signifikansi bersama dari variabel independen dalam menjelaskan variabilitas yang ada dalam variabel dependen (Ghozali, 2023).

Menurut Armanda dkk (2023), Uji-F berfungsi untuk membandingkan nilai-f yang dihitung dengan Nilai-F yang ditabulasikan. Nilai F yang ditabulasikan dapat ditetapkan menggunakan ambang signifikansi 0,05, dengan derajat kebebasan didefinisikan sebagai $df_1 = k - 1$ dan $df_2 = n - k$, di mana k mewakili jumlah variabel dan n menunjukkan jumlah pengamatan. Dalam Uji F ini, menerapkan ambang signifikansi 0,05 menghasilkan $df_1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = 50 - 4 = 46$, menghasilkan nilai f yang ditabulasikan sebesar 2,81.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Of	Mean Square	F	Sig
Regression	12.749	4	3.187	84.079	.000
Residual	1.706	45	.038		
Total	14.455	49			

Sumber: Data Primer setelah diolah, 2025

Sebagaimana diartikulasikan Menurut Sahir, (2021) aturan keputusan untuk F-test digambarkan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, itu menyimpulkan bahwa variabel independen tidak memberikan efek signifikan simultan pada variabel dependen (Tidak Signifikant).

2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki dampak signifikan simultan pada variabel dependen (Signifikant).

Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, hasil uji F yang dilakukan dalam penyelidikan ini mengungkapkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel} >$, dengan nilai $84,079 > 2,81$. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, menandakan bahwa variabel aroma (X1), rasa (X2), kemasan (X3), dan harga (X4) secara kolektif memberikan efek signifikan pada variabel pembelian (Y).

6. Uji t

Uji Parsial, biasa disebut sebagai uji-t, dijalankan untuk mengevaluasi sejauh mana pengaruh setiap variabel independen diberikan pada variabel dependen dalam kerangka penelitian. Persamaan regresi linier berganda yang berkaitan dengan uji-t dapat diartikulasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta pada koefisien regresi adalah 0,663.
- Koefisien regresi (β_1) diukur pada 0,091, menunjukkan bahwa peningkatan satu unit dalam variabel aroma (X1) akan mempengaruhi pembelian (Y) sebesar 0,091 unit.
- Koefisien regresi (β_2) ditentukan menjadi 0,202, menandakan bahwa peningkatan satu unit dalam variabel rasa (X2) akan mempengaruhi pembelian (Y) sebesar 0,202 unit.
- Koefisien regresi (β_3) dicatat pada -0,003, menunjukkan bahwa penambahan satu unit dalam variabel pengemasan (X3) akan mempengaruhi pembelian (Y) sebesar -0,003 unit.
- Nilai koefisien regresi (β_4) sebesar 0,665, dimana setiap penambahan satu satuan variable harga (X4) maka akan memberikan pengaruh terhadap (Y) sebesar 0,665 satuan.

Pada uji t (parsial) dalam mengukur pengaruh variabel aroma (X1), Citarasa (X2), kemasan (X3) dan harga (X4) terhadap pembelian secara parsial. Berdasarkan Armanda dkk (2023), bahwa nilai t hitung yang diperoleh dengan nilai t tabel dengan *degree of freedom* ($df = n - k - 1$) dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Dalam penelitian ini, uji t menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan nilai df dihitung sebagai $50 - 4 - 1 = 45$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,674.

Dasar pengambilan keputusan mengenai t-test dirumuskan menurut Sahir, (2021) yaitu:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, yang mengarah pada penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .
- Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen, menghasilkan penerimaan H_0 dan penolakan H_1 .

Tabel. 5 Hasil uji t

Model	Unstandardized	Standardized	Beta	t	Sig.
	Coefficients	Coefficients			
	B	Std. Error			
(Constant)	.663	.421		1.573	.123
Aroma	.091	.042	.126	2.188	.034
Citarasa	.202	.047	.240	4.281	.000
Kemasan	-.003	.046	-.004	-.069	.964
Harga	.665	.042	.839	15.917	.000

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025

Pada penelitian ini bahwa terdapat variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh dengan pembahasan sebagai berikut :

a. Aroma (X1)

Untuk variabel aroma (X1), nilai t yang dihitung adalah 2,188, yang melebihi nilai tabel t 1,674, sehingga mengarah pada penolakan H_{01} dan penerimaan H_{11} . Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa aroma secara signifikan mempengaruhi pembelian (Y). Aroma, meskipun mendapat skor paling rendah dalam rekapitulasi preferensi, tetap memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Aroma sarabba yang khas dan menyegarkan menjadi bagian dari pengalaman sensorik yang tidak bisa diabaikan. Upaya mempertahankan aroma alami jahe melalui metode pengolahan yang minim panas atau menggunakan bahan berkualitas tinggi akan membantu menjaga daya tarik produk.

b. Citarasa (X2)

Pada variabel citarasa (X2), nilai t hitung secara parsial lebih besar dibandingkan t tabel, yaitu $4,281 > 1,674$, yang menunjukkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{12} diterima sehingga Citarasa (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian (Y). Cita rasa menempati urutan kedua sebagai penentu utama dalam preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen sangat ditentukan oleh kualitas rasa yang khas dan konsisten. Cita rasa autentik sarabba—yang berasal dari kombinasi jahe, gula merah, dan

santan—harus tetap dijaga. Fluktuasi rasa akibat bahan baku yang tidak seragam atau proses produksi yang tidak konsisten dapat menurunkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, standardisasi produksi menjadi langkah penting untuk menjaga kestabilan kualitas produk.

c. Kemasan (X3)

Berkenaan dengan variabel pengemasan (X3), nilai-t yang dihitung kurang dari tabel t, khususnya $-0,69 < 1,674$. Temuan ini menunjukkan penolakan H_{13} dan penerimaan H_{03} , yang mengarah pada kesimpulan bahwa kemasan (X3) tidak memberikan efek signifikan pada pembelian (Y)

d. Harga (X4)

Mengenai variabel harga (X4), nilai-t yang dihitung jauh lebih besar daripada tabel t, khususnya $15,917 > 1,674$. Ini menunjukkan penolakan H_{04} dan penerimaan H_{14} , sehingga menyimpulkan bahwa harga (X4) secara signifikan mempengaruhi pembelian (Y). Analisis lebih lanjut dari temuan dalam penelitian ini menggarisbawahi bahwa harga merupakan faktor dominan yang memengaruhi keputusan pembelian produk Sarabba bubuk khas Leon. Sensitivitas konsumen terhadap harga mencerminkan pentingnya strategi penetapan harga yang tepat sasaran, terutama di tengah daya beli masyarakat yang bervariasi. Produsen dapat menerapkan strategi seperti diskon berkala, paket hemat, atau potongan harga untuk pembelian dalam jumlah besar guna menarik lebih banyak konsumen.

Sementara itu, hasil uji t menunjukkan bahwa kemasan belum memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun demikian, dalam pasar yang semakin kompetitif, aspek visual seperti kemasan memiliki peran strategis dalam menarik perhatian konsumen, khususnya di pasar luar daerah atau dalam penjualan online. Kemasan yang modern, informatif, dan ramah lingkungan dapat meningkatkan persepsi kualitas dan nilai tambah produk. Peluang inovasi kemasan perlu dipertimbangkan untuk menjangkau konsumen milenial dan urban.

Secara umum, hasil penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi pelaku usaha sarabba bubuk. Diperlukan pendekatan terpadu yang mencakup penguatan cita rasa, stabilitas harga, peningkatan citra melalui kemasan, dan inovasi produk. Selain itu, peran digitalisasi dalam promosi produk tidak bisa diabaikan. Media sosial bisa dimanfaatkan untuk menampilkan keunikan produk, proses produksinya, hingga testimoni konsumen.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis penentuan digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) berkontribusi pada variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk membedakan persentase pengaruh yang diberikan oleh semua variabel independen X secara kumulatif pada variabel Y. Di bawah ini adalah hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan dalam penelitian ini

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Mode I	R	R Square	Adjist R Square	Std.Error of the Estimete
1	.939	.882	.871	.195

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan temuan uji koefisien penentuan, nilai yang dirujuk sesuai dengan tabel R-Square. Dari tabel ini, nilai R Square 0,882, setara dengan 88,2%, Ini menunjukkan bahwa variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh 88,2% oleh variabel aroma (X1), rasa (X2), kemasan (X3), dan harga (X4). Sebaliknya, 11,8% sisanya dikaitkan dengan faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel yang dinilai dalam penelitian. Menurut Aryani (2020) nilai yang lebih rendah dari koefisien determinasi (R Square) menandakan pengaruh variabel independen yang lebih lemah pada variabel dependen. Sebaliknya, saat nilai mendekati 1, pengaruhnya menjadi semakin kuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan konsumen mengenai pembelian produk Bubuk Sarabba Leon di Desa Rosoan, Kecamatan Enrekang, dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Konsumen terutama mempertimbangkan aroma, rasa, dan harga produk sebagai penentu utama dalam keputusan pembelian mereka. Ketiga karakteristik ini dianggap menghasilkan pengalaman yang menguntungkan dan selaras dengan harapan konsumen terhadap produk tradisional, seperti Sarabba. Sebaliknya, aspek kemasan produk telah muncul sebagai perhatian atau pertimbangan yang relatif kecil bagi konsumen selama proses pengambilan keputusan. Ini menyiratkan bahwa, sementara kemasan dapat memainkan peran dalam menarik perhatian konsumen, itu kurang berfungsi sebagai faktor penentu dalam

perilaku pembelian individu. Singkatnya, penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat pembelian konsumen, produsen Bubuk Sarabba memprioritaskan peningkatan kualitas rasa dan aroma, serta mengembangkan strategi penetapan harga yang selaras dengan kemampuan keuangan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiah, T., Sabahannur, S., (2022). Analisis Nilai Tambah Dan Kelayakan Usaha Sarabba Instan Sebagai Produk Lokal Sulawesi Selatan (Studi Kasus pada “CV. Mogu Indonesia” di Kabupaten Maros). *Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 5 (1), 85-94. Retrieved from <http://jurnal.agribisnis.umi.ac.id>
- Amal, A., Taufieq, N. A. S., Ahmad, I. A., & Sanusi, W. (2022). Diseminasi Teknologi Olahan Produksi Tanaman Jahe di Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Pengabdian*, 3 (1), 48-53. <https://doi.org/10.26858/pengabdi.v3i1.33474>
- Armanda, F., Aisyah, A., Abdhillah, F., Lubis, I. H., & Siregar, R. M. R. (2023). Peradan gizi dan motivasi terhadap prestasi atlet futsal. *Connection: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 23-31. <https://doi.org/10.32505/connection.v3i1.5530>
- Aryani, Y. (2020). Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan. *Jurnal Riset Sitem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)*, 2(2), 39-51. <https://doi.org/10.52005/jursistekni.v2i2.47>
- Ghozali, I. (2011). *Buku Aplikasi Analisis Multivarian.Pdf* (Edisi 75), Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2023). Pengaruh Gaji, Fasilitas Dan Minat Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Gpm (Gunung PutraMandirui). *Soetomo Management Riview*, 1(3), 281-290.
- Hadiq, S., Sirajuddin, W., Lidiawati, D., Bunyanis, F., Ode, W. L., & Hakim, R. A. (2024). Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat, 04 (1), 2024, 6-12 Pemanfaatan Rimpang Jahe (Zingiber Officinale) sebagai Sarabba Instan di Desa Marawi Kabupaten Pinrang, 04 (1), 6-12.
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)* (18210047), 1-12.
- Maroeri, N. A., & Wibwa, B. M. (2020). Analisis Perbedaan dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Food Souvenir. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(2), <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i2.46901>
- Melyza, A., & Aguss, R.M. (2021). Persepsi Siswa Terhadap Proses Penerapan Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Pada Pandemi Covid-19. *Journal Of Physical Education*, 2(1), 8-16. <https://doi.org/10.33365/joupe.v2i1.950>
- Nuryadi, Tutut dewi Astuti, Endang Sri Utami, M.B. (2017), *Dasar-Dasar Statitik Penelitian, Sibuku Media*.
- Perbup, (2017) Peraturan Bupati Enrekang Nomor 17 Tahun 2017, Pasal 1 Ayat 7.
- Poluan, F.M.A., Mandey, S.L., & Ogi, I. W.J. (2019). Strategi Marketing Mix dakam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Intan Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3), 2969-2978.
- Sahidin, I., Ruslin, R., & Rahma, S. (2020). Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga (TOGA) dalam Pencegahan dan Pemulihan Penderita Akibat COVID-19 melalui KKN Tematik Universitas Halu Oleo (UHO) di Kabupaten Kolaka. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 39-45. <https://doi.org/10.35311/jmpm.v1i2.9>
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodelogi penelitian, Yokyakarta: Penerbit KMB Indonesia*.
- Sugiyono. (2017) Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(10), 2-16. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/338>
- Sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Afabeta.
- Sulistiyowati, W. (2017). *Buku Ajar Statistika Dasar. Buku Ajar Statistika Dasar*, 14 (1), 15-31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Sutrisno, M., Chaidar Febriansyah, M., Tenrisanna Syam, A., Rahim, R., Syuaib, M., & Ramadhani, S. Q. (2022). *Peningkatan Kualitas Tempat Minuman Sarabba sebagai Bagian dari Daya Tarik Wisatawan*

Kambo di Kota Pakopo The Improvement of Sarabba Drink Place Quality as A Part of The Attraction of Kambo Tourists in Palopo City (Vol.6). Retrieved from <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>

Tira' Tangkeallo, S. C., Oessoe, Y. Y. E., Assa, J.R. (2023). Pengaruh Proporsi Sari Jahe Merah dan Sari Kayu Manis Terhadap Tingkat Kesukaan Sarabba Instan. *Cocos*, 15(2). <https://doi.org/10.35791/cocos.v15i2.48136>

Wellyalina, H., & Zulfayan, K. (2018) Aktifitas Antioksidan Wedang Jahe (Zingiber Officinale var. Rubrum) Instan Menggunakan Nira Tebu ebagai Pemanis. *UNES Journal Mahasiswa Pertanian*, 2(1), 101-106.



**KESADARAN DAN PERSEPSI LABELISASI HALAL TERHADAP
MINAT MAHASISWA MEMBELI MIE INSTAN
(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan
Universitas Hasanuddin di Kota Makassar)**

***AWARENESS AND PERCEPTION OF HALAL LABELING TOWARDS
STUDENTS' INTEREST IN BUYING INSTANT NOODLES (Case Study of
Students of Muslim University of Indonesia and Hasanuddin University in
Makassar City)***

Farizah Dhaifina Amran^{1*}, Nuraeni¹, Fatimah Hambali¹, Tsalis Kurniawan Husain¹

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang,
Universitas Muslim Indonesia

*Penulis Korespondensi : farizah.dhaifina@umi.ac.id

Diserahkan: 07/08/2023

Direvisi: 11/04/2025

Diterima: 11/06/2025

Abstrak. Perilaku konsumsi masyarakat terhadap suatu produk khususnya makanan hanya memperhatikan tanggal kadaluarsa dari sebuah produk dan kurang memperhatikan label halal yang tercantum dalam kemasan produk tersebut. Masyarakat belum sadar dan paham bahwasanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI merupakan jaminan mutu, kehygienisan produk dan paling utama adalah menjadi jaminan dari kehalalan suatu produk. Tujuan penelitian (1) menganalisis tingkat kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal mahasiswa terhadap pembelian mie instan, (2) menganalisis tingkat minat membeli mahasiswa terhadap produk mie instan, (3) menganalisis pengaruh kesadaran halal dan labelisasi halal terhadap minat mahasiswa membeli mie instan, (4) menganalisis perbedaan kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Metode penelitian menggunakan analisis data deskriptif, analisis regresi berganda, dan analisis uji beda T-test serta menggunakan sampel sebanyak 60 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran halal mahasiswa terhadap pembelian mie instan termasuk dalam kategori sangat tinggi. Adapun tingkat persepsi labelisasi halal mahasiswa terhadap pembelian mie instan termasuk dalam kategori tinggi. Minat membeli mahasiswa terhadap produk mie instan termasuk dalam kategori tinggi. Kesadaran halal dan labelisasi halal secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa membeli mie instan dan tidak terdapat perbedaan signifikan mengenai kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Kata Kunci: Kesadaran Halal; Labelisasi Halal; Minat Beli; Mie Instan

Abstract. The public's consumption behavior towards a product, especially food, only focus on the expiration date of a product and pays less attention to the halal label listed on the product packaging. Whereas the halal label issued by LPPOM MUI is a guarantee of quality, product hygiene and most importantly of the halalness of a product. The objectives of the study were to (1) analyze the level of halal awareness and perception of halal labeling of students towards purchasing instant noodles, (2) analyze the level of student interest in buying instant noodle products, (3) analyze the influence of halal awareness and halal labeling on students' interest in purchasing instant noodles, (4) analyze the differences in halal awareness and perception of halal labeling between students at the Muslim University of Indonesia and Hasanuddin University. The research method used descriptive data analysis, multiple regression analysis, and T-test analysis and used a sample of 60 students. The results showed that the level of halal awareness of students towards purchasing instant noodles was included in the very high category. The level of perception of halal labeling of students towards purchasing instant noodles was included in the high category. The purchasing interest of students towards instant noodle products is included in the high category. Halal awareness and halal labeling simultaneously have a significant effect on the interest of students in buying instant noodles and there is no significant difference regarding halal awareness and perception of halal labeling between both groups.

Keywords: Halal awareness; Halal Labeling; Purchasing Interest; Instant Noodle



PENDAHULUAN

Pentingnya memperhatikan kehalalan dari setiap makanan dan minuman yang akan dikonsumsi tentu hal ini tidak lepas dari kesadaran halal dari dalam diri setiap konsumen. Kesadaran halal ini biasanya ditujukan untuk mengetahui apa yang dikonsumsi terutama makanan dan minuman mengandung sesuatu yang diperbolehkan dan apa kandungan didalam produk tersebut dilarang atau tidak boleh digunakan, terutama bagi masyarakat yang beragama Islam (Prमितasari dan Fatmawati, 2017; Khoiri dkk, 2025). Biasanya konsumen dalam mengonsumsi suatu produk khususnya makanan dan minuman hanya memperhatikan tanggal kadaluarsa dari sebuah produk dan kurang memperhatikan label halal yang tercantum dalam kemasan produk tersebut. Masyarakat belum sadar dan paham bahwasanya label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) merupakan jaminan dari mutu, kehygienisan produk dan yang paling utama adalah menjadi jaminan dari kehalalan suatu produk (Mulasakti dan Mas'ud, 2020). Hal tersebut secara tidak langsung menyatakan bahwa masyarakat mempunyai tingkat kesadaran halal yang masih rendah, padahal kesadaran halal merupakan pengetahuan muslim tentang apa itu halal dalam mengonsumsi sebuah produk (Kurniawan dkk, 2021). Suatu produk baru mendapatkan ijin pencatuman label halal setelah mendapatkan sertifikat halal. Konsumen muslim di Indonesia dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen muslim di Indonesia. Pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat konsumen muslim menjadi semakin selektif dan berhati-hati dalam pemilihan produk yang dikonsumsi termasuk mie instan. Mie instan adalah salah satu contoh hasil kemajuan teknologi pangan yang banyak dikonsumsi dan digemari oleh mahasiswa termasuk mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin.

METODE PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah adalah semua mahasiswa aktif di Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Adapun sampel penelitian adalah 60 mahasiswa, terdiri dari 30 responden mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan 30 mahasiswa Universitas Hasanuddin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Adapun kriteria teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* suatu cara pemilihan sampel dengan pertimbangan yaitu responden merupakan seorang muslim, responden merupakan konsumen mie instan, dan bersedia untuk diwawancarai.

