

**ANALISIS PROFITABILITAS USAHATANI DAN PEMASARAN KACANG
TANAH DI KECAMATAN PUJANANTING KABUPATEN BARRU**



NUR AFNI SYAHRIN MUCHTAR

G021201109



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

**ANALISIS PROFITABILITAS USAHATANI DAN PEMASARAN KACANG
TANAH DI KECAMATAN PUJANANTING, KABUPATEN BARRU**

NUR AFNI SYAHRIN MUCHTAR

G021 20 1109



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**ANALISIS PROFITABILITAS USAHATANI DAN PEMASARAN KACANG
TANAH DI KECAMATAN PUJANANTING, KABUPATEN BARRU**

NUR AFNI SYAHRIN MUCHTAR

G021 20 1109

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

**ANALISIS PROFITABILITAS USAHATANI DAN PEMASARAN KACANG
TANAH DI KECAMATAN PUJANANTING, KABUPATEN BARRU**

NUR AFNI SYAHRIN MUCHTAR
G021201109

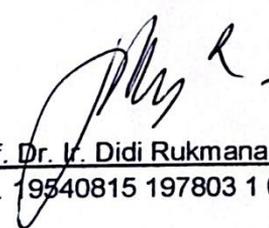
Skripsi,

telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi Agribisnis pada tanggal 21 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Pembimbing Utama,


Prof. Dr. I. Didi Rukmana, M.S.
NIP. 19540815 197803 1 004

Pembimbing Pendamping,


Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.
NIP. 19621002 198903 1 001

Mengetahui:
Ketua Program Studi,


Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.
NIP. 19721107 199702 2 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Analisis Profitabilitas Usahatani dan Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru" adalah benar karya saya dengan arahan dari pembimbing (Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S. sebagai pembimbing utama dan Dr. Ir. Idris Summase, M.Si. sebagai pembimbing pendamping). Karya ilmiah ini belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.



Makassar, 05 Juli 2024

Nur Afni Syahrin Muchtar
G021 20 1109

RIWAYAT HIDUP



Nur Afni Syahrin Muchtar lahir di Itterung, 13 Oktober 2002 merupakan putri kedua dari pasangan Bapak **Muchtar Kamalia** dan Ibu **Wahida, S.Sos.**, memiliki seorang kakak bernama **Nurul Azizah Muchtar** dan seorang adik bernama **Nudiatul Zaqinah Muchtar**. Selama hidup, penulis pernah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. TK An-Nahda, 2007-2008
2. SD Inpres 3/77 Lamurukung, 2008-2014
3. SMP Negeri 1 Tellu Siattinge, 2014-2017
4. SMA Negeri 13 Bone, 2017-2020

Selanjutnya, penulis dinyatakan lulus menjadi mahasiswa di Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2020 jenjang pendidikan Strata Satu (S1) melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin, selain mengikuti kegiatan akademik, penulis juga ikut bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) dan menjadi pengurus pada Periode 2022/2023 sebagai anggota Departemen Kewirausahaan. Selama menjadi mahasiswa, penulis juga aktif mengikuti kegiatan-kegiatan seminar yang diadakan di kampus Universitas Hasanuddin maupun di kampus lain. Penulis juga aktif mengikuti kegiatan pendanaan usaha mahasiswa di tingkat universitas yakni Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) pada tahun 2023 yang berhasil lolos ke tahap pendanaan. Selain itu, penulis juga pernah melaksanakan magang di PT. Perkebunan Nusantara XIV tahun 2023.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji syukur kehadiran Allah Swt. atas berkat dan rahmatnya yang luar biasa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Profitabilitas Usahatani dan Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru" dengan baik. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad Saw. beserta keluarga, para sahabat, kerabat beliau, dan juga ummatnya yang senantiasa bersama Rasulullah membawa risalah Allah Swt. sebagai junjungan yang menjadi suri tauladan terhadap seluruh umat manusia dan membawa dunia dari zaman yang gelap gulita menuju jalan yang dipenuhi cahaya.

Melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulisan skripsi ini. Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua penulis yaitu Bapak **Muchtar Kamalia** dan Ibu **Wahida, S.Sos.** yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, pengorbanan, perhatian, harapan, kasih sayang, dan doa yang selalu mengiringi langkah penulis hingga akhir studi ini. Kepada kakak dan adik penulis, **Nurul Azizah Muchtar, S.H.** dan **Nudiatul Zaqinah Muchtar** penulis ingin mengucapkan terima kasih telah memberikan dukungan, menjadi pendengar yang baik, dan bantuan yang telah diberikan dalam segala kegiatan selama proses penyelesaian pendidikan ini. Serta terima kasih kepada seluruh keluarga besar atas segala dukungan yang diberikan, baik materi maupun moral demi keberhasilan dalam menuntut ilmu.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit kendala yang penulis hadapi. Namun dengan tekad yang kuat disertai berbagai usaha dan kerja keras sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, dorongan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan suka cita menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. Didi Rukmana, M.S.** selaku Pembimbing utama dan Bapak **Dr. Ir. Idris Summase, M.Si.** selaku Pembimbing kedua, penulis ucapkan banyak terima kasih atas keikhlasan dan ketulusannya meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu senantiasa memberikan saran dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat dirampungkan..
2. Bapak **Prof. Dr. Ir. Muslim Salam, M.Ec.** dan Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.** selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membantu penulis dalam memperbaiki penyusunan skripsi ini.
3. Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.** dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si.** selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan banyak pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan di Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak dan Ibu dosen, khususnya Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian,** yang telah meluangkan waktu dan mengajarkan banyak ilmu selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. **Seluruh Staf dan Pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian** yang telah memberi pelayanan yang baik kepada penulis hingga penyelesaian studi ini.

6. **Kepala Desa, Kepala Camat, dan masyarakat Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru** atas kesediaannya meluangkan waktu, memberikan informasi dan data sesuai dengan yang dibutuhkan penulis dan penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat penulis di bangku perkuliahan, **Alya, Huriah, Ais, dan Maryam** yang menemani penulis dalam keadaan suka maupun duka. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, bantuan, serta senantiasa sabar menghadapi penulis. Terima kasih telah menjadi sahabat dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan dan tak henti untuk saling menyemangati.
8. Teman-teman **Agribisnis Angkatan 2020 (20FSAGON)** telah menjadi saudara dan keluarga bagi penulis selama masa perkuliahan. Semoga kita semua dapat mencapai cita-cita yang diinginkan dan semoga persaudaraan ini akan tetap terjalin.
9. Keluarga besar **MISEKTA** yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk mencari ilmu, relasi, dan berbagai pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
10. Seluruh pihak yang tidak bias penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, semangat, dukungan, motivasi, kritik, saran, dan doa yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri yang mampu dan sudah berjuang dan bertahan hingga saat ini.

Semoga Allah Swt. memberikan balasan yang berlipat ganda dan memberikan kebahagiaan dunia maupun akhirat kelak kepada semuanya. Hanya kepada Allah Swt. penulis serahkan segalanya, mudah-mudahan skripsi ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis, tetapi juga bagi seluruh para pembaca. Aamiin.

Penulis,

Nur Afni Syahrin Muchtar

ABSTRAK

NUR AFNI SYAHRIN MUCHTAR, **Analisis Profitabilitas Usahatani dan Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru** (dibimbing oleh Didi Rukmana dan Idris Summase)