Berikut merupakan indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Indikator Variabel

No.	Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Skor
1.	Kesadaran Halal (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperhatikan label halal sebelum mengonsumsi produk 2. Berusaha menghindari produk yang syubhat (tidak jelas/meragukan kehalalannya) 3. Selalu mengonsumsi produk yang halal 	<ol style="list-style-type: none"> a. Setiap akan mengonsumsi mie instan, selalu memastikan bahwa mie instan tersebut berlabel halal b. Melakukan pembelian jika produk mie instan tersebut terdapat label halal a. Memiliki pengetahuan akan kehalalan produk yang cukup untuk membuat keputusan yang tepat ketika hendak mengonsumsi mie instan b. Setiap akan mengonsumsi mie instan, selalu memastikan bahwa bahan makanan mie instan itu mengandung bahan halal c. Merasa tenang mengonsumsi mie instan, karena sudah jelas kehalalannya a. Sering membeli mie instan yang halal. 	Skor 1-5
2.	Labelisasi Halal (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gambar 	<ol style="list-style-type: none"> a. Mengetahui logo halal MUI pada label halal mie instan b. Selalu memperhatikan ada atau tidaknya gambar label halal sebelum membeli produk mie instan 	Skor 1-5

No.	Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Skor
		2. Tulisan	a. Nomor Sertifikat halal pada mie instan dapat terbaca jelas. b. Nomor Sertifikat halal pada mie instan mudah dipahami konsumen.	
		3. Kombinasi gambar dan tulisan	a. Mengetahui logo halal dan nomor sertifikat halal yang resmi dari MUI yang terdapat pada mie instan. b. Posisi gambar logo halal dengan nomor sertifikat halal tidak berpisah, yang menjadi pertimbangan untuk membeli mie instan	
		4. Menempel pada kemasan	a. Mengetahui jelas letak label halal yang menempel pada kemasan mie instan sebelum membeli produk b. Label halal dapat membantu dalam memberikan informasi keyakinan pada mutu produk mie instan. Karena label halal tersebut terdapat pada kemasan mie instan.	
3.	Minat Beli (Y)	1. Minat transaksional	a. Berminat untuk membeli produk mie instan. b. Akan membeli produk mie instan secara rutin.	Skor 1-5
		2. Minat referensial	a. Bersedia merekomendasikan mie instan kepada teman-teman. b. Merekomendasikan mie instan kepada keluarga dan kerabat dekat.	
		3. Minat preferensial	a. Produk mie instan sesuai dengan selera konsumen secara umum. b. Konsumen merasa puas mengonsumsi produk mie instan karena berlabel halal.	
		4. Minat eksploratif	a. Berusaha mencari informasi lebih lanjut mengenai produk mie instan. b. Tetap mencari informasi mengenai produk mie instan walaupun telah mengenal dan mengetahui.	

Sumber: Elaborasi dari Izzuddin (2018), Lailla & Tarmizi (2020), Afifah (2022), Asfarina (2018), dan Puspamurti (2021).

Berdasarkan Tabel 1, dapat dijelaskan bahwa pengukuran dari penelitian ini menggunakan skala likert yang mempunyai bobot 1 sampai dengan 5:

- Tidak Setuju = Skor 1
- Kurang Setuju = Skor 2
- Cukup Setuju = Skor 3
- Setuju = Skor 4
- Sangat Setuju = Skor 5

Interval skor digunakan untuk mendeskripsikan setiap jawaban sampel yang diperoleh kemudian dijumlah dengan bobot frekuensinya agar mendapatkan interpretasinya.

$$I = \frac{R (\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimum})}{K}$$

Keterangan:

I = Kelas interval

R = Range (Nilai maksimum - Nilai terendah)

K = Jumlah kelas

Perhitungan skor untuk setiap variabel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$\text{Bobot maximum} = A \times B \times C$$

$$\text{Bobot minimum} = A \times D \times C$$

Keterangan:

A = Jumlah pertanyaan setiap variabel

B = Skor maksimum, yaitu 5

C = Jumlah responden di setiap universitas, yaitu 30

D = Skor minimum, yaitu 1

1) Kriteria penilaian variabel kesadaran halal (X_1)

Jumlah pertanyaan setiap variabel = 6

$$\text{Nilai Max} : 6 \times 5 \times 30 = 900$$

$$\text{Nilai Min} : 6 \times 1 \times 30 = 180$$

$$\text{Nilai Interval} : \frac{900-180}{5} = 144$$

Tabel 2. Interval dan Kriteria Interpretasi Skor Variabel Kesadaran Halal (X_1)

No.	Interval	Kategori
1.	180-324	Sangat Rendah
2.	325-469	Rendah
3.	470-614	Cukup
4.	615-759	Tinggi
5.	760-900	Sangat Tinggi

2) Kriteria penilaian variabel labelisasi halal (X_2)

Jumlah pertanyaan setiap variabel = 8

$$\text{Nilai Max} : 8 \times 5 \times 30 = 1.200$$

$$\text{Nilai Min} : 8 \times 1 \times 30 = 240$$

$$\text{Nilai Interval} : \frac{1.200-240}{5} = 192$$

Tabel 3. Interval dan Kriteria Interpretasi Skor Variabel Labelisasi Halal (X_2)

No.	Interval	Kategori
1.	240-432	Sangat Rendah
2.	433-625	Rendah
3.	626-818	Cukup
4.	819-1.011	Tinggi
5.	1.012-1.200	Sangat Tinggi

3) Kriteria penilaian variabel minat beli (Y)

Jumlah pertanyaan setiap variabel = 8

$$\text{Nilai Max} : 8 \times 5 \times 30 = 1.200$$

$$\text{Nilai Min} : 8 \times 1 \times 30 = 240$$

$$\text{Nilai Interval} : \frac{1.200-240}{5} = 192$$

Tabel 4. Interval dan Kriteria Interpretasi Skor Variabel Minat Beli (Y)

No.	Interval	Kategori
1.	240-432	Sangat Rendah
2.	433-625	Rendah
3.	626-818	Cukup
4.	819-1.011	Tinggi
5.	1.012-1.200	Sangat Tinggi

Uji Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output dengan r tabel, dimana jika r hitung > r tabel maka butir pertanyaan disetiap kuesioner dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas adalah menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor. Reabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua memperhatikan masalah ketepatan (Kuncoro, 2013). Jika nilai alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika nilai alpha 0,70-0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika alpha 0,50-0,70 maka reliabilitas moderat. Jika nilai alpha <0,50 maka reliabilitas rendah. Jika nilai alpha rendah kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis data maka data diuji sesuai asumsi klasik, untuk mendapatkan model regresi yang baik, model regresi tersebut harus terbebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta data yang dihasilkan harus berdistribusi normal.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kesadaran dan labelisasi halal terhadap minat beli mahasiswa. Analisis ini digunakan untuk mencapai tujuan penelitian keempat. Adapun persamaan uji analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Minat mahasiswa membeli mie instan

X₁ = Kesadaran halal

X₂ = Labelisasi halal

α = Konstanta

b₁, b₂ = Koefesien Regresi

e = Error

- 1) Uji simultan (Uji F) bertujuan untuk melihat pengaruh signifikansi variabel independen dengan variabel dependen secara serempak (bersama-sama). Uji statistik F menunjukkan semua model variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen. Nilai F dapat diperoleh dengan tingkat signifikan <0,05 jika nilai F dibawah 0,05, berarti ada pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen (Pauzy dan Wibawa, 2023).
- 2) Uji parsial (Uji t) menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan (Pauzy dan Wibawa, 2023). Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri (parsial). Jika nilai signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara individual. Jika nilai signifikansi <0,05 atau t hitung < t tabel berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara individual.

Uji Beda T-Test

Model uji ini digunakan untuk menjawab tujuan penelitian kelima yaitu pembuktian hipotesis komparatif di mana dilakukan menggunakan uji beda T-Test atau T-score. T-Test pada prinsipnya adalah suatu teknik statistik untuk menguji hipotesis tentang ada tidaknya perbedaan yang signifikan antara dua kelompok sampel. Adapun kriteria uji beda T-Test adalah:

Jika nilai sig 2 (2 tailed) < 0,05 maka ada perbedaan yang signifikan.

Jika nilai sig 2 (2 tailed) > 0,05 maka tidak ada perbedaan yang signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesadaran Halal dan Persepsi Labelisasi Halal

Data tentang variabel kesadaran halal (X1), labelisasi halal (X2) dan minat beli (Y) diperoleh di lapangan berupa data mentah kemudian diolah. Pengumpulan data melalui kuesioner yang diperoleh dari responden.

Kesadaran Halal

Jawaban responden terhadap variabel kesadaran halal didasarkan pada respon atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebar kepada responden. Adapun rekapitulasi jawaban dari responden yaitu mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin.

Tabel 5. Rekapitulasi Kesadaran Halal (X1) Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia

Indikator	Nilai	Kategori
X1.1	279	
X1.2	399	
X1.3	137	
Total	815	Sangat Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 5, yaitu nilai rekapitulasi kesadaran halal sebesar 815 dengan kategori sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Muslim Indonesia memiliki kesadaran halal sangat tinggi.

Tabel 6. Rekapitulasi Kesadaran Halal (X1) Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Indikator	Nilai	Kategori
X1.1	268	
X1.2	375	
X1.3	138	
Total	781	Sangat Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 6, yaitu nilai rekapitulasi kesadaran halal sebesar 781 dengan kategori sangat tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Hasanuddin memiliki kesadaran halal sangat tinggi.

Berdasarkan hasil rekapitulasi kesadaran halal (X1) mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah berusaha menghindari produk yang syubhat (tidak jelas/meragukan kehalalannya) (X1.2) dengan nilai masing-masing adalah 399 dan 375. Adapun untuk total nilai kesadaran halal (X1) mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin berada pada kategori sangat tinggi. Artinya mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin mulai menyadari akan konsep halal bahwa mengonsumsi makanan halal penting untuk diri mereka sendiri. Menurut Khamaluddin dkk (2021) mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran halal maka semakin tinggi minat beli dan keinginan membeli produk makanan halal. Jika tingkat kesadaran halal masyarakat tinggi, maka pemahaman seorang muslim terhadap halal dan isu-isu yang berkaitan dengan halal akan semakin besar.

Persepsi Labelisasi Halal

Jawaban responden terhadap variabel labelisasi halal didasarkan pada respon atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebar kepada responden. Adapun rekapitulasi jawaban dari responden yaitu mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Rekapitulasi Labelisasi Halal (X2) Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia

Indikator	Nilai	Kategori
X2.1	260	
X2.2	218	
X2.3	221	
X2.4	252	
Total	951	Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 7, menunjukkan bahwa skor rekapitulasi label halal (X2) sebesar 951 dengan kategori tinggi. Skor ini memberikan pemahaman bahwa mahasiswa Universitas Muslim Indonesia memiliki persepsi tentang labelisasi halal yang tinggi.

Tabel 8. Rekapitulasi Labelisasi Halal (X2) Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Indikator	Nilai	Kategori
X2.1	248	
X2.2	209	
X2.3	220	
X2.4	237	
Total	914	Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan data pada Tabel 8, menunjukkan bahwa skor rekapitulasi label halal (X2) sebesar 914 dengan kategori tinggi. Skor ini memberikan pemahaman bahwa mahasiswa Universitas Hasanuddin memiliki persepsi tentang labelisasi halal yang tinggi.

Berdasarkan hasil rekapitulasi labelisasi halal (X2) mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah gambar (X2.1) dengan nilai masing-masing adalah 260 dan 248. Adapun untuk total nilai labelisasi halal (X2) mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin termasuk dalam kategori tinggi. Artinya mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin memperhatikan label halal sebelum melakukan pembelian. Menurut Ratna (2018) Label halal yang dicantumkan tentu dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) sesuai dengan peraturan di Indonesia. Kehalalan produk dapat menjadi strategi marketing untuk menarik perhatian konsumen khususnya muslim sehingga dapat meningkatkan minat pembelian produk halal.

Minat Membeli Produk Mie Instan

Jawaban responden terhadap variabel minat beli didasarkan pada respon atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebar kepada responden. Adapun rekapitulasi jawaban dari responden yaitu mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin.

Tabel 9. Rekapitulasi Minat Beli (Y) Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia

Indikator	Nilai	Kategori
Y1.1	219	
Y1.2	190	
Y1.3	245	
Y1.4	199	
Total	853	Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 9, yaitu nilai rekapitulasi nilai minat beli sebesar 853 dengan kategori tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Muslim Indonesia memiliki minat beli yang tinggi pada produk mie instan.

Tabel 10. Rekapitulasi Minat Beli (Y) Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Indikator	Nilai	Kategori
Y1.1	221	
Y1.2	212	
Y1.3	242	
Y1.4	204	
Total	879	Tinggi

Sumber: Analisis Data Primer, 2023.

Berdasarkan data pada Tabel 10, yaitu nilai rekapitulasi minat beli sebesar 879 dengan kategori tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Hasanuddin memiliki minat beli yang tinggi pada produk mie instan.

Hasil rekapitulasi minat beli (Y) mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin, indikator yang memiliki nilai paling tinggi adalah minat preferensial (Y1.3) dengan nilai masing-masing adalah 245 dan 242 dengan pernyataan produk mie instan sesuai dengan selera konsumen dan konsumen merasa puas dengan mengonsumsi produk mie instan karena berlabel halal. Adapun untuk total nilai minat beli (Y) mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin termasuk dalam kategori

tinggi. Artinya mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin memiliki minat untuk membeli mie instan karena adanya kecenderungan untuk merekomendasikan mie instan kepada teman-teman dan keluarga, merasa puas mengonsumsi mie instan karena berlabel halal, dan selalu mencari informasi tentang produk mie instan.

Pengaruh Kesadaran Halal dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Mahasiswa Membeli Mie Instan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi bertujuan mengukur kemampuan model menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji R^2 dilakukan untuk menentukan seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

No.	Model Summary	Nilai
1.	Koefisien Korelasi (R)	0,376
2.	Koefisien Determinasi (R^2)	0,142

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 11 di atas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi atau R^2 (R Square) sebesar 0,142. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengaruh kesadaran halal dan labelisasi halal secara serempak terhadap minat beli sebesar 14,2 %, sedangkan sisanya sebesar 85,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji F

Uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara serempak variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya (Y), maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok untuk *fit*, dengan derajat kepercayaan $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n-k = (3 - 1)$ dan $(60 - 3) = (2 : 57) = 3,16$ dan dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria pengambilan keputusan yaitu Jika F hitung $>$ F tabel atau sig $<$ 0,05 hipotesis diterima. Ini berarti ada pengaruh berarti oleh variabel X terhadap variabel Y. Jika F hitung $<$ F tabel atau sig $>$ 0,05 hipotesis ditolak. Ini berarti tidak ada pengaruh yang berarti oleh variabel X terhadap Y.

Tabel 12. Hasil Uji F

No.	Uraian	Nilai
1.	F hitung	4,707
2.	Sig	0,013
3.	Keterangan	Signifikan

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 12 di atas, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara serempak terhadap y adalah sebesar $0,013 < 0,05$ dan nilai F hitung $4,707 >$ F tabel 3,16 sehingga terdapat pengaruh X_1 dan X_2 secara serempak terhadap Y. Hasil penelitian yang diperoleh, sejalan dengan penelitian dari Hendradewi dkk (2021) yang mana mengatakan bahwa kesadaran halal dan label halal secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli mie instan Korea pada remaja sekolah di Jakarta dengan hasil nilai F hitung $27,072 >$ F tabel 3,09.

Uji t

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial kesadaran halal (X_1), dan labelisasi halal (X_2) terhadap variabel terikatnya yaitu minat beli (Y), apakah variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen atau tidak. Adapun uji t ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan cara $dk = \alpha/2:n-k-1 = t(0,05/2;60-2-1) = (0,025:57) = 2,00247$ dan dengan tingkat kepercayaan 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah t hitung $>$ t tabel maka hipotesis diterima, ini berarti ada pengaruh yang signifikan oleh variabel kesadaran halal (X_1) dan labelisasi halal (X_2) terhadap minat beli mie instan pada mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Tetapi jika, t hitung $<$ t tabel maka hipotesis ditolak, ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan oleh variabel kesadaran halal (X_1) dan labelisasi halal (X_2) terhadap minat beli (Y) mie instan pada mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin.

Tabel 13. Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
Kesadaran Halal (X ₁)	0,823	0,414	Tidak Signifikan
Labelisasi Halal (X ₂)	1,855	0,069	Tidak Signifikan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t di atas:

- 1) Variabel kesadaran halal (X₁) memiliki nilai t hitung sebesar 0,823 dan nilai signifikan 0,414. Karena t hitung < t tabel atau 0,823 < 2,00247 dan nilai signifikan > 0,05 sehingga kesadaran halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin membeli mie instan. Artinya meskipun tingkat kesadaran halal mahasiswa yang sangat tinggi tidak berpengaruh terhadap minat beli produk mie instan.
- 2) Variabel labelisasi halal (X₂) memiliki nilai t hitung sebesar 1,855 dan nilai signifikan 0,069. Karena t hitung < t tabel atau 1,855 < 2,00247 dan nilai signifikan > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa labelisasi halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membeli mie instan pada mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Artinya meskipun tingkat persepsi labelisasi halal mahasiswa tinggi tidak berpengaruh terhadap minat beli produk mie instan.

Perbedaan Kesadaran Halal dan Persepsi Labelisasi Halal Antara Mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin

Uji Beda T-Test ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin. Adapun kriteria uji beda T-Test adalah Jika nilai sig 2 (2 tailed) < 0,05 maka hipotesis diterima, ini berarti terdapat perbedaan yang signifikan. Jika nilai sig 2 (2 tailed) > 0,05 maka hipotesis ditolak, ini berarti tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Hasil uji beda T-test dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Hasil Uji Beda T-Test

Model	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kesadaran Halal (X ₁)	0,091	Tidak Terdapat Perbedaan
Labelisasi Halal (X ₂)	0,273	Tidak Terdapat Perbedaan

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023.

Berdasarkan Hasil uji beda T-test di atas menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai variabel kesadaran dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin karena nilai sig. (2-tailed) > 0,05.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kesadaran halal mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin terhadap pembelian mie instan termasuk dalam kategori sangat tinggi dengan skor masing-masing 815 dan 781. Adapun persepsi labelisasi halal mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin terhadap pembelian mie instan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor masing-masing 951 dan 914.
2. Minat membeli mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin terhadap produk mie instan termasuk dalam kategori tinggi dengan skor masing-masing 853 dan 879.
3. Kesadaran halal dan labelisasi halal secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin membeli mie instan dengan nilai F hitung 4,707 > F tabel 3,16. Namun, Kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan Universitas Hasanuddin membeli mie instan karena nilai sig. > 0,05.
4. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan mengenai kesadaran halal dan persepsi labelisasi halal antara mahasiswa Universitas Muslim Indonesia dan mahasiswa Universitas Hasanuddin karena nilai sig. (2-tailed) > 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

- Afia, N., Anjardiani, L., & Hanafie, U. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Produk Mi Goreng Merek Mie Sedap (Studi Kasus Mahasiswa S1 Universitas Lambung Mangkurat). *Jurnal Frontier Agribisnis*, 6(3), 177-186.
- Afifah, F. N. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Makanan Kemasan Lokal [Skripsi]. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Andayani, L. (2018). Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Melalui Faktor Budaya di Kabupaten Lahat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 33-44.
- Asfarina, Z. (2018). Religiusitas, Kesadaran Halal, dan Minat Beli Produk Halal (Studi Empirik pada Pelanggan Makanan Halal di Kabupaten Demak) [Skripsi]. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.
- Hendradewi, S., Mustika, A., Darsiah, A., Tinggi, S., & Trisakti, P. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Label Halal terhadap Minat Beli Mie Instan Korea pada Remaja Sekolah di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(2), 204-212.
- Inesti, L. R., & Handayani, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pop Mie Cup (Studi Kasus Di Wilayah Kemanggisan Jakarta Barat). *JCA of Economics*, 1, 503-512.
- Izzuddin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3(2), 100-114.
- Khamaluddin, Fahlevi, M., & Vizano, N. A. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 8(4), 441-453.
- Khoiri, U., Anwar., A. N., Rahayu, H. C. (2025). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Bahan Pangan Masyarakat Muslim Pasir Pengaraian. *Jurnal Daya Saing*, 11(1), 114-120.
- Kurniawan, Irfan, W., Abbas M., & Supriyono. (2021). Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal terhadap Minat Beli Produk Cokelat Cadbury pada Mahasiswa Kampus Institut Stiami Jakarta. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(2), 92-97.
- Lailla, N., & Tarmizi, I. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Makanan di Food Court UMJ. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1-14.
- Mulasakti, G. P., & Mas'ud, F. (2020). Faktor Penentu Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Impor Berlabel Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 294.
- Na'im, A., Kusnandar, & Adi, R. K. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Agrista*, 8(3): 169-181.
- Pauzy, D. M., & Wibawa, G. R. (2023). *Ekonometrika Pengantar Teori dan Aplikasinya*. Deepublish.
- Pramitasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1): 1-33.
- Puspamurti, R. A. (2021). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, dan Perilaku Religius terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Swiss House [Skripsi]. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Ratna. (2018). Persepsi Label Halal pada Makanan Impor Halal Berdasarkan Faktor Pekerjaan Konsumen di Indonesia. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 525-530.
- Sunjaya, E. M. (2020). Analisis Komparatif Tingkat Cita Rasa dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mie Instan Indomie dan Sedaap di Surabaya). *Jurnal Universitas 17 Agustus Surabaya*, 1(3), 1-11.



PENINGKATAN USAHA PENGOLAHAN JAHE MERAH SARABBA BUBUK: INOVASI TEKNIK PENGOLAHAN PRODUK TRADISIONAL

INCREMENTAL RED GINGER PROCESSING EFFORTS SARABBA POWDER: TRADITIONAL PRODUCT PROCESSING TECHNIQUES INNOVATION

A. St. Fatmawaty^{1*}, A. Muh. Arif Bijaksana², Rasnawati³

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bioremediasi Lahan Tambang, Universitas Muslim Indonesia

²Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Islam Makassar

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Makassar

*Penulis Korespondensi, email: isfat102@gmail.com

Diserahkan: 25/04/2025

Direvisi: 02/05/2025

Diterima: 25/06/2025

Abstrak. Kontribusi sektor pertanian dalam perekonomian nasional masih menghadapi keterbatasan yang signifikan, walaupun sektor ini memberikan lapangan pekerjaan bagi banyak orang. Sebagai negara dengan basis agraris, Indonesia memiliki mayoritas populasi yang berdomisili di kawasan rural dan menggantungkan hidup pada aktivitas pertanian. Sulawesi Selatan merupakan representasi daerah berkembang di mana struktur ekonomi masyarakatnya masih didominasi oleh sektor produksi pertanian. Penelitian ini dirancang dengan dua fokus utama, yaitu mempelajari bagaimana proses pengubahan jahe merah menjadi sarabba bubuk yang menjadi ciri khas Leon, serta menghitung peningkatan nilai ekonomi yang diperoleh dari pengembangan inovasi teknik pengolahan produk warisan budaya berupa “Sarabba Bubuk Khas Leon”. Penelitian ini dilaksanakan pada periode Agustus–September 2024 dengan menggunakan metode triangulasi, yang mencakup observasi partisipatif, wawancara terstruktur, dan kuesioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan melalui pendekatan *added value analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknik pengolahan jahe merah menjadi sarabba bubuk khas Leon terdiri dari tujuh tahapan, yaitu persiapan bahan dan pengupasan kulit, pencucian bahan, pemotongan, penghalusan jahe, pemasakan jahe dan gula merah, penghalusan bubuk sarabba, serta pengemasan, dengan durasi produksi sekitar 6 jam 20 menit per kali proses. Nilai tambah yang dihasilkan dari inovasi ini mencapai Rp108.500 per kali proses dengan rasio nilai tambah sebesar 76,4%, termasuk dalam kategori tinggi. Implikasi kebijakan dari hasil penelitian ini menunjukkan perlunya dukungan konkret dari pemerintah daerah.

Kata Kunci: Nilai Tambah; Inovasi Teknik Pengolahan; Sarabba Bubuk

Abstract. The contribution of the agricultural sector in the national economy still faces significant limitations, even though this sector provides employment for many people. As a country with an agrarian base, Indonesia has a majority of the population who live in rural areas and depend on agricultural activities. South Sulawesi represents a developing region where the economic structure of the community is still dominated by the agricultural production sector. This research was designed with two main focuses, namely studying how the process of converting red ginger into sarabba powder that characterizes Leon, and calculating the increase in economic value obtained from the development innovation of processing techniques for cultural heritage products in the form of “Sarabba Powder Typical of Leon.” This research was conducted in August–September 2024 using triangulation methods, which included participatory observation, structured interviews, and questionnaires. Data analysis was conducted descriptively and through an added value analysis approach. The results showed that the innovation in the processing technique of red ginger into Leon's signature sarabba powder consists of seven stages, namely material preparation and skin peeling, material washing, cutting, ginger mashing, ginger and brown sugar cooking, sarabba powder mashing, and packaging, with a production duration of about 6 hours and 20 minutes per process. The added value generated from this innovation reached Rp108,500 per process with a value-added ratio of 76.4%, including in the high category. The policy implications of the results of this study indicate the need for concrete support from local governments.

Keywords: Value added; Innovation of Processing Techniques; Sarabba Powder

PENDAHULUAN

Jahe (*Zingiber officinale*) telah lama dikenal sebagai tanaman rempah-rempah yang memiliki nilai ekonomi dan manfaat luar biasa bagi kehidupan sehari-hari. Tanaman ini memiliki banyak kegunaan, terutama dalam bidang kesehatan, dimana jahe sering digunakan sebagai bahan untuk menjaga dan meningkatkan daya tahan



Copyright (c) 2025 J. A. St. Fatmawaty, A. Muh. Arif Bijaksana, Rasnawati. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

tubuh (Behera, 2024). Tidak hanya itu, jahe bermanfaat untuk kecantikan, khususnya kesehatan kulit, wajah, juga semakin dikenal oleh masyarakat pada berbagai belahan dunia (Laelago, Erasedo et al., 2023). Penerimaan masyarakat yang begitu luas terhadap jahe menandakan bahwa rempah ini telah mengukuhkan posisinya sebagai kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, yakni sebagai komoditas ekonomi maupun sebagai sumber bahan alami yang berguna (Rangani, 2024).

Jahe merah (*Zingiber officinale* var. *rubrum*) dikenal sebagai salah satu varietas jahe dengan kandungan senyawa bioaktif yang lebih tinggi dibandingkan dengan jahe putih atau jahe emprit. Senyawa utama yang terkandung dalam jahe merah meliputi gingerol, shogaol, dan zingeron, yang merupakan komponen fenolik dengan aktivitas biologis yang kuat. Gingerol adalah senyawa yang paling banyak terdapat pada jahe segar dan dikenal memiliki efek antioksidan yang mampu menangkal radikal bebas penyebab kerusakan sel (Gazda & Glibowski, 2024). Shogaol, yang terbentuk dari gingerol melalui proses pemanasan atau pengeringan, memiliki aktivitas antiinflamasi yang lebih kuat dan berperan dalam meredakan peradangan. Sementara itu, zingeron memberikan aroma khas serta memiliki sifat antimikroba yang efektif dalam menghambat pertumbuhan mikroorganisme penyebab penyakit (Wang et al., 2023).

Klasifikasi tanaman jahe dapat dikategorikan menjadi tiga varietas utama berdasarkan karakteristik morfologi rimpang, bentuk fisik, dan pigmentasi, yang meliputi jahe merah, jahe putih ukuran kecil, dan jahe merah ukuran besar (Kojong et al., 2023). Setiap jenis memiliki keunggulan dan kegunaan masing-masing dan sangat diminati, baik pada pasar tradisional maupun internasional (Nurjanah et al., 2024). Sepanjang empat tahun terakhir dari 2017 hingga 2020, Indonesia berhasil mempertahankan konsistensi produksi jahe nasional yang berada dalam kisaran 174 ribu ton hingga 216 ribu ton setiap tahunnya, dengan pencapaian rata-rata tahunan mencapai 195 ribu ton (Ramadani, Fitri & Puspitarini Siswanto, 2023). Di sisi lain, rekam jejak produksi menunjukkan bahwa Indonesia sebelumnya mampu menghasilkan volume jahe yang lebih optimal, terbukti dengan pencapaian 313 ribu ton (2015) dan puncaknya 340 ribu ton (2016) (Mursalat & Haryono, 2023). Catatan produksi ini memperlihatkan betapa besarnya prospek Indonesia dalam mengembangkan komoditas jahe di masa depan.

Berbicara tentang daerah-daerah yang berpotensi mengembangkan tanaman jahe di Indonesia, Kabupaten Enrekang di Sulawesi Selatan patut diperhitungkan karena memiliki peluang yang sangat besar. (Definza, Nur, R, 2023). Adapun ketinggian lahan yang bervariasi antara 100 hingga 1300 meter di atas permukaan laut, wilayah ini memberikan kondisi lingkungan yang ideal untuk budidaya berbagai jenis jahe (BPS, 2024). Potensi ini tidak hanya mendukung produksi jahe sebagai bahan mentah, tetapi juga pengolahan produk berbasis jahe, yang telah berkembang sebagai salah satu kegiatan ekonomi kreatif masyarakat setempat (Zumrona et al., 2023).

Sarabba telah lama menjadi bagian penting dari budaya kuliner masyarakat Bugis-Makassar di Sulawesi Selatan. Minuman tradisional ini bukan hanya dikonsumsi sebagai penghangat tubuh, tetapi juga memiliki makna sosial dan simbolik yang mendalam. Dalam berbagai acara adat, pertemuan keluarga, atau kegiatan sosial, sarabba sering dihidangkan sebagai bentuk penghormatan terhadap tamu dan simbol keakraban. Penyajiannya yang hangat mencerminkan keramahan dan kehangatan budaya masyarakat setempat. Hal ini menunjukkan bahwa sarabba bukan sekadar minuman, melainkan bagian dari identitas budaya yang diwariskan secara turun-temurun (Lisboa et al., 2024). Secara ekonomi, potensi pengembangan sarabba dalam bentuk produk instan sangat menjanjikan. Inovasi dalam teknik pengolahan, seperti pengeringan dan pengemasan bubuk siap seduh, akan memperluas jangkauan pasarnya dan memperpanjang umur simpan produk. Produk sarabba instan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk masuk ke pasar nasional bahkan ekspor, terutama di tengah tren global terhadap produk herbal dan alami. Hal ini membuka peluang usaha bagi pelaku UMKM dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan nilai tambah bahan baku lokal seperti jahe merah dan gula aren (Suychinov et al., 2024). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam struktur perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyerap tenaga kerja dan motor penggerak ekonomi rakyat. Di sektor pangan tradisional, UMKM menjadi pelaku utama dalam pelestarian produk-produk lokal yang memiliki nilai budaya dan potensi ekonomi tinggi. Namun, UMKM sering dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan teknologi, rendahnya kapasitas produksi, dan akses pasar yang terbatas (Kehinde Andrew Olu-lawal et al.,

2024). Penerapan teknologi tepat guna dalam proses pengolahan produk tradisional menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan daya saing UMKM. Teknologi sederhana namun efisien, seperti mesin pengering, alat pengaduk otomatis, atau sistem pengemasan hampa udara, dapat membantu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi (Fatmawaty A. S. et al., 2024). Hal ini memungkinkan produk lokal seperti sarabba untuk diolah menjadi bentuk instan yang lebih praktis, higienis, dan memiliki masa simpan yang lebih lama. Pelatihan pengolahan berbasis teknologi dan pendampingan dalam strategi pemasaran digital dapat memperkuat kapasitas UMKM lokal secara menyeluruh. Pemanfaatan media sosial, e-commerce, dan platform digital lainnya membuka peluang lebih besar untuk menjangkau konsumen di luar wilayah lokal bahkan internasional (Ojha & Yadav, 2024). Dengan pendekatan ini, UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang ketat, tetapi juga berkembang dan bertransformasi menjadi pelaku industri kreatif berbasis kearifan lokal.

Desa Rossoan, yang terletak di Kecamatan Enrekang, merupakan salah satu contoh kawasan yang berhasil mengembangkan industri rumahan berbasis pengolahan jahe. Beberapa produk olahan jahe unggulan dari wilayah ini, seperti sarabba bubuk khas Leon, telah menjadi simbol kekayaan lokal yang tidak hanya memberikan manfaat kesehatan tetapi juga memberikan penghidupan bagi masyarakat setempat. Saat ini, terdapat tiga unit usaha pengolahan sarabba bubuk khas Leon, yaitu Papende Kulle (Jahe Instan) Khas Leon, Sarabba Bubuk Khas Leon (Enrekang Marasa Tongan), dan Etika Sarabba Instan. Data menunjukkan bahwa implementasi inovasi pada produk lokal dalam berbagai bentuk usaha memiliki korelasi positif terhadap peningkatan kesejahteraan sosial-ekonomi masyarakat.

Namun demikian, usaha-usaha ini masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk skala produksi yang masih terbatas pada tingkat rumah tangga. Produksi dalam jumlah kecil ini mempengaruhi daya saing dan distribusi produk di pasar yang lebih luas (Elsa, 2024). Oleh karena itu, analisis nilai tambah menjadi langkah strategis untuk memastikan bahwa kegiatan usaha tersebut dapat memberikan manfaat ekonomi yang maksimal (Diana & Darmawan, 2023). Kajian ini meliputi analisis terhadap biaya bahan baku, tenaga kerja, serta modal usaha, dengan tujuan menyajikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai peluang keuntungan dan tingkat efisiensi (Rahmi & Andria, 2023).

Dilakukan analisis yang mendalam, usaha pengolahan sarabba bubuk khas Leon diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan produktivitas namun juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang tinggi di tingkat lokal. Hal ini sangat penting untuk mendorong keberlanjutan usaha sekaligus meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kabupaten Enrekang. Melalui pengembangan usaha berbasis sumber daya lokal, diharapkan potensi jahe dapat dioptimalkan sehingga memberikan manfaat yang lebih luas (Boari et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan tahapan proses pengolahan jahe merah menjadi *sarabba* bubuk khas Leon sebagai bentuk inovasi produk lokal, serta menghitung besarnya nilai tambah ekonomi yang diperoleh dari proses pengolahan tersebut melalui pendekatan analisis nilai tambah. Dengan tercapainya tujuan ini, diharapkan hasil penelitian dapat menjadi dasar pengembangan usaha lokal berbasis rempah, serta memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan ekonomi masyarakat Kabupaten Enrekang secara berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini berada di Desa Rossoan, yang terletak di wilayah Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik desa tersebut yang dikenal sebagai salah satu sentra pengolahan jahe merah bubuk, sehingga sangat relevan dengan fokus penelitian. Lokasi penelitian yang spesifik dan terfokus pada satu desa memungkinkan peneliti untuk melakukan kajian mendalam terhadap kondisi industri pengolahan jahe merah bubuk di wilayah tersebut, dengan waktu penelitian terlaksana pada bulan Agustus - September 2024.

2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini mencakup seluruh unit usaha pengolahan jahe merah bubuk yang berlokasi di Desa Rossoan, yang berjumlah tiga unit usaha. Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode purposive

sampling, yaitu teknik pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Ketiga unit usaha yang menjadi sampel penelitian adalah Papende Kulle (Jahe Instan) Khas Leon, Sarabba Bubuk Khas Leon (Enrekang Marasa Tongan), dan Etika Sarabba Instan. Penggunaan purposive sampling memungkinkan peneliti untuk memilih sampel yang paling representatif dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara memadukan sumber primer dan sekunder. Perolehan data primer dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilaksanakan pada unit usaha pengolahan jahe merah bubuk. Untuk mendukung kelengkapan informasi, data sekunder dikumpulkan dari berbagai referensi seperti laporan tertulis, buku ilmiah, skripsi, dan artikel yang berkaitan dengan objek kajian. Proses pengumpulan data ditempuh melalui studi lapangan untuk memperoleh kondisi aktual di lapangan, serta studi pustaka untuk menambahkan kedalaman analisis secara teoritis.

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan analisis utama, yaitu analisis deskriptif dan analisis nilai tambah. Analisis deskriptif diterapkan untuk mengkaji secara mendalam dimensi inovasi dalam usaha pengolahan jahe merah menjadi sarabba bubuk, dengan fokus pada variabel-variabel utama seperti pengeluaran bahan baku, upah tenaga kerja, investasi modal, serta identifikasi tahapan proses produksi. Tujuannya adalah untuk mengungkap potensi serta kendala yang dihadapi pelaku usaha di Desa Rossoan, sekaligus menyusun rekomendasi peningkatan produktivitas, keberlanjutan usaha, dan dampak ekonomi terhadap masyarakat (Asvarhoza et al., 2023). Sementara itu, analisis nilai tambah dilakukan dengan menggunakan metode Hayami, yang dirancang untuk menghitung besarnya nilai tambah ekonomi yang dihasilkan dari kegiatan pengolahan bahan mentah (jahe merah) menjadi produk jadi (sarabba bubuk). Metode Hayami mencakup perhitungan nilai tambah, kontribusi input, nilai produk sampingan, upah tenaga kerja, dan margin keuntungan yang diperoleh pelaku usaha dalam setiap siklus produksi. Melalui pendekatan ini, penelitian mampu memberikan gambaran kuantitatif tentang efisiensi usaha dan besarnya manfaat ekonomi yang diperoleh dari inovasi pengolahan berbasis sumber daya lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Jahe Merah dalam Produk Minuman Tradisional

Jahe merah (*Zingiber officinale var. rubrum*) memiliki kandungan senyawa aktif seperti gingerol, shogaol, dan zingeron yang berfungsi sebagai antioksidan, antiinflamasi, dan imunostimulan (Pokharel, 2023). Kandungan ini menjadikan jahe merah sangat potensial sebagai bahan utama minuman fungsional. Gingerol dikenal memiliki kemampuan dalam meningkatkan imunitas tubuh, sementara shogaol dan zingeron efektif dalam meredakan peradangan dan memberikan efek hangat pada tubuh, sehingga sangat sesuai dikonsumsi dalam bentuk minuman tradisional (Priyantono et al., 2024). Produk sarabba yang berbasis jahe merah dapat dikategorikan sebagai minuman herbal tradisional yang memiliki prospek pasar luas, khususnya di masa pasca-pandemi yang mendorong konsumen untuk mengonsumsi produk kesehatan (Mursalat & Haryono, 2023).

Di Kabupaten Enrekang, fenomena pengolahan sarabba mengalami transformasi dari bentuk cair ke bentuk bubuk instan seiring meningkatnya kebutuhan akan produk yang lebih praktis, higienis, dan memiliki daya simpan yang lebih panjang. Beberapa pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di wilayah ini mulai mengembangkan sarabba bubuk berbahan dasar jahe merah lokal sebagai inovasi produk yang tidak hanya mempertahankan cita rasa tradisional tetapi juga menjawab tantangan modernisasi konsumsi (Sari & Fahriani, 2024). Ketersediaan bahan baku yang melimpah di Enrekang, terutama jahe merah yang ditanam oleh petani di dataran tinggi, menjadi modal penting dalam mendukung kontinuitas produksi. Selain itu, antusiasme masyarakat terhadap minuman herbal lokal meningkat, terutama setelah pandemi COVID-19, sehingga peluang komersialisasi produk sarabba bubuk semakin terbuka. Produk ini juga berpotensi menjadi oleh-oleh khas daerah, serta dapat dipasarkan secara lebih luas melalui e-commerce dan jaringan distribusi produk UMKM. Namun demikian, tantangan yang masih dihadapi antara lain adalah keterbatasan teknologi pengolahan,

pengemasan yang belum memenuhi standar industri, serta kurangnya promosi dan branding produk di pasar regional maupun nasional. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pelaku usaha lokal untuk meningkatkan kualitas produksi sarabba bubuk, baik dari segi formulasi, higienitas, maupun tampilan kemasan, agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas (Fatchiya et al., 2023). Dengan pendekatan tersebut, sarabba bubuk berbahan jahe merah dari Enrekang memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai produk unggulan daerah yang berbasis pada kekayaan lokal dan inovasi berkelanjutan.



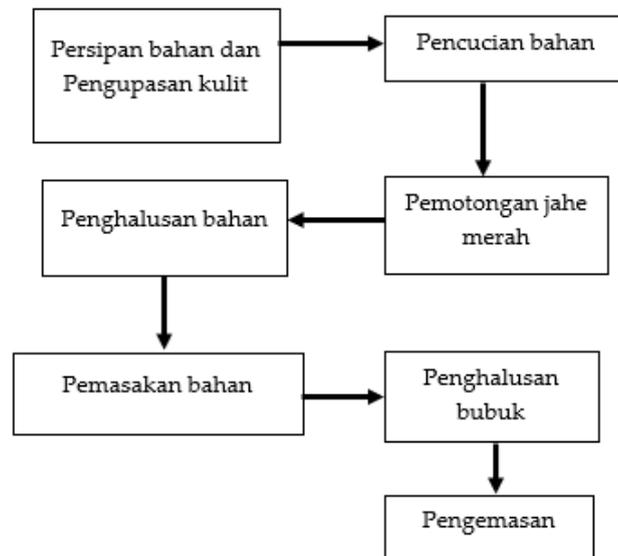
Gambar 1. Sarabba Bubuk Khas Leon yang Sudah Siap Jual

2. Teknis Pengolahan Sarabba bubuk Khas Leon di Kabupaten Enrekang

Di balik manfaat luar biasa yang dimiliki jahe merah, tersimpan potensi ekonomi yang sangat besar. Tanaman obat ini dikenal karena kandungan senyawa aktifnya seperti gingerol, shogaol, dan zingeron yang memberi berbagai khasiat bagi kesehatan (Supu et al., 2024). Tak heran jika jahe merah sering dijadikan bahan utama dalam pembuatan jamu tradisional, minuman kesehatan, hingga suplemen herbal modern (Asyafa & Sari, 2023). Namun, agar semua manfaat tersebut tetap terjaga hingga ke tangan konsumen, jahe merah harus melalui serangkaian tahapan pengolahan yang cermat dan sesuai standar (Sari & Fahriani, 2024). Sarabba adalah minuman tradisional khas Sulawesi Selatan yang terkenal karena khasiatnya untuk menghangatkan tubuh dan meningkatkan daya tahan. Minuman ini biasanya disajikan dalam bentuk cair, namun dalam rangka pengembangan produk dan memperpanjang umur simpan, dilakukan inovasi pengolahan menjadi bentuk bubuk. Dalam praktiknya, pengolahan jahe merah menjadi sarabba bubuk Leon dilakukan secara bertahap, mengikuti prosedur tertentu yang tergambar jelas dalam diagram proses pada Gambar 1.

a) Persiapan bahan dan pengupasan kulit

Langkah pertama dalam proses produksi adalah mempersiapkan seluruh bahan baku yang diperlukan. Bahan utama dalam pembuatan sarabba adalah jahe, selain itu, digunakan pula rempah-rempah seperti serai, kayu manis, cengkeh, dan gula aren. Semua bahan harus dipastikan dalam kondisi segar dan tidak rusak. Pada tahap ini, jahe merah yang telah dipilih dikupas kulitnya untuk menghilangkan kotoran, getah, dan komponen luar yang tidak diinginkan. Pengupasan kulit juga berguna untuk meningkatkan mutu organoleptik dan memaksimalkan ekstraksi senyawa aktif saat dimasak (Hadiq et al., 2024). Proses pengupasan dilakukan secara manual maupun dengan alat bantu pengupas, tergantung skala produksi.



Gambar 2. Proses Pengolahan Sarabba Bubuk Khas Leon

b) Pencucian bahan

Setelah dikupas, semua bahan dicuci bersih menggunakan air bersih yang mengalir. Pencucian bertujuan untuk menghilangkan kotoran fisik seperti debu, tanah, serta mengurangi mikroorganisme permukaan yang mungkin menempel. Ini merupakan tahap krusial dalam menjaga sanitasi produk, mencegah kontaminasi, dan meningkatkan umur simpan. Biasanya, bahan-bahan seperti jahe dan serai direndam selama beberapa menit sebelum dicuci agar kotoran mudah terlepas. Air yang digunakan harus memenuhi standar air bersih agar tidak menjadi sumber kontaminan baru.

c) Pemotongan jahe merah

Jahe yang telah bersih kemudian dipotong menjadi bagian-bagian kecil. Tujuan dari pemotongan ini adalah untuk mempermudah proses penghancuran atau penghalusan pada tahap selanjutnya. Potongan kecil memungkinkan jahe lebih mudah diolah dan mempercepat pelepasan senyawa aktif selama pemasakan. Pemotongan juga membantu mempercepat pengeringan jika ada proses pengeringan parsial, dan membuat hasil penghalusan lebih merata. Alat yang digunakan bisa berupa pisau manual atau pemotong mekanis untuk skala besar.

d) Penghalusan bahan

Selanjutnya adalah tahap penghalusan bahan. Pada tahap ini, jahe merah, bersama rempah-rempah lainnya, dihancurkan hingga membentuk pasta atau campuran halus. Penghalusan bertujuan untuk menyatukan seluruh bahan menjadi satu kesatuan adonan yang homogen. Alat penghalus yang digunakan bisa berupa blender, food processor, atau alat penghancur industri. Tahap ini sangat penting karena tekstur akhir produk sangat dipengaruhi oleh kualitas hasil penghalusan. Selain itu, penghalusan memungkinkan bahan-bahan aktif seperti gingerol dari jahe dan eugenol dari cengkeh lebih mudah diekstraksi saat dimasak.

e) Pemasakan bahan

Bahan yang telah dihaluskan kemudian dimasukkan ke dalam wadah untuk dimasak. Pemasakan dilakukan dalam waktu tertentu dengan suhu yang dikontrol, biasanya antara 80–100°C. Tujuan dari pemasakan adalah untuk mengeluarkan cita rasa rempah-rempah, mengentalkan adonan, serta mensterilkan bahan dari mikroorganisme patogen. Selama pemasakan, campuran diaduk secara merata agar tidak gosong dan menghasilkan konsistensi yang seragam. Tahap ini merupakan momen penting di mana rasa khas sarabba terbentuk—campuran rasa manis dari gula aren, pedas dari jahe, serta hangat dari rempah lainnya.

f) Penghalusan bubuk

Setelah dimasak dan didinginkan, adonan kemudian dikeringkan. Pengeringan bisa dilakukan menggunakan oven pengering, alat dehydrator, atau secara alami dengan bantuan sinar matahari (dengan prosedur higienis). Setelah kering, bahan tersebut dihancurkan kembali hingga menjadi bubuk halus. Penghalusan bubuk bertujuan untuk menghasilkan produk akhir dengan tekstur yang mudah larut saat diseduh oleh

konsumen. Proses ini juga mempengaruhi penampilan visual bubuk sarabba agar seragam dan menarik. Semakin halus bubuk yang dihasilkan, semakin cepat pula ia larut dalam air panas saat disajikan.

g) Pengemasan

Tahapan akhir adalah pengemasan bubuk sarabba ke dalam wadah yang higienis dan kedap udara. Kemasan bisa berupa sachet plastik, standing pouch, atau botol dengan tutup rapat. Pengemasan dilakukan di lingkungan bersih dan steril untuk menjaga kualitas produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung terhadap kontaminasi udara, kelembaban, dan cahaya, namun juga berperan sebagai media pemasaran. Informasi seperti nama produk, komposisi, tanggal kedaluwarsa, izin edar, dan petunjuk penyajian wajib dicantumkan pada label kemasan. Dengan kemasan yang baik, sarabba bubuk bisa bertahan hingga berbulan-bulan tanpa tambahan pengawet kimia.

3. Keuntungan Inovasi Bagi UMKM

Pengolahan sarabba ke bentuk bubuk tidak hanya merupakan inovasi dalam bentuk penyajian, tetapi juga memberikan berbagai keuntungan strategis yang dapat mendukung pengembangan produk lokal khas Enrekang. Inovasi ini membuka peluang yang lebih luas dari sisi ekonomi, pemasaran, teknologi produksi, hingga pelestarian budaya (Fatmawaty A. St. et al., 2024). Berikut adalah beberapa keuntungan utama dari pengolahan sarabba menjadi bubuk berdasarkan masing-masing aspeknya:

a) Nilai tambah produk

Pengolahan *sarabba* menjadi bentuk bubuk secara signifikan meningkatkan nilai ekonomis produk. Dalam bentuk cair, *sarabba* memiliki masa simpan yang pendek dan distribusinya terbatas karena membutuhkan wadah yang besar dan rentan tumpah. Namun dalam bentuk bubuk, produk menjadi lebih tahan lama, ringan, dan praktis. Harga jual *sarabba bubuk* tercatat 3–4 kali lebih tinggi dibandingkan bentuk cair karena memberikan kemudahan konsumsi dan dapat dikemas dalam ukuran kecil hingga premium, menjadikan produk ini layak dijual di segmen pasar menengah ke atas maupun ritel modern.

b) Perluasan pasar

Dengan inovasi dalam bentuk bubuk, *sarabba* tidak hanya dipasarkan secara lokal tetapi juga memiliki potensi ekspansi ke pasar nasional dan internasional. Bentuk bubuk memudahkan pengiriman antarwilayah, baik melalui jalur distribusi offline maupun online (e-commerce). Produk ini juga dapat diposisikan sebagai oleh-oleh khas Enrekang yang mudah dibawa dan tahan lama. Peningkatan akses pasar ini memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan penjualan dan meningkatkan pendapatan usaha secara berkelanjutan.

c) Efisiensi produksi

Teknologi pengolahan *sarabba* bubuk relatif sederhana dan dapat diadopsi oleh UMKM dengan biaya yang terjangkau. Proses pengeringan dapat dilakukan menggunakan alat seperti oven pengering atau *dehydrator*, sementara proses pengemasan dapat menggunakan plastik vakum, standing pouch, atau aluminium foil dengan segel manual. Teknologi ini tidak memerlukan investasi besar, namun mampu menghasilkan produk dengan mutu baik dan daya tahan tinggi. Efisiensi ini sangat penting bagi skala usaha kecil dan menengah untuk menjaga keberlanjutan produksi dengan biaya operasional yang rendah.

d) Pelestarian budaya

Transformasi produk tradisional ke bentuk modern bukan berarti menghilangkan nilai-nilai lokal. Pengolahan *sarabba* menjadi bubuk justru merupakan upaya pelestarian budaya melalui pendekatan inovatif. Rasa, bahan baku, dan filosofi dari *sarabba* tetap dijaga, sementara bentuk dan kemasannya dimodernkan agar sesuai dengan kebutuhan gaya hidup masyarakat masa kini yang lebih praktis dan dinamis. Dengan demikian, inovasi ini menjadi jembatan antara warisan kuliner tradisional dan pasar modern, serta meningkatkan kebanggaan terhadap produk lokal khas Enrekang.

4. Analisis Nilai Tambah pada Usaha Pengolahan Sarabba Bubuk Khas Leon

Nilai tambah yang dihasilkan dari kegiatan usaha pengolahan sarabba bubuk khas Leon disajikan secara rinci dalam hasil analisis pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Nilai Tambah dari Usaha Pengolahan Sarabba Bubuk Khas Leon di Kabupaten Enrekang

No	Variabel	Keterangan	Nilai
1	Output/produk total (kg/proses produksi)	A	15
2	Bahan baku (kg/proses produksi)	B	10
3	Tenaga kerja (HK/proses produksi)	C	2,3
4	Faktor konversi	$D = A/B$	1,5
5	Koefisien tenaga kerja (Rp)	$E = C/B$	0,23
6	Harga produk rata-rata	F	95.000
7	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp)	G	23.000
Pendapatan dan Keuntungan			
1	Harga Input Bahan Baku (Rp/Kg)	H	32.000
2	Harga input lain (Rp/kg)	I	1.500
3	Nilai output (Rp/bungkus)	$J = D \times F$	142.000
4	a) Nilai tambah (Rp/kg)	$K = j - i - h$	108.500
	b) Ratio nilai tambah (%)	$L = K/J \times 100\%$	76,4

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2025

Tabel yang disajikan di atas menggambarkan hasil analisis nilai tambah dari kegiatan usaha pengolahan Sarabba Bubuk Khas Leon dengan menggunakan metode Hayami, di mana dalam satu kali proses produksi diperoleh output akhir sebanyak 15 kilogram yang dihasilkan dari pemanfaatan bahan baku sejumlah 10 kilogram serta melibatkan tenaga kerja sebesar 2,3 Hari Kerja (HK); berdasarkan data tersebut, diperoleh nilai faktor konversi sebesar 1,5 yang menunjukkan bahwa setiap 1 kilogram bahan baku dapat dikonversi menjadi 1,5 kilogram produk jadi, sementara koefisien tenaga kerja sebesar 0,23 memberikan informasi bahwa untuk setiap kilogram bahan baku diperlukan 0,23 HK agar proses produksi dapat berjalan secara optimal; dengan harga jual rata-rata produk mencapai Rp95.000 per kilogram dan upah tenaga kerja harian sebesar Rp23.000, maka dari satu kali proses produksi dapat dihasilkan nilai output sebesar Rp142.000 yang mencerminkan kontribusi signifikan dari kegiatan pengolahan ini terhadap penciptaan nilai tambah pada skala usaha kecil. Dalam perhitungan nilai tambah pada usaha pengolahan tersebut, total biaya input berupa bahan baku sebesar Rp32.000 dan biaya input lainnya sebesar Rp1.500 terlebih dahulu dikurangkan dari nilai total output yang dihasilkan, sehingga menghasilkan nilai tambah sebesar Rp108.500, angka ini mencerminkan pendapatan bersih yang berhasil diperoleh dari proses produksi setelah memperhitungkan dan mengurangi seluruh komponen biaya utama, di mana rasio antara nilai tambah terhadap nilai output mencapai 76,4%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar nilai ekonomis dari produk akhir bukan semata berasal dari nilai bahan baku, melainkan lebih dominan ditentukan oleh proses pengolahan itu sendiri suatu indikator kuat bahwa usaha ini beroperasi dengan tingkat efisiensi yang tinggi serta produktivitas yang optimal, sekaligus menunjukkan potensi keuntungan yang besar bagi pelaku usahanya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi teknik pengolahan jahe merah menjadi *sarabba* bubuk khas Leon melalui tujuh tahapan utama telah menghasilkan nilai tambah sebesar Rp108.500 per satu kali proses produksi, dengan rasio nilai tambah sebesar 76,4%, yang tergolong dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nilai ekonomi produk berasal dari proses pengolahan, bukan hanya dari bahan bakunya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mursalat & Haryono (2023), yang menegaskan bahwa inovasi produk jahe dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan nilai ekonomi bagi petani. Nilai konversi bahan baku menjadi produk jadi yang tinggi pada penelitian ini (rasio 1,5) juga menguatkan hasil studi Boari et al. (2023) yang menyatakan bahwa produksi jahe instan yang inovatif pada skala IKM mampu meningkatkan nilai jual produk lebih dari 70% dibandingkan penjualan jahe segar. Selain itu, hasil ini didukung oleh studi Asvarhoza et al. (2023) yang mengkaji pengolahan jahe merah menjadi minuman instan, di mana penggunaan teknologi tepat guna dan tahapan produksi sistematis terbukti meningkatkan nilai tambah dan menarik minat pasar lokal. Kesamaan pendekatan inovatif dan hasil berupa nilai tambah tinggi menunjukkan bahwa inovasi teknik pengolahan pada berbagai skala (IKM, rumah tangga) memberikan dampak ekonomi nyata.

Dari sisi tantangan, hasil penelitian ini memperkuat pernyataan Elsa (2024) yang menggarisbawahi bahwa kendala utama dalam bisnis pengolahan jahe merah adalah keterbatasan skala produksi dan distribusi. Walaupun nilai tambah tinggi, keterbatasan jumlah produksi dan belum optimalnya distribusi produk

menyebabkan potensi pasar belum sepenuhnya tergarap. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung sebagian besar literatur sebelumnya yang menyatakan bahwa pengolahan jahe menjadi produk turunan seperti bubuk atau minuman instan merupakan salah satu strategi efektif dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan pelaku usaha lokal. Namun, penelitian ini juga mempertegas bahwa dukungan kebijakan seperti pelatihan teknologi, penguatan UMKM, dan integrasi produk ke dalam sektor ekonomi kreatif sangat diperlukan untuk mengatasi hambatan keberlanjutan usaha dan memperluas pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa inovasi yang diterapkan dalam teknik pembuatan Sarabba Bubuk Khas Leon, yang mencakup serangkaian tahapan mulai dari persiapan bahan baku, pengupasan kulit, pencucian, pemotongan, penghalusan, pemasakan, hingga tahap akhir berupa pengemasan, telah mampu menghasilkan nilai tambah sebesar Rp108.500 untuk setiap satu kali proses produksi. Besarnya nilai tambah tersebut menunjukkan kontribusi signifikan dari proses pengolahan terhadap peningkatan nilai produk akhir, dengan rasio nilai tambah terhadap nilai output mencapai 76,4%, yang mencerminkan tingkat efisiensi dan efektivitas proses produksi yang tinggi serta menjadi indikator keberhasilan inovasi dalam menciptakan keuntungan ekonomi bagi pelaku usaha. Implikasi kebijakan dari hasil ini menunjukkan perlunya dukungan aktif dari pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan teknologi pascapanen, penyediaan akses terhadap peralatan produksi, dan penguatan kelembagaan UMKM berbasis produk lokal. Selain itu, integrasi produk tradisional seperti Sarabba Bubuk Khas Leon ke dalam program ekonomi kreatif dan sektor pariwisata daerah juga menjadi langkah strategis untuk memperluas pasar, meningkatkan daya saing produk lokal, serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asvarhoza, G., Halim, M., Sarmila, S., Putra, A. N., Annisa, A. M., Winarti, N., Hamidah, W., Vino, O., Yudha, T., Elvaza, A. P., & Ambarsari, L. (2023). Demonstrasi Pengolahan Bubuk Jahe Merah sebagai Ide Wirausaha Minuman Instan Berkhasiat di Desa Batu Busuk. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 5(1), 68–76. <https://doi.org/10.29244/jpim.5.1.68-76>
- Asyafa, A. C., & Sari, D. A. (2023). Effect of process temperature and percentage of rock sugar on the functional group intensity of red ginger extract. *International Journal of Basic and Applied Science*, 12(3), 92–99.
- Behera, S. (2024). *Value-Added Products Ideas for Ginger*. Krishijagran.Com. <https://krishijagran.com/agripedia/value-added-products-ideas-for-ginger/>
- Boari, Y., Paula, D. Y., Lestari, E. D., & Patty, M. A. (2023). Analisis Peningkatan Produksi Jahe Instan pada IKM Papua Muda Kreatif di Kota Jayapura. *Multidisciplinary Journal of Education , Economic and Culture*, 1(2), 78–94. <https://doi.org/10.61231/mjeec.v1i2.106>
- BPS. (2024). STATISTIK DAERAH KABUPATEN ENREKANG. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regs-ciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Definza, Nur, R. (2023). The Influence of Climate on the Growth of Horticultural Commodities in Enrekang Regency, South Sulawesi. *Penerbit & Percetakan Universitas Sriwijaya (UNSRI)*, 6051, 482–489.
- Diana, R., & Darmawan, I. P. A. (2023). Processed Red Ginger (*Zingiber Officinale* Var *Rubrum*) into Instant Ginger as a Healthy Drink Ruat. *Khaliya Onomiyea: Jurnal Abdimas Nusantara*, 1(1), 19–27. <https://doi.org/10.61471/ko-jan.v1i1.12>
- Elsa, R. (2024). *Peluang dan Tantangan Bisnis Jahe Merah: Menggali Potensi Keuntungan*. Ashterra Machine. <https://www.asterra.id/artikel/peluang-dan-tantangan-bisnis-jahe-merah-menggali-potensi-keuntungan/>
- Fatchiya, A., Amanah, S., & Kusumastuti, Y. I. (2023). Penerapan Inovasi Teknologi Pertanian dan

Hubungannya dengan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani. *Jurnal Penyuluhan*, 12(2), 190. <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v12i2.12988>

- Fatmawaty, A. S., Bijaksana, A. M. A., & Buarlele, L. (2024). Pemberdayaan UMKM Melalui Digitalisasi : Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, 2(1), 21–26.
- Fatmawaty, A. St., Bijaksana, A. M. A., Sampe, R., Nasrun, M., Buarlele, L., & Sugiarti, A. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Pengembangan Potensi Daerah dan Keberlangsungan UMKM. *Journal of Training and Community Service Adpertisi (JTCSA)*, 4(2), 28–35.
- Gazda, P., & Glibowski, P. (2024). applied sciences Advanced Technologies in Food Processing — Development Perspective. *Applied Science*, 14(2), 2–4. <https://doi.org/doi.org/10.3390/app14093617> Academic
- Hadiq, S., Sirajuddin, W., Lidiawati, D., Bunyanis, F., Ode, W. L., & Hakim, R. A. (2024). Pemanfaatan Rimpang Jahe (*Zingiber officinale*) sebagai Sarabba Instan di Desa Marawi Kabupaten Pinrang Shabran. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Masyarakat*, 04(1), 6–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.5219/1957>
- Kehinde Andrew Olu-lawal, Oladiran Kayode Olajiga, Adeniyi Kehinde Adeleke, Emmanuel Chigozie Ani, & Danny Jose Portillo Montero. (2024). Innovative Material Processing Techniques in Precision Manufacturing: a Review. *International Journal of Applied Research in Social Sciences*, 6(3), 279–291. <https://doi.org/10.51594/ijarss.v6i3.886>
- Kojong, E., Ogie, T. B., Porong, J. V., Rotinsulu, W. C., Tumbelaka, S., Paat, F. J., & Nangoi, R. (2023). Karakteristik morfologi tanaman jahe merah (*zingiber officinale* var. *rubrum*) lokal di kecamatan poso pesisir provinsi sulawesi tengah. *Jurnal Agroekoteknologi Terapan*, 4(2), 301–310.
- Laelago Ersedo, T., Teka, T. A., Fikreyesus Forsido, S., Dessalegn, E., Adebo, J. A., Tamiru, M., & Astatkie, T. (2023). Food flavor enhancement, preservation, and bio-functionality of ginger (*Zingiber officinale*): a review. *International Journal of Food Properties*, 26(1), 928–951. <https://doi.org/10.1080/10942912.2023.2194576>
- Lisboa, H. M., Pasquali, M. B., dos Anjos, A. I., Sarinho, A. M., de Melo, E. D., Andrade, R., Batista, L., Lima, J., Diniz, Y., & Barros, A. (2024). Innovative and Sustainable Food Preservation Techniques: Enhancing Food Quality, Safety, and Environmental Sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 16(18). <https://doi.org/10.3390/su16188223>
- Mursalat, A., & Haryono, I. (2023). Ginger Marketing Efficiency Through Product Innovation in Improving Farmers' Economy in Sidenreng Rappang Regency. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 23(2), 177–183. <https://doi.org/10.21776/ub.agrise.2023.023.2.7>
- Nurjanah, S., Rosalinda, S., & Andina, D. P. (2024). Optimization of Red Ginger (*Zingiber officinale* var. *Rubrum*) Extraction Using Microwave Assisted Hydrodistillation Method. *Jurnal Teknik Pertanian Lampung (Journal of Agricultural Engineering)*, 13(2), 369. <https://doi.org/10.23960/jtep-l.v13i2.369-380>
- Ojha, K., & Yadav, A. (2024). Preservation Innovation : Modern Methods and Techniques Redefining Food Longevity. *Research Gate*, 1(1), 98–99.
- Pokharel, B. (2023). Advancements in Food Processing Technologies: Enhancing Safety, Quality, and Sustainability. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 07(06). <https://doi.org/10.55041/ijrsrem23682>
- Priyantono, E., Fariroh, I., Agroteknologi, P. S., Pertanian, F., Tadulako, U., Agronomi, P. S., Pertanian, F., Jember, U., Fungsional, M., Instan, S., & Bubuk, S. (2024). Analis Sifat Kimia Minuman Fungsional Sarabba Instan dengan Penambahan Susu Bubuk. *TEKNOTAN*, 18(3), 173–178. <https://doi.org/10.24198/jt.vol18n3.2>
- Rahmi, A., & Andria, F. (2023). Improving The Technical Capacity Of Red Ginger Production For The Women Of The Sampora Village : Participant ' s Perception. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 10(2), 35–40.
- Ramadani, Fitri, N., & Puspitarini Siswanto, A. (2023). Formulation of instant powder drink combination of red ginger and banana peel. *Materials Today: Proceedings*, 87(2), 101–105.

<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2023.02.379>

- Rangani, Charita. (2024). *Ginger Cultivation, Health Benefits, and Value-Added Products: A Comprehensive Guide*. WikiFarmers. <https://wikifarmer.com/library/en/article/ginger-cultivation-health-benefits-and-value-added-products-a-comprehensive-guide>
- Sari, A., & Fahriani, V. P. (2024). THE EFFECT OF TEMPERATURE AND ROCK SUGAR PERCENTAGE ON POLYPHENOL CONTENT IN PROCESSED RED GINGER (*Zingiber officinale* var . *Rubrum*) PRODUCTS. *Jurnal Crystal: Publikasi Penelitian Kimia Dan Terapannya*, 6(2), 87–94.
- Supu, R. D., Diantini, A., & Levita, J. (2024). RED GINGER (*Zingiber officinale* var. *rubrum*): ITS CHEMICAL CONSTITUENTS, PHARMACOLOGICAL ACTIVITIES AND SAFETY. *FITOFARMAKA: Jurnal Ilmiah Farmasi*, 8(1), 23–29. <https://doi.org/10.33751/jf.v8i1.1168>
- Suychinov, A., Akimova, D., Kakimov, A., Zharykbasov, Y., Baikadamova, A., Okuskhanova, E., Bakiyeva, A., & Ibragimov, N. (2024). Revolutionizing meat processing : a nexus of technological advancements , sustainability , and cultured meat evolution Anuarbek Suychinov , Dinara Akimova , Aitbek Kakimov , Yerlan Zharykbasov , Assemgul Baikadamova , Eleonora Okuskhanova , Anara Bakiyeva. *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Science*, 18(2), 331–346. <https://doi.org/https://doi.org/10.5219/1957>
- Wang, J., Liu, Y., Zuo, C., Zhang, J., Liang, W., Liu, Y., Yu, W., Yu, H., & Peng, C. (2023). Different origins and processing methods affect the intrinsic quality of ginger: a novel approach to evaluating ginger quality. *Frontiers in Chemistry*, 11(November), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fchem.2023.1296712>
- Zumrona, A. A., Lia, L., Nadiya, N., Selvia, S., & Yumiyati, Y. (2023). Pengolahan Jahe Merah (*Zingiber Officinale* Var *Rubrum* Rhizoma) Menjadi Serbuk Jahe Merah (SJM) Sebagai Produk Potensial Desa Kelindang Atas. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(2), 275–280. <https://doi.org/10.37676/jdun.v2i2.4257>



**IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENDAPATAN PETANI PADI SAWAH
(Studi Kasus di Desa Buyan Kelumbi Kecamatan Tempilang
Kabupaten Bangka Barat)**

***IDENTIFICATION OF FACTORS INFLUENCING THE INCOME OF
RICE FARMERS
(Case Study In Buyan Kelumbi Village, Tempilang District, West Bangka Regency)***

Syafari Nur Rahman¹, Rostiar Sitorus^{1*}, Ani Karsiningsih¹

¹Program Studi Agribisnis Universitas Bangka Belitung

*Penulis Korespondensi, email: oty.torus72@gmail.com

Diserahkan: 30/04/2025

Direvisi: 17/05/2025

Diterima: 29/06/2025

Abstrak: Desa Buyan Kelumbi memiliki total luas lahan sawah sekitar 250 hektar, dengan sekitar 150 hektar yang digunakan untuk tanam padi pada tahun tersebut. Berdasarkan potensi yang ada, desa ini berpeluang untuk menjadi daerah yang menghasilkan padi di Kecamatan Tempilang. Penelitian ini bertujuan untuk menghitung pendapatan yang diperoleh oleh petani padi sawah, mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi Kecamatan Tempilang Kabupaten Bangka Barat. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Jenis data pada penelitian ini ada 2 (dua), yaitu data primer dan data sekunder. lalu digunakan regresi linier berganda untuk menganalisis variabel yang memengaruhi pendapatan petani. Berdasarkan temuan penelitian, produksi rata-rata padi sawah di desa tersebut tercatat mencapai 3.033 ton, dengan harga jual sekitar Rp 6.000 untuk setiap kilogramnya. Petani di wilayah ini umumnya mengelola lahan seluas rata-rata 0,8167 hektar, dengan biaya produksi per musim tanam sekitar Rp 4.431.285. Pendapatan petani per musim tanam, secara rata-rata, mencapai Rp 13.768.048. Hasil analisis menggambarkan variabel usia, pendidikan, pengalaman bertani, dan luas lahan memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap pendapatan petani. Sementara itu, faktor tenaga kerja dan besarnya modal tidak menunjukkan kontribusi yang terlalu relevan terhadap pendapatan mereka.

Kata Kunci: Usahatani; Petani; Pendapatan; Padi Sawah

Abstract: Buyan Kelumbi Village has a total area of approximately 250 hectares of paddy fields, with approximately 150 hectares used for rice cultivation that year. With the existing potential, this village has the opportunity to become a rice-producing area in the Tempilang sub-district. The purpose of this study is to calculate the income obtained by rice farmers, identify and analyze the factors that influence the income level of rice farmers in Buyan Kelumbi Village, Tempilang Sub-district, West Bangka Regency. This research uses a survey approach conducted through the distribution of questionnaires as a data collection tool. In this study, two types of data were used, namely primary data and secondary data, and then multiple linear regression was used to analyze the variables that affect farmers' income. Based on the research findings, the average production of paddy rice in the village was recorded at 3,033 tons, with a selling price of around IDR 6,000 for each kilogram. Farmers in this region generally manage an average land area of 0.8167 hectares, with production costs per growing season of around IDR 4,431,285. Farmers' income per growing season, on average, reached IDR 13,768,048. The results of the analysis illustrate that the variables of age, education, farming experience, and land size make a very relevant contribution to farmers' income. Meanwhile, the factors of labor and capital size did not show a relevant contribution to their income.

Keywords: Farming; Farmers; Income; Production; Paddy Rice

PENDAHULUAN

Produksi padi sawah di Kabupaten Bangka Barat mengalami perubahan yang cukup berarti selama lima tahun terakhir. Berdasarkan informasi dari BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, pada 2021 luas lahan yang dipanen tercatat lebih dari 1.700 hektar dengan hasil gabah kering giling yang cukup besar. Namun, pada 2022, terdapat penurunan yang cukup tajam, dengan luas panen berkurang menjadi sekitar 980 hektar dan produksi yang



Copyright (c) 2025 Syafari Nur Rahman, Rostiar Sitorus, Ani Karsiningsih. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal, seperti gangguan hama dan kondisi cuaca yang tidak mendukung. Berbeda dengan tahun sebelumnya, pada 2023, produksi padi menunjukkan pemulihan, dengan peningkatan luas lahan yang dipanen dan hasil yang lebih baik, meskipun belum mencapai capaian tertinggi pada 2021 (BPS Kabupaten Bangka Barat, 2024). Produksi padi sawah di Kecamatan Tempilang menunjukkan variasi, dengan lonjakan produksi terbesar terjadi antara 2019 dan 2020, secara lengkap terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. *Produksi Padi Sawah di Kecamatan Tempilang Kabupaten Bangka Barat Tahun 2018-2020*

No	Kecamatan	Produksi per tahun (ton GKG)				
		2016	2017	2018	2019	2020
1	Muntok	630,00	635,00	335,78	366,03	408,00
2	Simpang Teritip	1.460,00	507,00	1.475,29	3.278,00	1.829,00
3	Jebus	1.330,00	1.145,00	1.272,30	1.669,8	1.248,00
4	Kelapa	4.823,00	5.767,00	5.047,48	7.191,80	7.404,00
5	Parit Tiga	167,00	159,00	441,65	644,33	314,00
6	Tempilang	1.093	2.138,00	979,90	970,90	1.638,20
Total Kabupaten Bangka Barat		9.503,00	10.351,00	9.552,40	14.120,86	12.841,2

Sumber: Data Dinas Pertanian Perkebunan dan Peternakan Kabupaten Bangka Barat, tahun 2021.

Data produksi padi sawah di Kecamatan Tempilang yang tersedia antara tahun 2018 hingga 2020, produksi padi sawah di Kecamatan Tempilang menunjukkan variasi, dengan lonjakan produksi terbesar terjadi antara 2019 dan 2020, saat produksi meningkat signifikan dari 970,9 ton menjadi 1.638,20 ton. Sebelumnya, pada 2019, produksi mengalami penurunan dibandingkan tahun 2018, yang tercatat 979,9 ton, turun menjadi 970 ton. Perkembangan menurun dari tahun 2020 dan seterusnya terjadi sebagai dampak pandemi covid yang melanda seluruh wilayah. Meskipun ada peningkatan produksi pada 2020, yang diharapkan bisa mendorong kenaikan pendapatan petani, variasi hasil yang diperoleh masing-masing petani tetap ada, dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Faktor utama yang memengaruhi adalah perbedaan tingkat pendapatan, yang dapat berimplikasi langsung pada penghasilan para petani (Nurhapsa dkk, 2025). Pada tahun 2020, desa tersebut mencatatkan produksi padi sebanyak 105 ton, meningkat sedikit dari 100 ton pada 2019. Desa Buyan Kelumbi memiliki total luas lahan sawah sekitar 250 hektar, dengan sekitar 150 hektar yang digunakan untuk tanam padi pada tahun tersebut. Dengan potensi yang ada, desa ini berpeluang untuk menjadi suatu daerah yang menghasilkan padi di Kecamatan Tempilang (BPS Kabupaten Bangka Barat, 2023).

Namun kenyataan di lapangan menunjukkan masih banyak petani di Desa Buyan Kelumbi yang belum mengetahui dengan pasti ukuran standar pendapatan yang layak diperoleh dari usahatani padi sawah. Keterbatasan modal, pengetahuan maupun beragamnya pengalaman usahatani menjadi penyebab beragamnya pendapatan yang diperoleh dari usahatani padi tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk Menghitung pendapatan yang diperoleh oleh petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi Kecamatan Tempilang Kabupaten Bangka Barat dan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi tingkat pendapatan petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi Kecamatan Tempilang Kabupaten Bangka Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Menurut Sugiyono(2014), pendekatan ini digunakan guna memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai kejadian-kejadian yang relevan, dan keterkaitan antar variabel yang diteliti, baik dari sisi sosial maupun psikologis.

Tempat dan Waktu Penelitian

Desa Buyan Kelumbi dipilih sebagai lokasi penelitian karena daerah tersebut memiliki peran penting dalam produksi beras di wilayah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Proses pengumpulan data dimulai sejak bulan April hingga bulan Juli 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian ini melibatkan 150 petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi sebagai populasi, Untuk menggambarkan kondisi populasi secara keseluruhan, 30 petani dari populasi tersebut dipilih sebagai sampel representatif secara

simple random sampling (Sugiyono, 2014). Peneliti menentukan kriteria berikut: petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi yang masih mengusahakan padi pada tahun 2023, dengan luas lahan antara 0,5 dan 1 hektar.

Teknik Pengumpulan Data

Selain melakukan wawancara dengan petani padi sawah, peneliti juga mengumpulkan data melalui observasi non-partisipasi. Observasi non-partisipasi berarti bahwa peneliti hanya menjadi pengamat yang netral dan mencatat apa yang mereka lihat tanpa mempengaruhi keadaan.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menerapkan pendekatan analisis yang disesuaikan dengan orientasi tujuan yang ingin dicapai. Tujuan pertama yaitu menghitung pendapatan usaha tani padi dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif berdasarkan data primer.

Perhitungan pendapatan diawali dengan menentukan terlebih dahulu total penerimaan (Total Revenue) dan total biaya (Total Cost) yang diperoleh petani, menggunakan rumus berikut:

Rumus untuk menghitung Penerimaan Total (Total Revenue) menerapkan persamaan berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Penerimaan Total (Total Revenue)

P = Harga per unit (Price)

Q = Jumlah Produksi (Quantity)

Sementara itu, menghitung Biaya Total (Total Cost), menerapkan persamaan berikut:

$$TC = FC + VC$$

Keterangan:

TC = Total Cost (Biaya Total)

FC = Fixed Cost (Biaya Tetap)

VC = Variable Cost (Biaya Variabel)

Selanjutnya, pendapatan petani yang telah diketahui dapat dihitung menerapkan persamaan berikut:

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan:

Pd = Pendapatan

TR = Total Penerimaan (Total Revenue)

TC = Biaya Total (Total Cost)

Tujuan kedua dari penelitian ini ialah mengidentifikasi faktor apa saja yang berpengaruh menyangkut tingkat pendapatan petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi Kecamatan Tempilang Kabupaten Bangka Barat. Untuk menganalisis hubungan tersebut, digunakan pendekatan regresi linier berganda dapat dijelaskan dengan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

Y = Pendapatan petani padi sawah (Rp)

a = Intersep/konstanta

b₁-b₇ = Koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = Lama pengalaman bertani (tahun)

X₂ = Luas lahan yang digarap (hektar)

X₃ = Jumlah tenaga kerja (orang)

X₄ = Besaran modal (Rp)

X₅ = Usia petani (tahun)

X₆ = Lama pendidikan formal (tahun)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi terlibat sebagai responden utama dalam penelitian ini. Beberapa aspek yang menjadi fokus dalam menggambarkan karakteristik mereka meliputi usia, latar belakang pendidikan, lama pengalaman dalam bertani, luas lahan yang digarap, jumlah pekerja yang dilibatkan, serta besaran modal yang tersedia. Jumlah responden yang menjadi sampel di daerah penelitian sebanyak 30 petani.

Tabel 2. Umur Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi

No	Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	34 – 40	1	3,33
2	41 – 46	6	20,00
3	47 – 52	8	26,67
4	53 – 58	7	23,33
5	59 – 64	5	16,67
6	65– 70	3	10,00
Jumlah		30	100,00

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Merujuk pada Tabel 2, sebagian besar petani berada dalam rentang usia 47 hingga 52 tahun, yaitu sebanyak 8 orang atau sekitar 26,67%. Sementara itu, kelompok usia yang paling sedikit adalah 34–40 tahun, yang hanya diwakili oleh 1 orang (3,33%). Merujuk pada definisi usia produktif dari Badan Pusat Statistik (2017), yaitu 15 hingga 64 tahun, seluruh petani yang menjadi responden dalam studi ini tergolong dalam kelompok usia yang produktif. Adapun jenjang tingkat pendidikan yang diperoleh oleh para petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Jenjang Pendidikan Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi

No	Jenjang pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Seolah Dasar	2	6,67
2	Sekolah Menengah Pertama	10	33,33
3	Sekolah Menengah Atas	18	60,00
Jumlah		30	100,00

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Berdasarkan informasi yang terdapat pada Tabel 3, bisa diketahui yaitu sebagian besar petani padi sawah memiliki tingkat pendidikan setingkat SMA, yakni sebanyak 18 orang atau sekitar 60%. Sementara itu, jumlah petani dengan pendidikan terakhir SD merupakan yang paling sedikit, hanya 2 orang atau 6,67%. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar petani di Desa Buyan Kelumbi telah memiliki kesadaran akan pentingnya pendidikan dalam mendukung aktivitas pertanian mereka.

Menurut Haryanto dkk, (2021) Pengalaman bertani merupakan hasil pembelajaran yang diperoleh petani melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan usahatani. Pengetahuan ini menjadi referensi penting dalam pengambilan keputusan serta membantu meminimalisir kemungkinan kegagalan seperti yang mungkin terjadi pada musim-musim sebelumnya (Agena dkk, 2025). Lama pengalaman petani dalam mengelola usahatani umumnya dinyatakan dalam satuan tahun (Descartes dkk, 2023). Informasi rinci terkait pengalaman para petani bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4. Pengalaman Bertani Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi

No	Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	10 – 15	6	20,00
2	16 – 21	11	36,67
3	22 – 27	7	23,33
4	28 – 33	4	13,33
5	34 – 39	2	6,67
Jumlah		30	100,00

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Merujuk terhadap Tabel 4, bisa diketahui mayoritas petani mempunyai pengalaman antara 16 hingga 21 tahun, yang mencakup 11 orang atau sekitar 36,67%. Sebaliknya, jumlah petani dengan pengalaman paling sedikit, yaitu dalam rentang 34 hingga 39 tahun, hanya sebanyak 2 orang atau 3,33%.

Salah satu variabel penting yang berdampak terhadap penghasilan petani padi sawah yakni luas lahan yang mereka kelola (Indrayanti dkk, 2024). Umumnya, luas lahan yang lebih bidang berpotensi menghasilkan panen yang lebih besar hasilnya, sehingga berdampak positif pada pendapatan petani. Berikut ini adalah data mengenai sebaran luas lahan yang dikelola oleh petani di wilayah studi.

Tabel 5. Luas Lahan Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi

No	Luah Lahan (Ha)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	0,5	11	36,67
2	1	19	63,33
Jumlah		30	100

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Menurut Tabel 5, menunjukkan bahwa sebagian besar petani di Desa Buyan Kelumbi mengusahakan lahan seluas 1 hektare, yang mencakup 63,33% atau 19 orang responden. Sebaliknya, lahan dengan ukuran terkecil yang dikelola petani adalah 0,5 hektare, dimiliki oleh 11 orang atau 36,67% dari total responden. Seluruh lahan yang digunakan selama kegiatan usahatani ini dimiliki secara pribadi oleh masing-masing petani.

Dalam kegiatan usahatani padi sawah, tenaga kerja mencakup seluruh sumber daya manusia, yang berperan dalam menunjang produktivitas usaha. Berikut ini adalah informasi yang lebih rinci mengenai jumlah tenaga kerja yang digunakan masing-masing responden dalam penelitian ini:

Tabel 6. Tenaga Kerja yang Digunakan Tiap Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi

No	Tenaga kerja(orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1 – 5	26	86,67
2	6 – 10	4	13,33
Jumlah		30	100,00

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Berdasarkan informasi Tabel 6, dilihat para petani yang memakai tenaga kerja dengan jumlah terbanyak terdapat pada pada jumlah tenaga kerja yaitu 1 – 5 orang, yaitu sebanyak 26 petani atau sebesar 86,67 % sedangkan petani yang memiliki tenaga kerja yang paling sediki yaitu dengan rentang 6 – 10 orang atau sebesar 13,33 %.

Sebagaimana disebutkan oleh Hasibuan dkk, (2022) Modal berperan sebagai komponen utama dalam mendukung kegiatan produksi usahatani padi sawah. Besarnya modal yang dikeluarkan petani berpengaruh terhadap kualitas dan kuantitas hasil produksi, yang kemudian berkontribusi terhadap naiknya pendapatan. Modal tersebut mencakup berbagai kebutuhan produksi, mulai dari pengolahan lahan hingga panen. Rincian pengeluaran modal petani informasi tersebut tercantum dalam tabel di bawah:

Tabel 7. Modal Usahatani Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi

No	Modal (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	2.100.000 – 3.100.000	11	36,67
2	3.200.000 – 4.200.000	2	6,66
3	4.300.000 – 5.200.000	17	56,67
Jumlah		30	100,00

Sumber: Olahan Data Primer, 2024

Berdasarkan informasi pada Tabel 7, mayoritas petani berada pada kategori modal usaha sebesar Rp4.300.000 hingga Rp5.300.000, dengan jumlah sebanyak 17 orang atau sekitar 56,67%. Sementara itu, jumlah petani dengan modal terendah, yaitu antara Rp3.200.000 hingga Rp4.200.000, tercatat sebanyak 2 orang atau sekitar 6,66%.

Total Pendapatan

Sebelum menganalisis pendapatan petani padi sawah tahap awal yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi penerimaan serta total biaya dalam usahatani. Tabel berikut menyajikan data mengenai total penerimaan petani:

Tabel 8. Rata-rata Total Penerimaan Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi per Musim Tanam

No	Uraian	Satuan	Rata – rata
1	Produksi	Kg/Luas Garapan	3.033
2	Harga Produksi	Rp/Kg	6.000
Jumlah		Rp	18.198.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2024

Diketahui dari informasi pada Tabel 8, penerimaan petani yang menjadi sampel penelitian mencapai Rp 18.198.000 termasuk kategori rendah, walaupun penerimaan tersebut tidak sebesar petani padi sawah di Bangka Selatan (Sitorus dkk, 2024). Pendapatan petani padi sawah diperoleh dengan mengurangi total biaya (Total Cost) dari total penerimaan (Total Revenue). Informasi terperinci mengenai pendapatan petani disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 9. Rata-rata Pendapatan Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi per Musim Tanam

No	Uraian	Satuan	Rata – rata per petani
1	Penerimaan	Rp	18.199.333
2	Biaya Produksi	Rp	3.951.285
Jumlah		Rp	14.248.048

Sumber : Analisis Data Primer, 2024

Berdasarkan informasi pada Tabel 9, Nilai rata-rata dari penghasilan petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi, selama satu musim tanam mencapai Rp 14.248.048 atau Rp. 3.562.012 per bulan. Pendapatan ini termasuk rendah jika dibandingkan dengan UMR yang berlaku di Kabupaten Bangka Barat tahun 2024 yaitu Rp.3.640.000/bulan (Dinas Tenaga Kerja Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, 2024)

Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Padi Sawah di Desa Buyan Kelumbi Kecamatan Tempilang Kabupaten Bangka Barat

Besaran penghasilan yang diterima oleh petani padi sawah di wilayah Desa Buyan Kelumbi, dianalisis menggunakan pendekatan regresi linier berganda. Pengelolaan data dilakukan melalui bantuan software Microsoft Excel serta IBM SPSS Statistic. Data yang diperoleh dari lapangan diolah melalui kedua aplikasi tersebut Untuk menentukan variabel mana saja yang memiliki dampak terhadap pendapatan petani. Dalam hal ini, variabel bebas mencakup usia (X1), tingkat pendidikan (X2), pengalaman bertani (X3), luas lahan (X4), jumlah tenaga kerja (X5), dan besaran modal (X6). Keseluruhan variabel ini diuji untuk melihat sejauh mana kontribusinya terhadap variabel terikat, yaitu pendapatan petani (Y).

Uji Asummsi Klasik

1. Uji Normalitas

Metode Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk pengujian normalitas, dianalisis melalui software SPSS. Pengujian ini dilaksanakan guna mengevaluasi data yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan sebaran yang normal. Temuan uji normalitas dapat diamati pada tabel di bawah ini.

Tabel 10. Model One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Deskripsi	Unstandardized Residual
N	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean 0000000
	Std. Deviation 1,83136418
Most Extreme Differences	Absolute 0,114
	Positive 0,114
	Negative -0,084
Kolmogorov-Smirnov Z	0,618
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,825

Keterangan a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data

Tabel 10 menyajikan pengujian dengan metode Kolmogorov-Smirnov, menunjukkan hasil sebesar 0,825, melampaui batas signifikansi 0,05. Data dalam model regresi yang dianalisis terindikasi berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diuji dengan maksud untuk guna mengevaluasi adakah hubungan yang terjalin keterkaitan linier antar variabel bebas dalam model regresi. Sebuah model dapat dianggap layak jika tidak memperlihatkan adanya multikolinieritas tinggi antar variabel bebas, karena hal tersebut dapat memengaruhi validitas hasil estimasi. Rincian data hasil uji multikolinieritas tercantum dalam tabel berikut ini:

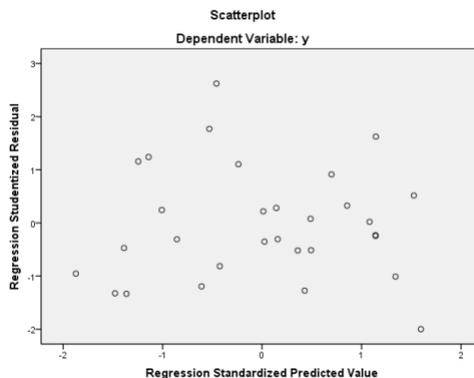
Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.885	2.251		0.828	0.416		
X ₁	0.262	0.041	0.585	3.245	0.010	0.323	3.010
X ₂	0.621	0.160	0.220	3.901	0.001	0.853	1.135
X ₃	0.330	0.118	0.231	2.654	0.024	0.418	2.293
X ₄	1.351	0.366	0.332	3.714	0.001	0.342	2.723
X ₅	-0.252	0.279	-0.118	-0.507	0.476	0.178	6.221
X ₆	0.345	0.482	0.040	0.692	0.464	0.662	1.325

Hasil uji multikolinieritas, Nilai VIF yang diperoleh untuk seluruh variabel memiliki nilai yang berkisar di bawah atau tepat 10, dengan angka toleransi melebihi 0,1. Hal ini mengindikasikan menandakan bahwa model regresi terbebas dari pada tanda multikolinieritas. Sesuai dengan Ghozali (2016), ambang batas tersebut digunakan untuk menilai apakah terdapat keterkaitan antar variabel independen.

3. Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan berguna untuk mendeteksi adanya ketidakkonsistenan varians dari residual pada setiap nilai variabel independen. Sebuah model regresi yang efektif, idealnya tiada menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Temuan dari hasil pengujian ini ditampilkan pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas

Analisis grafik scatterplot menunjukkan bahwa sebaran titik bersifat acak dan simetris di sekitar garis nol tanpa pola tertentu, hasil tersebut menandakan bahwa model regresi dalam studi ini tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Uji model R²

Pengujian R² ditujukan guna menilai seberapa signifikan dampak yang ditimbulkan oleh variabel independen mampu menjelaskan proporsi variasi yang terjadi pada variabel dependen dalam suatu model regresi. Hasil uji yang telah dipresentasikan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 12. Hasil Uji Model R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.854 ^a	0.821	0.802	2.02341	2.794

a. Predictors: (Constant), x6, x2, x4, x3, x1, x5 b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2024

Menurut temuan pengujian koefisien determinasi, didapat hasil Adjusted R Square sebesar 0,802. Artinya, kurang lebih 80,2% variasi pendapatan petani bisa diterangkan oleh variabel bebas yang digunakan dalam model regresi ini.

2. Uji simultan (Uji F)

Guna menilai dampak kolektif seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan pengujian menggunakan uji F. Pengujian ini bertujuan mengevaluasi apakah secara kolektif variabel bebas yang digunakan dalam model berkontribusi signifikan terhadap variabel terikat. Rincian hasil uji F disajikan pada tabel berikut.

Tabel 13. Uji Simultan (Uji F) dengan ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1422.145	6	230.373	52.247	0.000 ^a
Residual	97.263	23	4.229		
Total	1279.500	29			

a. Predictors: (Constant), x6, x2, x4, x3, x1, x5

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji simultan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berada di bawah ambang 0,05, serta nilai F hitung sebesar 52,247 yang melampaui nilai F tabel. Temuan ini mengonfirmasi bahwa seluruh variabel independen secara kolektif memiliki dampak signifikan terhadap perubahan pendapatan petani.

3. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) dilaksanakan untuk menilai sejauh mana tiap variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen., khususnya terkait pendapatan petani. Hasil pengujian hipotesis secara parsial ditampilkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 14. Uji t (Uji Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.885	2.251	0.828	0.416		
X ₁	0.262	0.041	3.245	0.010	0.323	3.010
X ₂	0.621	0.160	3.901	0.001	0.853	1.135
X ₃	0.330	0.118	2.654	0.024	0.418	2.293
X ₄	1.351	0.366	3.714	0.001	0.342	2.723
X ₅	-0.252	0.279	-0.507	0.476	0.178	6.221
X ₆	0.345	0.482	0.692	0.464	0.662	1.325

a. Pengaruh Umur terhadap Pendapatan Responden

Mengacu pada hasil uji t yang disajikan dalam tabel, variabel umur (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,010, yang berada di bawah ambang batas 0,05 ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa usia memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan responden.

Menurut (Wulandari dkk, 2024) umur merupakan faktor yang penting dalam usaha tani, karena usia berkaitan dengan tingkat pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan petani dalam mengelola dan mengorganisir usaha tani mereka.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat variasi usia di antara petani yang menjadi responden. Secara umum, perbedaan usia tersebut tidak menunjukkan adanya kesenjangan yang mencolok dalam produktivitas, sehingga pendapatan yang diperoleh pun relatif seimbang. Oleh karena itu, usia petani dapat dikatakan memiliki kontribusi terhadap tingkat pendapatan yang diperoleh, meskipun tidak secara dominan.

b. Pengaruh Pendidikan terhadap Pendapatan Responden

Temuan dari analisis uji t mengindikasikan bahwa jenjang pendidikan petani memiliki hubungan yang signifikan terhadap besarnya pendapatan yang diperoleh. Nilai signifikansi yang tercatat sebesar 0,001 lebih kecil dari ambang signifikansi 0,05 mengindikasikan bahwa tingkat pendidikan memiliki peranan yang signifikan dalam memengaruhi pendapatan responden, fakta ini sejalan dengan penelitian (Tunas dkk, 2023)

Sebagaimana hasil pengamatan ditemukan bahwa petani yang pendidikannya lebih tinggi memiliki kemampuan mengelola usaha tani yang lebih baik, menerapkan teknologi baru, dan mengakses informasi yang relevan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa tingkat pendidikan petani padi sawah memiliki keterkaitan dengan perbedaan pendapatan yang diperoleh petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi.

c. Pengaruh Pengalaman terhadap Pendapatan Responden

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel pengalaman memperoleh besar signifikansi mencapai 0,024, yang letaknya di bawah batas ambang, tingkat signifikansi 0,05. Ini mengindikasikan bahwa pengalaman petani secara signifikan memengaruhi tingkat pendapatannya, sebagaimana dinyatakan (Werdhani dkk, 2023).

Menurut Mulyati (2014), seiring berjalannya waktu dalam pengelolaan usaha tani, kebiasaan, keterampilan, dan keahlian petani akan semakin berkembang. Hal ini disebabkan oleh pengalaman yang semakin lama dalam bertani padi sawah, yang akan menambah pengetahuan tentang meningkatkan produksi dan pendapatan.

d. Pengaruh Luas Lahan terhadap Pendapatan Responden

Hasil uji t memperlihatkan bahwa variabel luas lahan menunjukkan tingkat signifikansi 0,001, lebih rendah dari ambang batas 0,05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa besarnya luas lahan memberikan dampak yang mana memiliki pengaruh berarti terhadap pendapatan responden.

Menurut (Sukmayanto dkk, 2022). yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara produktivitas lahan dan pendapatan usaha tani padi sawah. Produktivitas lahan mencerminkan sejauh mana lahan mampu mengolah input untuk menghasilkan output. Dengan peningkatan produktivitas, diharapkan dapat berdampak pada peningkatan pendapatan, karena lahan yang lebih produktif dapat menghasilkan lebih banyak output.

e. Pengaruh Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Responden

Hasil uji t memperlihatkan variabel jumlah tenaga kerja memiliki tingkat signifikansi mencapai 0,476, yang melebihi batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, hal ini mengindikasikan keberadaan tenaga kerja tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan petani, fakta ini bertentangan dengan yang ditemukan oleh Kusmiyati dkk, (2022).

Namun Suyanto (2019) menyatakan bahwa meskipun banyak tenaga kerja terlibat dalam aktivitas pertanian, tanpa adanya dukungan modal yang cukup untuk memperoleh input produksi yang tepat, kontribusi tenaga kerja tersebut terhadap peningkatan pendapatan petani akan terbatas.

f. Pengaruh Modal terhadap Pendapatan Responden

Uji t memperlihatkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel modal berada pada angka sebesar 0,464, yang lebih besar dari ambang batas 0,05. Ini berarti secara statistik, pendapatan responden tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel modal. Temuan ini dapat dijelaskan mengingat di Desa Buyan Kelumbi skala usaha petani yang kecil, penggunaan teknologi yang belum optimal, fluktuasi harga gabah yang tidak stabil, serta ketergantungan pada faktor eksternal seperti cuaca dan ketersediaan air. Hal ini sejalan dengan Kirana (2023), namun bertentangan dengan (Umar dkk, 2023) yang justru menemukan bahwa modal memiliki proporsi pengaruh terhadap pendapatan usahatani padi sawah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari temuan pada penelitian ini, disimpulkan bahwa petani padi sawah memperoleh pendapatan rata-rata sebesar Rp13.768.048 per musim tanam. Pendapatan petani padi sawah di Desa Buyan Kelumbi, dipengaruhi secara signifikan oleh beberapa faktor, yakni usia, jenjang pendidikan, pengalaman bertani, serta luas lahan garapan. Sementara itu, tenaga kerja dan modal tidak memberikan dampak yang berarti terhadap pendapatan petani di daerah tersebut.

Saran

Diharapkan untuk mengembangkan program bantuan penyediaan bagi petani, serta meningkatkan jumlah program penyuluhan atau pelatihan bagi mereka, serta menerapkan inovasi teknologi terbaru dalam bidang pertanian. Petani disarankan agar lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan penyuluhan atau pelatihan yang tersedia, guna menambah pengetahuan dan wawasan dalam usaha meningkatkan pendapatan. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan untuk melanjutkan penelitian mengenai analisis pendapatan usaha tani padi sawah dalam rangka meningkatkan pendapatan petani, dengan menambahkan variabel independen yang dapat mempengaruhi pendapatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrozzaq Hasibuan, Suhela Putri Nasution, Fitri Amja Yani, Henni Adlini Hasibuan, & Nyak Firzah. (2022). Strategi Peningkatan Usaha Tani Padi Sawah Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 1(4), 477–490. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v1i4.1095>
- Agena, FP. Suryani, P, Oktari, R. (2025). Peranan kelompok tani dan strategi pengembangannya dalam upaya peningkatan pendapatan usaha tani padi Salibu. *Prosiding Semnas*, 3(1), 496–511.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Luas panen, produksi, dan produktivitas padi menurut provinsi, 2024. <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangka Barat. (2023). Kecamatan Tempilang dalam angka 2023. <https://bangkabaratkab.bps.go.id/publication/2023/09/15/60da4e60d47cc91deaf2f09b/kecamatan-Tempilang-dalam-angka-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangka Barat. (2024). Kabupaten Bangka Barat dalam angka 2024. <https://bangkabaratkab.bps.go.id/publication.html>
- Descartes. Harianto. A Faroby Falatehan. (2023). Penyuluhan Pertanian dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Usahatani di Gapoktan Rorotan Jaya, Cilincing, DKI Jakarta. 5, 17–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.10>
- Dinas Tenaga Kerja Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. (2024) SK Gubernur Provinsi Kepulauan Bangka Belitung No. 188/44/12.20/DISNAKER 2023 tentang Penetapan UMP Tahun 2024. <https://disnaker.babelprov.go.id> > pengumuman Gubernur Kepulauan Bangka Belitung
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanto, Y., Effendy, L., & Tri Yunandar, D. (2021). Karakteristik Petani Milenial pada Kawasan Sentra Padi di Jawa Barat. *Jurnal Penyuluhan*, 18(01), 25–35. <https://doi.org/10.25015/18202236982>
- Indrayanti, T., Prayoga, A., & Zakky, M. (2024). Penggunaan Alsintan Pada Pertanian Modern Dalam Usahatani Padi Sawah Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 30(2), 258–274. Retrieved from <https://jurnal.ugm.ac.id/jkn/article/view/97632>
- Kirana, I. (2023). Pengaruh Umur, Pengalaman Bertani, dan Biaya produksi Terhadap Pendapatan petani Padi Di Desa Pruwatan: The Influence of Age, Farming Experience, and Production Costs on The Rice Farmers' Income in Pruwatan Village. *Jurnal Pertanian Peradaban (Peradaban Journal of Agriculture)*, 3(2), 1-12.
- Mulyati, H. (2014). Analisis produksi dan pendapatan usahatani padi sawah di Desa Jono Oge, Kecamatan Sigi

Biromaru, Kabupaten Sigi. *Jurnal Agrotekbis*, 2(1), 54–61.

- Nurhapsa, Rohani S, Rasyid I, Sirajuddin SN, Ashar NM, M. (2025). Analisis keberlanjutan agribisnis padi sawah di desa allita, kecamatan mattiro bulu, kabupaten pinrang, provinsi sulawesi selatan. *Agribios*, 23(01), 40–48. https://repository.umpar.ac.id/id/eprint/1865/1/Artikel_yg_terbit_%28Keberlanjutan_agribisnis_padi_sawah%29.pdf
- Sitorus, R., Kartika, K., & Wahyuni, W. (2024). The Effect of Using Superior Rice Seeds on The Income of paddy Farmers in The Production Center of Bangka Island; Propensity Score Matching Based Analysis. *Habitat*, 35(2), 149–160. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2024.035.2.14>
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukmayanto, M., Hasanuddin, T., & Listiana, I. (2022). Analisis Produksi dan Pendapatan Usahatani Padi di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 6, 625–634. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.26>
- Tarigan, M. (2014). Pendidikan dan pembangunan manusia. Jakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Tunas, O. O., Ngangi, C. R., & Timban, J. F. J. (2023). Pengaruh Luas Lahan Dan Pengalaman Berusahatani Terhadap Pendapatan Petani Padi Di Desa Taraitak I Kecamatan Langowan Utara Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 19(1), 441–448. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.v19i1.46439>
- Umar, R. F., Yuliana Bakari, Supriyo Imran, & Muhammad Zubair Hippy. (2023). Ketersediaan Modal Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Agrica*, 16(2), 218–231. <https://doi.org/10.31289/agrica.v16i2.9741>
- Werdhani, J. K., Soedarto, T., Laily, D. W., & Hidayat, S. I. (2023). Pengaruh Faktor Sosial Dan Ekonomi Terhadap Pendapatan Petani Padi Di Desa Pungpungan, Kecamatan Kalitidu, Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(1), 116-13/.
- Wulandari, A., Ilsan, M., & Haris, A. (2024). Pengaruh karakteristik petani terhadap produksi padi sawah dan kelayakan usahatani di Desa Mappesangka, Kecamatan Ponre, Kabupaten Bone. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(2).



PERAN KELOMPOK TANI DALAM MENDUKUNG KESEJAHTERAAN PETANI SAWIT DI DESA PANDUMAN KABUPATEN SIMALUNGUN

THE ROLE OF FARMERS GROUPS IN SUPPORTING THE WELFARE OF OIL PALM FARMERS IN PANDUMAN VILLAGE, SIMALUNGUN REGENCY

Wahyu Seka Dana¹, Ismiasih^{2*}, Hernowo³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Instiper Yogyakarta

*Penulis Korespondensi, email: ismiasih2017@gmail.com

Diserahkan: 20903/2025

Direvisi: 07/05/2025

Diterima: 30/06/2025

Abstrak. Sektor pertanian dalam pembangunan nasional belum mampu meningkatkan kesejahteraan petani. Oleh karena itu diperlukan dukungan diantaranya melalui peran kelembagaan seperti kelompok tani. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran kelompok tani dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit di Desa Panduman, Kecamatan Raya Kahean, Kabupaten Simalungun. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus, di mana seluruh anggota kelompok tani yang berjumlah 21 orang dijadikan responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode skoring dengan menggunakan Skala Likert, dengan kategori pengukuran antara 2,34 sampai 3,00 berkategori tinggi, antara 1,67 sampai 2,33 berkategori sedang, dan antara 1,00 sampai 1,66 berkategori rendah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok tani secara umum memiliki peran sangat baik, dengan nilai rata-rata sebesar 2,45, yang dikategorikan Sangat Berperan. Peran kelompok tani tersebut ditinjau dari tiga aspek yaitu sebagai wadah belajar mendapatkan skor 2,39 dan masuk kategori sangat berperan. Sementara peran kelompok tani dalam unit produksi mendapatkan skor 2,42 dan berkategori sangat berperan, dan peran sebagai wahana kerja sama mendapatkan skor 2,44 dan masuk kategori sangat berperan. Hal ini menunjukkan bahwa peran kelompok tani sudah berperan sangat baik dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit dari kelas belajar, unit produksi dan wahana Kerjasama. Tingkat kesejahteraan petani di Desa Panduman dikategorikan diatas rata rata pendapatan UMR (Upah Minimum Regional) di wilayah Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara.

Kata Kunci: Kelapa Sawit; Organisasi Pertanian; Peran Kelompok Tani; Kesejahteraan

Abstract : *The agricultural sector in national development has not yet been able to improve the welfare of farmers. Therefore, support is needed, including through institutional roles such as farmer groups. This study aims to understand the role of farmer groups in supporting the welfare of oil palm farmers in Panduman Village, Raya Kahean District, Simalungun Regency. The method used in the study is descriptive qualitative with a sampling technique using the census method, where all members of the farmer group totaling 21 people were used as respondents. Data analysis was carried out using a scoring method with a Likert Scale, with measurement categories between 2.34 and 3.00 in the high category, between 1.67 and 2.33 in the medium category, and between 1.00 and 1.66 in the low category. The results of the study showed that farmer groups have a very good role, with an average value of 2.45, which is categorized as Very Influential. The role of farmer groups as a learning forum scored 2.39 and is categorized as very influential. Meanwhile, the role of farmer groups in production units scored 2.42 and was categorized as very influential, and the role as a means of cooperation scored 2.44 and was categorized as very influential. Tunas Baru Farmers Group plays an active role in improving the welfare of oil palm farmers through three main aspects, namely as a learning class, production unit, and cooperation vehicle. The level of farmer welfare from farming results is in the medium category based on main income.*

Keywords : *Palm Oil; Agricultural Organization; Role of Farmer Groups; Welfare*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan sektor pertanian yang memiliki potensi sumber daya yang melimpah. Sektor pertanian masih menjadi pendukung utama pada pembangunan pertanian sebagai penunjang perekonomian masyarakat. Sektor pertanian juga menjadi sektor paling prospektif karena adanya dukungan kondisi lahan yang subur serta geografis yang sesuai dan dibuktikan dengan



Copyright (c) 2025 Wahyu Seka Dana, Ismiasih, Hernowo. This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

meningkatnya kebutuhan akan bahan pangan. Disamping itu, sektor pertanian menjadi pekerjaan utama dan mata pencarian bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia dengan didukung oleh kondisi iklim dan alamnya. Sehingga petani dapat membudidayakan berbagai macam komoditas pertanian. Salah satu sektor pertanian yang turut berkontribusi dalam mendukung perekonomian masyarakat adalah perkebunan. Kelapa sawit merupakan salah satu sektor perkebunan yang turut memberikan andil terhadap pemasukan bagi pendapatan negara.

Perkebunan kelapa sawit turut meningkatkan perekonomian dan menguntungkan dalam usaha komersial. Perkebunan kelapa sawit secara signifikan meningkatkan kesejahteraan petani, menciptakan lapangan kerja, dan dapat mempengaruhi perekonomian daerah. Kemajuan subsektor kelapa sawit menciptakan peluang kerja dan secara signifikan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat lokal. Perkebunan kelapa sawit banyak dibudidayakan oleh petani di Indonesia, terutama di Provinsi Sumatera Utara, khususnya di Kabupaten Simalungun. Wilayah ini memiliki prospek bisnis yang signifikan untuk ekspansi perkebunan kelapa sawit ke depannya. Luas lahan dan produksi kelapa sawit di Kabupaten Simalungun disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit di Kabupaten Simalungun

Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
2019	30.257	512.095,45
2020	30.327	520.518,18
2021	30.393	566.190,91

Sumber : BPS, 2023

Dari Tabel 1, dapat diketahui bahwa kondisi ini menunjukkan sektor perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Simalungun sangat menjanjikan. Perluasan lahan dan produksi yang substansial setiap tahunnya memiliki kemampuan untuk menampung tenaga kerja dan meningkatkan ekonomi lokal. Peningkatan produktivitas merupakan komponen integral inisiatif dari pembangunan pertanian di Indonesia, yang dilaksanakan secara stabil dan berkelanjutan. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan produktivitas pertanian yang selanjutnya dapat meningkatkan pendapatan petani dan mendorong kesejahteraan. Peningkatan produksi pangan, pendapatan, dan kesejahteraan petani secara signifikan turut berkontribusi pada pembangunan pertanian.

Namun, pembangunan pertanian sebagai sektor penting dalam eksistensi pertanian masih belum berhasil meningkatkan kesejahteraan petani. Dalam setiap tahunnya tingkat kesejahteraan petani belum menunjukkan perubahan yang signifikan akibat pengelolaan sektor pertanian yang belum optimal. Meskipun sektor pertanian berperan besar dalam penyerapan tenaga kerja dan membantu devisa Indonesia, namun kondisi kenyataannya tidak sejalan dengan keadaan yang dihadapi petani sebagai pelaku usaha dalam sektor pertanian. Petani masih mengatasi berbagai masalah pemicu kesejahteraan sehingga mengakibatkan banyak di antaranya memiliki kehidupan di bawah garis kemiskinan, dan menyebabkan kebutuhan pangan rumah tangga mereka tidak terpenuhi (Estiningrum dan Wibowo, 2021).

Pembangunan pertanian saat ini masih kurang memberdayakan petani. Hal ini disebabkan terbatasnya pengetahuan dan keterampilan petani, modal usaha yang tidak mencukupi, dan dukungan teknologi pertanian yang tidak memadai. Pengelolaan masalah pertanian membutuhkan bantuan pemerintah sebagai pemasok keuangan untuk inisiatif pertanian. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia petani dapat dicapai melalui inisiatif pendidikan, termasuk saran dalam program penyuluhan, pelatihan, penelitian lapangan, dan dukungan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kompetensi petani.

Pemerintah dan petani telah menetapkan berbagai macam program untuk organisasi pertanian yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani, khususnya melalui pembentukan kelompok tani. Kelompok tani dianggap sebagai organisasi pertanian yang sangat penting dalam memberdayakan petani, meningkatkan produktivitas, meningkatkan perekonomian petani, dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan petani (Nirwanarti dan Bakhtiar, 2022). Posisi ini didukung oleh inisiatif pemerintah di bawah kebijakan Pembangunan Pertanian (Aurelia *et al.*, 2020). Kelompok tani merupakan organisasi petani yang bekerja sama untuk mencapai tujuan dalam memecahkan dan mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi petani dalam pengembangan usaha pertanian. Peran kelompok

tani meliputi sebagai wadah pembelajaran, memperkuat kerja sama antar anggota, serta menjadi unit produksi dalam usahatani (Imran dan Mustafa, 2024; Mantali et al., 2021; Hidayat et al., 2023). Namun, meskipun komoditas sawit memiliki nilai ekonomi yang tinggi, tidak semua petani di Desa Panduman merasakan kesejahteraan yang optimal. Masih ditemui berbagai permasalahan, seperti fluktuasi harga tandan buah segar (TBS), keterbatasan akses terhadap sarana produksi (pupuk, pestisida, dan bibit unggul), serta minimnya pengetahuan tentang praktik budidaya yang efisien. Kelompok tani seharusnya berperan sebagai wadah untuk memperkuat kapasitas petani, baik dalam hal produksi, pemasaran, maupun pemanfaatan bantuan pemerintah.

Kecamatan Raya Kahean merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara, sampai pada tahun 2023 telah terbentuk 128 kelompok tani. Di antara kelompok-kelompok tani tersebut, terdapat tiga komoditas utama sebagai lahan kegiatannya yaitu meliputi perkebunan, peternakan, dan pertanian. Kelompok Tani Tunas Baru, yang bergerak di bidang budidaya komoditas pertanian kelapa sawit, kini berkembang pesat di Desa Panduman, Kecamatan Raya Kahean. Permasalahan Kelompok Tani Tunas Baru yang dihadapi saat ini adalah keterbatasan modal usahatani, kurangnya akses sumber daya, dan motivasi anggota, maka melalui Kelompok Tani Tunas Baru di Desa Panduman diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan petani kelapa sawit dan berkontribusi terhadap pembangunan pertanian. Sampai saat ini, belum diketahui sejauh mana peran kelompok tani di Desa Panduman benar-benar berdampak pada peningkatan kesejahteraan petani sawit. Beberapa petani masih mengeluhkan kurangnya pendampingan dari kelompok tani, sementara yang lain merasa bahwa keanggotaan dalam kelompok tani belum memberikan manfaat signifikan terhadap pendapatan mereka. Oleh karena itu, dari latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kelompok tani dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit di Desa Panduman, Kecamatan Raya Kahean, Kabupaten Simalungun, dan mendeskripsikan tingkat kesejahteraan petani kelapa sawit di Desa Panduman, Kecamatan Raya Kahean, Kabupaten Simalungun.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Metode dalam penentuan lokasi penelitian menerapkan metode *purposive sampling* (Sugiyono, 2019). Metode ini menjelaskan bahwa lokasi dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu, diantaranya Desa Panduman memiliki kelompok tani yang masih aktif dan menjalankan perannya dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Waktu pelaksanaan pengumpulan data dilakukan dari bulan November sampai Desember tahun 2024.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling sensus*. Teknik *sampling* ini digunakan dengan seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini peneliti memakai seluruh dari jumlah populasi Kelompok Tani Tunas Baru yang berjumlah yaitu 21 orang dengan terdiri dari 18 orang sebagai anggota dan 3 orang sebagai pengurus.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapat melalui observasi dan wawancara langsung dengan responden mengenai peran Kelompok Tani Tunas Baru dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit. Data primer mencakup tentang informasi kegiatan kelompok tani, program yang dijalankan, fasilitas yang tersedia, dan pendapatan hasil usahatani. Sementara data sekunder diperoleh dari hasil studi literatur sebagai pendukung hasil penelitian.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang dikuantitatifkan dengan teknik *skoring* untuk mengukur peran kelompok tani dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit. Teknik *skoring* dan skala *likert* merupakan proses pemberian nilai (skor) terhadap jawaban responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu dengan memberikan skor 3 (Sangat Berperan), skor 2 (Cukup Berperan) dan skor 1 (Tidak Berperan). Data dikumpulkan melalui catatan lapangan, wawancara dan kuesioner. Analisis peran kelompok tani menggunakan metode *skoring* dengan skala *likert*, rentang skala diukur sebagai berikut (Pratama et al., 2016) :

$$\text{range} = \frac{(\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah})}{\text{Interval tertinggi}}$$

Jawaban :

Sangat Berperan (SB) : 3 Point

Cukup Berperan (CB) : 2 Point

kurang Berperan (KB) : 1 Point

Dengan Kategori Pengukuran

Tinggi : 2,34-3,00

Sedang : 1,67-2,33

Rendah : 1,00 – 1,66

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Kelompok Tani Tunas Baru di Desa Panduman

Karakteristik responden menjelaskan identifikasi petani yang meliputi usia, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, kepemilikan lahan, luas lahan, produksi dan lama bergabung dalam kelompok tani. Tabel 2, menjelaskan profil usia petani yang tergabung dalam kelompok petani Tunas Baru di Desa Panduman. Dari usia petani menunjukkan bahwa rata-rata usia responden berkisar antara 50 hingga 59 tahun. Usia ini masih dianggap produktif karena secara fisik masih mampu melakukan kegiatan pertanian. Secara umum, demografi utama anggota kelompok terdiri dari laki-laki (90,47%) karena pekerjaan fisik yang berat dalam bertani, sedangkan perempuan biasanya berperan sebagai asisten dalam tugas-tugas pertanian (Ismiasih *et al.*, 2022).

Tingkat pendidikan secara signifikan mempengaruhi pengetahuan dan pemahaman petani dalam praktik pertanian. Anggota Kelompok Tani Tunas Baru memiliki latar belakang pendidikan yang beragam, dengan 28,57% telah menyelesaikan sekolah dasar dan 38,09% telah menempuh pendidikan sekolah menengah atas. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi di antara para petani berkorelasi dengan peningkatan efisiensi tenaga kerja dan pengambilan keputusan yang lebih baik. Soekartawi, sebagaimana dikutip dalam Gusti *et al.*, (2022) menyatakan bahwa tingkat pendidikan yang tinggi akan menunjukkan keterbukaan yang lebih besar terhadap inovasi, pemahaman yang lebih cepat terhadap teknologi pertanian, dan peningkatan keberhasilan dalam menerapkan teknik pertanian.

Jumlah tanggungan keluarga berkisar antara 0 hingga 3 orang, yang mencakup 95,23% dari sampel. Data dari Badan Pusat Statistik 2023 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan 1-3 orang merupakan keluarga kecil. Status kepemilikan lahan anggota pengelola (100%) adalah milik sendiri. Memiliki lahan dengan status milik sendiri memberikan keuntungan yang lebih besar daripada mengelola lahan sewaan, karena petani dapat memetik hasil dari usaha pertanian mereka di lahan yang mereka kelola saat ini. Kepemilikan lahan yang dimiliki petani yang terdiri dari kebun kelapa sawit milik sendiri dengan luas 1-2 hektar (76,19%) dan 3-4 hektar (23,80%) menghasilkan tingkat produksi 1-2 ton (76,19%) dan 3-4 ton (23,80%). Hal ini menunjukkan bahwa petani dapat mengoptimalkan pengelolaan lahan untuk meningkatkan produksi. Kepemilikan lahan yang luas yang dimiliki petani akan memperoleh hasil panen yang lebih besar, sehingga berpotensi menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Sebaliknya, petani dengan kepemilikan lahan yang lebih sedikit akan menghasilkan lebih sedikit, yang menyebabkan berkurangnya pendapatan (Phahlevi dalam Pradnyawati dan Cipta 2021). Lama keanggotaan yang paling banyak dalam organisasi kelompok tani adalah 11-20 tahun, yaitu 80,95%. Keikutsertaan dalam kelompok tani merupakan faktor penting dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan di antara para petani dalam upaya kolaboratif. Pendidikan non-formal yang disediakan oleh organisasi petani yang baru muncul dapat secara efektif meningkatkan pengetahuan dan meningkatkan kesejahteraan melalui kemajuan petani dan praktik pertanian. Sudarko dalam Rimbawati *et al.*, (2018) menyatakan bahwa durasi keanggotaan dalam kelompok tani mempengaruhi pengalaman dan pengetahuan anggotanya mengenai proses pertanian.

Tabel 2. Karakteristik Kelompok Tani Tunas Baru di Desa Panduman

No	Karakteristik Kelomok	Jumlah	Persentase %
1	Usia tahun :		
	30 - 39 Tahun	3	14,28
	40 - 49 Tahun	7	33,33
	50 - 59 Tahun	9	42,85
	>60 Tahun	2	9,52
2	Jenis Kelamin :		
	Laki-laki	19	90,47
	Perempuan	2	9,52
3	Tingkat Pendidikan		
	SD	6	28,57
	SMP	5	23,80
	SMA	8	38,09
	S1	2	9,52
4	Jumlah Tanggungan		
	0-3	20	95,23
	4-6	9	4,76
5	Kepemilikan Lahan		
	Milik Sendiri	21	100
6	Luas lahan		
	1-2 Ha	16	76,19
	3-4 Ha	5	23,80
7	Produksi		
	1-2	16	76,19
	3-4	5	23,80
8	Keanggotaan kelompok tani (thn)		
	1-10	4	19,04
	11-20	17	80,95

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Peran Kelompok Tani Tunas Baru

Peran sebagai wadah pembelajaran berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap anggota. Peran Kelompok Tani Tunas Baru terbagi diukur berdasarkan tiga hal yaitu sebagai wadah kerjasama, unit belajar dan unit produksi. Dibawah ini dijelaskan masing-masing peran kelompok tani berdasarkan ke tiga hal tersebut.

Sebagai Wadah Kelas Belajar

Peran Kelompok Tani Tunas Baru sebagai wadah kerjasama dianalisis melalui tujuh (7) indikator yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sejauh mana efektivitas kelompok tani sebagai sarana pembelajaran bagi anggotanya. Tabel 3. menunjukkan bahwa peran kelompok tani sebagai kelas belajar di Kecamatan Raya Kahean memperoleh skor rata-rata sebesar 2,39 dinyatakan sangat berperan. Hal ini bisa dimungkinkan karena dari anggota kelompok tani memiliki rata rata pendidikan pada jenjang SMA sehingga dari segi pemikiran sudah mencukupi. Peran Kelompok Tani Tunas Baru di Desa Panduman, Kecamatan Raya Kahean sebagai kelas belajar berdampak terhadap peningkatan pengetahuan petani dalam pembelajaran terkait budidaya pertanian kelapa sawit, teknologi pertanian kelapa sawit, berinovasi memanfaatkan janjangan kosong kelapa sawit menjadi pupuk organik, pengendalian hama penyakit dan cara pengaplikasian dengan mendatangkan pihak pengajar dari dalam kelompok maupun luar kelompok dalam kegiatan usahatani.

Aktifitas kelompok tani tersebut dilakukan secara rutin yang dilaksanakan pada setiap tiga (3) bulan dalam satu (1) kali pertemuan atau sesuai dengan kebutuhan anggota. Pada setiap pertemuan anggota kelompok bebas menyampaikan pertanyaan dan pendapat mengenai masalah yang dihadapi anggota. Skor yang memiliki poin tertinggi pada indikator memahami keinginan berpendapat, maupun masalah yang dihadapi anggota dengan skor 2,71. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok tani mampu memotivasi dalam menginspirasi anggota dengan melakukan diskusi secara musyawarah antar anggota dengan penyuluh dalam memecahkan masalah dalam usahatani seperti contoh diskusi

mengenai pengendalian hama dengan cara biologis dan kimiawi. Hasil skor terendah pada indikator menumbuhkan sikap kedisiplinan dan motivasi anggota kelompok dengan skor 2,09. Hal ini mengindikasikan bahwa kelompok tani kurang partisipasi dalam memotivasi anggota sehingga berdampak pada sikap kedisiplinan kelompok. Rendahnya partisipasi disebabkan jadwal pertemuan yang berubah-ubah dan kesibukan anggota diluar kegiatan kelompok tani.

Tabel 3. Peran Kelompok Tani Tunas Baru sebagai Wadah Kelas Belajar di Desa Panduman Kecamatan Raya Kahean

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Memberikan pembelajaran bagi petani dalam menjalankan usahatani	2,61	Sangat Berperan
2	Menumbuhkan sikap kedisiplinan dan motivasi anggota kelompok	2,09	Cukup Berperan
3	Menjalin kerja sama dengan berbagai sumber informasi yang diperlukan dalam proses pembelajaran	2,23	Cukup Berperan
4	Terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran	2,19	Cukup Berperan
5	Keterbukaan dalam berpendapat dan masalah yang dihadapi anggota	2,71	Sangat Berperan
6	Menyusun kesepakatan bersama dalam menyelesaikan masalah	2,66	Sangat Berperan
7	Merencanakan dan mengadakan pertemuan berkala antar kelompok	2,19	Cukup Berperan
Rata – rata		2,39	Sangat Berperan

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Sebagai Unit Produksi

Peran kelompok tani sebagai penyedia unit produksi berfokus pada pengembangan keahlian dalam menyediakan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan usahatani anggota. Hal ini bertujuan untuk mengurangi biaya usaha yang dikeluarkan, baik oleh kelompok maupun anggotanya. Peran Kelompok Tani Tunas Baru dapat dianalisis melalui enam (6) indikator yang disajikan untuk mengukur sejauh mana efektivitas Kelompok Tani Tunas Baru sebagai unit produksi usahatani.

Merujuk pada Tabel 4. hasil penelitian menjelaskan bahwa peran kelompok tani sebagai unit produksi di Kecamatan Raya Kahean memperoleh skor rata-rata sebesar 2,42 dan dinyatakan sangat berperan. Hal ini menunjukkan bahwa Kelompok Tani Tunas Baru berperan baik sebagai unit produksi dalam memfasilitasi sarana dan prasarana seperti adanya subsidi pupuk dan bibit kelapa sawit yang didapatkan anggota dengan harga yang murah serta adanya unit produksi seperti mesin traktor dan alat pemisah berondolan yang bisa dipakai anggota yang hanya membayar tenaga kerja seseorang yang diserahkan sepenuhnya kepada Kelompok Tani Tunas Baru. Pemanfaatan unit produksi ini akan meningkatkan efisiensi usahatani, pengembangan sumber daya manusia dalam mempelajari ilmu bidang pertanian kelapa sawit, adanya interaksi sosial kepada sesama kelompok, serta kerjasama yang dilakukan kepada koperasi dan penyuluh. Skor tertinggi dengan nilai 2,61 dicapai pada kategori memfasilitasi penerapan teknologi (bahan, alat, cara) usahatani bagi anggota kelompok tani. Hal ini menyatakan bahwa adanya kerjasama yang dilakukan oleh Kelompok Tani Tunas Baru dengan penyedia sarana produksi dalam memfasilitasi petani dalam penerapan bantuan bibit kelapa sawit, pupuk, alat traktor dan alat pemisah berondolan, sudah berjalan dengan baik dan sangat membantu para petani untuk memenuhi kebutuhan kegiatan usahatani kelapa sawit. Skor terendah terdapat pada indikator mengelola administrasi secara baik dan benar diperoleh skor 2,23. Hal ini menunjukan sekretaris Kelompok Tani Tunas Baru cukup baik dalam mengelola pencatatan dokumen seperti absensi kehadiran, pemberitahuan adanya undangan dari instansi lain, transkrip hasil musyawarah dan lain sebagainya.

Tabel 4. Peran Kelompok tani Tunas baru sebagai Unit Produksi di Desa Panduman Kecamatan Raya Kahean

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Mengambil keputusan dalam menentukan pengembangan usaha tani	2,52	Sangat Berperan
2	Menyusun rencana dan melaksanakan kegiatan Kelompok tani	2,33	Cukup Berperan
3	Memfasilitasi penerapan teknologi (bahan, alat, cara) usahatani bagi anggota kelompok tani	2,61	Sangat Berperan
4	Menjalin kerjasama dan kemitraan dengan instansi yang terkait dalam implementasi usahatani	2,47	Sangat Berperan
5	Mematuhi dalam melaksanakan kesepakatan yang dihasilkan bersama dalam kelompok tani dan mengamati kegiatan bersama dan rencana kegiatan yang akan datang	2,28	Cukup Berperan
6	Mengelola administrasi secara baik dan benar	2,23	Cukup Berperan
Rata-rata		2,42	Sangat Berperan

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Wahana Kerjasama

Kelompok Tani Tunas Baru berperan sebagai wadah kerja sama dalam membentuk relasi untuk memenuhi kebutuhan usahatani kelompok. Oleh karena itu, kelompok tani ini harus mampu memperkuat dan memperlancar kerja sama yang produktif, baik di antara anggota maupun dengan pihak lain. Peran Kelompok Tani Tunas Baru dapat dianalisis melalui tujuh (7) indikator yang diteliti untuk menganalisis sejauh mana efektivitas kelompok tani sebagai wahana kerja sama.

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan bahwa kontribusi Kelompok Tani Tunas Baru dalam membina lingkungan kerja sama mendapat skor 2,44 dan masuk kategori sangat berperan. Hasil ini menunjukkan bahwa lamanya anggota bergabung pada Kelompok Tani Tunas Baru yaitu sekitar 11-20 tahun menunjukkan cukup efektif dalam membangun kegiatan kerja sama di antara para anggotanya misalnya selama ada kegiatan musyawarah dan kerjasama dengan koperasi, PPL (Petugas Penyuluh Lapangan), dan Dinas Pertanian. Sehingga kegiatan kerjasama membantu dalam operasi pertanian kelapa sawit. Kolaborasi ini didasarkan pada tujuan bersama yaitu untuk meningkatkan hasil produksi dan meningkatkan kesejahteraan anggota. Bentuk kerjasama yang dilakukan sudah bermacam-macam diantaranya penyediaan pupuk, penyediaan alat-alat pertanian, sebagai tempat belajar dalam pengembangan organisasi Kelompok Tani Tunas Baru dan bentuk kerjasama lainnya yang bisa dilakukan. Skor tertinggi sebesar 2,66 dicapai pada indikator menumbuhkan suasana gotong royong. Kategori ini dijelaskan oleh keterlibatan aktif Kelompok Tani Tunas Baru dalam bersosialisasi dengan sesama anggota, sehingga menumbuhkan hubungan kerja sama yang lebih erat dalam proses pertanian, semakin erat hubungan kerjasama semakin baik dalam menjalankan suatu kegiatan usahatani. Indikator terendah, berkaitan dengan pinjaman modal untuk pengembangan usaha dalam organisasi, mendapat skor 0 dan dianggap tidak berperan. Kelompok Tani Tunas Baru tidak menawarkan pembiayaan modal, sebaliknya organisasi ini menggunakan dana dari sumbangan anggota untuk memenuhi kebutuhan pertanian anggotanya. Sangat penting untuk mengajukan kerjasama dan bermitra dengan kelembagaan lain, termasuk koperasi dan Bank KUR (Kredit Usaha rakyat), untuk mendapatkan dana kelompok untuk pengembangan pertanian.

Tabel 5. Peran Kelompok Tani Tunas BBaru sebagai Wahana Kerjasama di Desa Panduman Kecamatan Raya Kahean

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Menciptakan suasana saling bekerjasama	2,66	Sangat Berperan
2	Menciptakan lingkungan yang terbuka untuk menyampaikan pendapat dalam kelompok tani.	2,28	Cukup Berperan
3	Mengatur dan melaksanakan pembagian tugas serta pekerjaan di antara anggota kelompok.	2,33	Cukup Berperan
4	Mengembangkan sikap tanggung jawab antar sesama anggota kelompok	2,52	Sangat Berperan

5	Merencanakan dan melaksanakan musyawarah dan kesepakatan yang dihasilkan bersama kelompok	2,52	Sangat Berperan
6	Menjalin kerjasama dan kemitraan usaha dengan pihak penyedia sarana produksi (memasarkan hasil usaha tani)	2,33	Cukup Berperan
7	Melayani peminjaman modal untuk keperluan pengembangan usaha kelompok	0	Tidak Berperan
Rata-rata		2,44	Sangat Berperan

Sumber :Data primer setelah Diolah, 2024

Peran Kelompok Tani Secara Umum

Rata-Rata Skor dari kelas belajar, unit produksi, wahana kerjasama dapat disajikan pada tabel 6. Dari peran kelompok tani secara keseluruhan menunjukkan bahwa bahwa peran Kelompok Tani Tunas Baru dinyatakan sangat berperan. Hal ini dari capaian peroleh skor dengan hasil rata-rata sebesar 2,45. Hasil tersebut menjelaskan bawah peran Kelompok Tani Tunas Baru sangat berperan dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit di Desa Panduman, Kecamatan Raya Kahean, Kabupaten Simalungun.

Tabel 6. Peran Kelompok Tani Secara Umum

Peran Kelompok Tani	Rata- Rata Skor	Kategori
Kelas Belajar	2,39	Sangat Berperan
Unit Produksi	2,42	Sangat Berperan
Wahana Kerjasama	2,44	Sangat Berperan
Hasil	2,45	Sangat Berperan

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Pembangunan pertanian ditujukan hasilnya kepada petani dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tani. Petani membutuhkan perhatian khusus karena kontribusi mereka yang signifikan dalam meningkatkan industri pertanian. Pemerintah memprioritaskan masalah ini dengan mengimplementasikan program-program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani (Badan Pusat Statistik, 2023). Kesejahteraan seseorang dapat dinilai dari pendapatannya, karena pendapatan tersebut memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Ramadhan *et al.*, 2023). Badan Pusat Statistik (2023) mendefinisikan pendapatan sebagai imbalan yang diperoleh seseorang melalui tenaga kerja, yang mencakup upah dan kompensasi, yang dapat berupa uang atau barang sebagai imbalan atas jasa yang diberikan. Menurut Tampi *et al.* (2023) menjelaskan bahwa kesejahteraan merupakan kondisi seseorang yang cukup mampu memenuhi kebutuhan hidup dengan lingkungan sekitar. Kesejahteraan dapat dikategorikan dari beberapa aspek yaitu pendapatan yang cukup, pendidikan dan kesehatan yang terpenuhi.

Pekerjaan utama adalah pekerjaan yang menjadi prioritas seseorang. Apabila seseorang hanya memiliki satu pekerjaan maka pekerjaan tersebut dianggap pekerjaan utama. Namun, jika seseorang memiliki dua pekerjaan, maka pekerjaan yang menghabiskan waktu terbanyak dianggap sebagai pekerjaan utama. Jika waktu yang dihabiskan sama, maka pekerjaan dengan penghasilan terbesar yang dianggap sebagai pekerjaan utama. Pada pekerjaan utama petani dapat disajikan dari tabel 7.

Tabel 7. Identitas Responden pada Pekerjaan Utama Petani

No	Pekerjaan Utama	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Petani kelapa sawit	21	100%
Total		21	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2024

Dari hasil Tabel 7 menunjukkan bahwa petani yang tergabung kedalam Kelompok Tani Tunas Baru menyatakan 100% sebagai petani kelapa sawit dan menjadikan sebagai pekerjaan utama. Penghasilan terbesar petani kelapa sawit untuk rata-rata dari 21 responden ialah sebesar Rp2.000.001 – Rp2.500.000. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa mata pencaharian petani masih menjadi sumber kehidupan utama anggota Kelompok Tani Tunas Baru. Selain petani memiliki pekerjaan utama, petani juga memiliki pekerjaan sampingan untuk menambah sumber pendapatan.

Pekerjaan sampingan merupakan pekerjaan utama seseorang yang belum mampu mencukupi hidupnya sehingga seseorang akan mencari pekerjaan tambahan untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Pekerjaan sampingan adalah pekerjaan yang dilakukan di luar pekerjaan utama yang telah ditekuni dan dijalankan (Rozali *et al.*, 2019).

Tabel 8. Identitas Responden pada Pekerjaan Sampingan

No	Pekerjaan Sampingan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Ternak (Lembu,Kambing,Unggas)	10	47,61
2	Kuli Bangunan	1	4,76
3	Penyuluh	1	4,76
4	Bengkel	1	4,76
5	Koperasi	1	4,76
6	Pedagang kelontong	1	4,76
7	Supir	1	4,76
8	Pekerja harian lepas	2	9,52
9	Petani hortikultura	1	4,76
10	Tidak ada	2	9,52
Total		21	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui pekerjaan sampingan lain yang dilakukan oleh petani mengingat hasil pendapatan utama dari usahatani yang rendah. Hal ini menyebabkan petani mencari pekerjaan sampingan dalam berbagai bidang, seperti peternakan (sapi, kambing, dan unggas), perdagangan (warung kelontong, pedagang kaki lima), buruh, pegawai koperasi, dan penyuluhan. Pekerjaan sampingan ini dilakukan untuk menambah penghasilan rumah tangga selain selain bergantung pada hasil usahatani. Dengan demikian, responden tidak sepenuhnya bergantung pada pendapatan dari sektor pertanian, tetapi juga memperoleh kontribusi tambahan dari pekerjaan sampingan untuk mendukung perekonomian rumah tangga mereka.

Pendapatan adalah penghasilan sebelum dikurangi pengeluaran biaya, sedangkan penghasilan merupakan pendapatan bersih setelah dikurangi pengeluaran biaya (Susanti dalam Ramadhan *et.al.*, 2023). Pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaan yang dijalankannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, menabung, atau bahkan mengembangkan usaha, seperti pengusaha, petani, buruh, pegawai, tukang, dan lain-lain. Setelah bekerja, seseorang akan memperoleh pendapatan yang dapat digunakan. Berdasarkan pendapatan yang dimiliki oleh responden dapat disajikan pada Tabel 9,10 dan 11 berikut ini.

Tabel 9. Pendapatan Utama Responden

No	Pendapatan Utama (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rp2.000.001 – Rp2.500.000	14	66,66
2	Rp2.500.001 – Rp3.000.000	4	19,04
3	Rp3.000.001 – Rp3.500.000	1	4,76
4	>Rp3.500.001 – Rp4.000.000	2	9,52
Total		21	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa pendapatan utama responden didominasi pada kisaran Rp 2.000.001- Rp 2.500.000 dengan jumlah responden sebanyak 14 orang (66,66%). Jika diukur dari Upah Minimum Kabupaten Simalungun yaitu Rp3.088.851, maka kondisi ini menunjukkan bahwa pendapatan utama hasil usahatani responden masih kurang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendapatan yang kurang mengharuskan petani mencari pendapatan yang lebih agar dapat memenuhi perekonomiannya. Menurut Badan Pusat Statistik (2023), pendapatan utama responden masuk dalam kategori sedang dengan rata-rata sebesar Rp1.500.000 – Rp2.500.000 per bulan.

Tabel 10. *Pendapatan Sampingan Responden*

No	Pendapatan sampingan (Rp)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rp1.000.000 – Rp2.000.000	19	90,47
2	Tidak ada	2	9,52
Total		21	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Dari Tabel 10 menunjukkan bahwa pendapatan sampingan di dominasi pada kisaran antara Rp1.000.000-Rp 2.000.000 dengan jumlah 19 orang (90,47%). Pendapatan utama yang rendah mengharuskan mereka untuk bekerja pekerjaan sampingan untuk memperoleh pendapatan lebih dan berusaha lebih giat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendapatan sampingan membantu membuka peluang dalam mendapatkan penghasilan tambahan diluar dari pendapatan utama.

Berdasarkan Tabel 11, pendapatan total dari pekerjaan utama dan sampingan diperoleh rata-rata berkisar antara Rp3.000.000-Rp3.500.000 per bulan. Hasil ini setara dengan upah minimum Kabupaten Simalungun dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Hasil pendapatan diperoleh dari pendapatan usahatani dan diluar dari usahatani, jika hasil pendapatan dapat dikelola dengan baik bisa meningkatkan kesejahteraan individu dalam pengembangan usaha. Menurut Badan Pusat Statistik (2023) bahwa pendapatan di antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000 per bulan termasuk dalam kategori tinggi.

Tabel 11. *Hasil Pendapatan Utama dan Pendapatan Sampingan Responden*

No	Hasil pendapatan responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Rp2.000.001 – Rp2.500.000	3	14,28
2	Rp2.500.001 – Rp3.000.000	1	4,76
3	Rp3.000.001 – Rp3.500.000	12	57,14
4	Rp3.500.001 – Rp4.000.000	3	14,28
5	> Rp 4.000.000	2	9,52
Total		21	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2024

Program Kelompok Tani Tunas Baru

Program Kelompok Tani Tunas Baru terdapat berbagai kegiatan yang telah dilakukan diantaranya yaitu membantu petani dalam penyedia sarana dan prasarana, meningkatkan pengetahuan petani dalam mendukung kesejahteraan petani. Kelompok Tani Tunas Baru bekerja sama dengan berbagai pihak untuk mengadakan penyedia sumber daya sarana dan prasarana pertanian contohnya alat dan mesin pertanian seperti traktor berguna untuk pengolahan lahan dan alat pemisah berondolan, bibit kelapa sawit serta pupuk. Kelompok Tani Tunas Baru membantu para anggota dalam hal pengetahuan dan ketrampilan petani dengan membuat program materi dan pelatihan beserta penyuluhan dan pendampingan dari PPL kepada petani mengenai teknik budidaya kelapa sawit, dan pengolahan usahatani. Pelatihan yang dilakukan seperti melakukan praktik langsung terjun lapangan ke lahan pertanian untuk memberikan bimbingan teknis langsung kepada petani. Melalui program yang dilaksanakan Kelompok Tani Tunas Baru bisa mendukung kesejahteraan anggota petani kelapa sawit. Sebab petani tidak memikirkan pengeluaran uang untuk membeli dan menyewa barang karena Kelompok Tani Tunas Baru sudah menyediakan sarana dan prasarana serta membantu petani dalam meningkatkan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan dan menjalankan usahatani.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa peran Kelompok Tani Tunas Baru di Desa Panduman sudah sangat berperan dengan capaian skor hasil rata-rata 2,45. Hasil ini menunjukkan bahwa Kelompok Tani Tunas Baru memiliki peran penting dalam mendukung kesejahteraan petani kelapa sawit. Peran tersebut diukur berdasarkan tiga parameter utama, yaitu sebagai kelas belajar, unit produksi, dan wahana kerja sama. Tingkat kesejahteraan petani di Desa Panduman dikategorikan diatas rata-rata pendapatan UMR (Upah Minimum Regional) di wilayah Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. Berdasarkan hasil penelitian, maka kelompok tani perlu mendorong anggota dalam

meningkatkan sikap kedisiplinan dalam keikutsertaan pada setiap kegiatan pertemuan rutin maupun bulanan kepada anggota, mengelola administrasi dengan baik untuk kelancaran kelompok tani, dan melibatkan kerjasama dengan koperasi dan bank dalam peminjaman modal untuk keperluan pengembangan usahatani anggotanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aurelia Margaretha Kaparang, Benu, N. M., & Moniaga, V. R. B. (2020). Penerapan Teknologi Usahatani Padi Sawah Pada Kelompok Tani Soko Meras Di Kelurahan Taratara Satu Kecamatan Tomohon Barat Kota Tomohon. *Agri-Sosioekonomi*, 16(1), 51. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.16.1.2020.27050>
- Estiningrum, S. D., & Wibowo, L. T. (2021). Peran kelompok tani Bumi Lestari Kedoyo dalam meningkatkan kesejahteraan petani. *Activa: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4, 102–116.
- Gusti, I. M., Gayatri, S., & Prasetyo, A. S. (2022). Pengaruh Umur, Tingkat Pendidikan dan Lama Bertani terhadap Pengetahuan Petani Mengenai Manfaat dan Cara Penggunaan Kartu Tani di Kecamatan Parakan. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 19(2), 209–221. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v19i2.926>
- Hidayat, S., Sulaiman, A. I., & Sari, L. K. (2023). Peran Kelompok Tani Dalam Penerapan Program Padi IP 400 Di Kabupaten Cilacap. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(2), 705. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.25>
- Ismiasih, I., Dinarti, S. I., & Adnanti, M. W. (2022). Peran Kelompok Tani Dan Anggota Pada Penerapan Inovasi Teknologi Pertanian Di Desa Trimulyo. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 24(1), 35. <https://doi.org/10.30595/agritech.v24i1.12332>
- Mantali, M. A., Rauf, A., & Saleh, Y. (2021). Peran Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Produktivitas Usahatani Padi Sawah (Studi Kasus Kelompok Tani di Desa Bongopini). *Jurnal Agristan*, 5(2), 85.
- Nirwanarti, F. T., & Bakhtiar, A. (2022). *Tingkat Adopsi Inovasi Petani Padi Organik terhadap Teknologi E-rice Detector*. 4(3).
- Pradnyawati, I. G. A. B., & Cipta, W. (2021). Pengaruh Luas Lahan, Modal dan Jumlah Produksi Terhadap Pendapatan Petani Sayur di Kecamatan Baturiti. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 93. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i1.27562>
- Pratama, B. P., Sayamar, E., & Tety, E. (2016). Peran Kelompok Tani dalam Meningkatkan Pendapatan Petani Swadaya Kelapa Sawit di Desa Bukit Lingkar Kecamatan Batang Cenaku Kabupaten Indigiri Hulu. *Jurnal Agribisnis*, 3(2), 1–12.
- Ramadhan, A., Rahim, M. S. R., Kom, S., Kom, M., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Tahta Media*, 02(2), 34–37.
- Rimbawati, D. E. manggala, Fatchiya, A., & Sugihen, B. G. (2018). Dinamika Kelompok Tani Hutan Agroforestry di Kabupaten Bandung. *Jurnal Penyuluhan*, 14(1). <https://doi.org/10.25015/penyuluhan.v14i1.17223>
- Rozali, A., Widodo, S., & Nugraheni, I. L. (2019). Karakteristik Sosial Ekonomi Keluarga Buruh CV Bumi Indah Kelurahan Garuntang 2018. *JPG: Jurnal Penelitian Geografi*, 7(2).
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian*.
- Supriyo Imran dan Ramlan Mustafa, L. S. B. (2024). Peran Kelompok Tani Dalam Peningkatan Pendapatan Anggota Kelompok Pada Usahatani Jagung Di Desa Longalo Kecamatan Bulango Utara. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 42(1), 40–49. <https://doi.org/10.47728/ag.v42i1.464>

Tampi, J., Engka, D. S. M., Steeva, Y. L., & Tumangkeng. (2023). Efektivitas Pemanfaatan Dana Desa Terhadap Tingkat Kesejahteraan di Kecamatan Tobelo Selatan Kabupaten Halmahera Utara Tahun 2019-2021. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 23(5), 133–144.