Latar Belakang, Kacang tanah merupakan produk pertanian yang bernilai ekonomi tinggi. Kebutuhan kacang tanah dari tahun ke tahun terus meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan gizi masyarakat, serta meningkatnya kapasitas industri pakan dan makanan di Indonesia. Produksi kacang tanah yang maksimal dapat meningkatkan kesejahteraan petani. Namun, pendapatan dari usahatani kacang tanah tidak hanya ditentukan oleh tingkat produksinya, tetapi juga bagaimana hasil pertanian tersebut dipasarkan. Sulawesi Selatan menjadi provinsi penghasil kacang tanah terbesar kedua di luar Jawa dengan keunggulan terbaik yang berada di Kabupaten Barru. **Tujuan**, penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat profitabilitas usahatani kacang tanah dan mengetahui saluran pemasaran yang terbentuk yang kemudian akan melihat saluran pemasaran mana yang lebih efisien. **Metode**, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan bantuan aplikasi Microsoft Excel. Lokasi penelitian di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru dengan jumlah responden 96 orang petani dan 9 orang responden lembaga pemasaran. **Hasil**, usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru profitable dengan nilai 2,52. Terdapat dua pola saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran (I) petani – pedagang pengecer – konsumen dan saluran pemasaran (II) petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – Industri. Adapun saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran I dengan nilai efisiensi sebesar 1,64.

Kata Kunci: Profitabilitas, Saluran Pemasaran, Efisiensi Pemasaran, Kacang Tanah

ABSTRACT

NUR AFNI SYHRIN MUCHTAR, **Analysis of the Profitability of Farming and Marketing of Peanuts in Pujananting District, Barru Regency** (supervised by Didi Rukmana and Idris Summase)

Background, Peanuts are an agricultural product with high economic value. The need for peanuts continues to increase from year to year in line with the increase in population, nutritional needs of the community, and increasing capacity of the feed and food industry in Indonesia. Maximum peanut production can improve farmer welfare. However, income peanut farming is not only determined by the level of production, but also how the agricultural products are marketed. South Sulawesi is the second largest peanut producing province outside Java with the best advantages being in Barru Regency. The aim of this research is to determine the level of profitability of peanut farming and determine the marketing channels formed in the peanut marketing process, which will then see which marketing channels are more efficient. **Objective**, this research aims to determine the level of profitability of peanut farming and determine the marketing channels that are formed, which will then see which marketing channels are more efficient. **Method**, this research uses a quantitative descriptive analysis method with the help of the Microsoft Excel application. The research location was in Pujananting District, Barru Regency with 96 respondents from farmers and 9 respondents from marketing institutions. **Result**, Peanut farming in Pujananting District, Barru Regency is profitable with a value of 2,52. There are two marketing channel patterns, namely marketing channels (I) farmers – retailers – consumer. Meanwhile, marketing channel (II) farmers – collector traders – wholesalers – industry. The most efficient marketing channel is marketing channel I with an efficiency value of 1,64.

Keywords: Profitability, Marketing Channels, Marketing Efficiency, Peanuts

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
II. METODE PENELITIAN.....	7
2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	7
2.2 Metode Penelitian	7
2.2.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	7
2.2.2 Populasi dan Sampel.....	7
2.3 Metode Analisis Data.....	8
2.4 Batasan Operasional	10
III. HASIL DAN PEMBAHASAN	11
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	11
3.1.1 Letak Geografis	11
3.1.2 Keadaan Penduduk	11
3.2 Identitas Responden.....	12
3.2.1 Identitas Petani Responden	12

3.2.2 Identitas Responden Lembaga Pemasaran	14
3.3 Analisis Profitabilitas	16
3.3.1 Biaya Produksi.....	16
3.3.2 Penerimaan Usahatani	17
3.3.3 Pendapatan Usahatani	18
3.3.4 Profitabilitas Usahatani.....	18
3.4 Saluran Pemasaran	19
3.5 Efisiensi Pemasaran	21
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	22
4.1 Kesimpulan	22
4.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA.....	23
LAMPIRAN.....	25

DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
1. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Kacang Tanah Menurut Kecamatan di Kabupaten Barru, Tahun 2023.	2
2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru (2023).....	11
3. Identitas petani responden berdasarkan kelompok usia di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru (2024).....	12
4. Identitas petani responden berdasarkan tingkat pendidikan di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru (2024).....	13
5. Identitas petani responden berdasarkan pengalaman berusahatani di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru (2024)	13
6. Identitas petani responden berdasarkan luas lahan di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru (2024).....	14
7. Identitas responden pedagang pengecer, pedagang pengumpul, dan pedagang besar kacang tanah berdasarkan usia, pendidikan, dan pengalaman berdagang di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru (2024).	15
8. Rata-rata biaya produksi usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru tahun 2023	17
9. Rata-rata penerimaan usahatani kacang di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru tahun 2023	17
10. Rata-rata pendapatan usahatani kacang di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru satu kali musim tanam tahun 2023	18
11. Analisis R/C ratio usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru tahun 2023	18
12. Biaya pemasaran dan share margin pemasaran kacang tanah pada saluran pemasaran I.....	19
13. Biaya pemasaran dan share margin pemasaran kacang tanah pada saluran pemasaran II.....	21
14. Tingkat efisiensi saluran pemasaran kacang tanah	21

DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
1. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian.....	6
2. Pola Saluran Pemasaran I	19
3. Pola Saluran Pemasaran II	19

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Urut	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	26
2. Identitas Responden Petani Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru	32
3. Penerimaan Petani Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru	37
4. Biaya Tetap Usahatani Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru	42
5. Biaya Variabel Usahatani Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru	47
6. Total Biaya Produksi Usahatani Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru	52
7. Total Pendapatan Petani Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru	57
8. Identitas Responden Pedagang Kacang Tanah	61
9. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer.....	62
10. Keuntungan Pedagang Pengecer	62
11. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul.....	62
12. Keuntungan Pedagang Pengumpul	63
13. Analisis Biaya Pemasaran Pedagang Besar.....	63
14. Keuntungan Pedagang Besar	63
15. Surat Izin Meneliti	64
16. Dokumentasi Penelitian.....	66

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan mata pencarian utama bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Sektor pertanian meliputi berbagai subsektor seperti tanaman hortikultura, tanaman pangan, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan merupakan sektor penting dengan kontribusi yang mendukung perekonomian suatu daerah (Lida et al., 2019). Subsektor tanaman pangan merupakan salah satu subsektor yang berperan penting, karena menghasilkan bahan pangan untuk keberlangsungan hidup masyarakat, memenuhi gizi masyarakat, pembentukan sumber daya manusia yang berkualitas dan merupakan salah satu pilar utama dalam menopang ketahanan ekonomi nasional yang berkelanjutan. Tanaman pangan terdiri dari tanaman padi, palawija dan hortikultura (sayur dan buah). Salah satu komoditas palawija yang memiliki peranan penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani dan masyarakat adalah kacang tanah (Sinabariba et al., 2014).

Kacang tanah merupakan produk pertanian yang bernilai ekonomi tinggi dan merupakan sumber protein dalam pola makan masyarakat Indonesia. Kebutuhan kacang tanah dari tahun ke tahun terus meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan gizi masyarakat, diversifikasi pangan, serta meningkatnya kapasitas industri pakan dan makanan di Indonesia (Adawiyah et al., 2022). Sulawesi Selatan menjadi provinsi penghasil kacang tanah terbesar kedua di luar Jawa, setelah Nusa Tenggara Barat. Secara umum kacang tanah dibudidayakan oleh petani di Sulawesi Selatan secara monokultur pada lahan sawah setelah tanaman padi atau jagung (Kasim et al., 2022). Berdasarkan laporan kinerja direktorat jenderal tanaman pangan (2022), produksi kacang tanah di Sulawesi Selatan yaitu 17.691 ton (2018), 14.684 ton (2019), 18.451 ton (2020), 14.609 ton (2021), dan 13.012 ton (2022).

Salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang menjadi sentra produksi kacang tanah adalah Kabupaten Barru (Halim, 2018). Kacang tanah yang ada di Kabupaten Barru merupakan kacang tanah terbaik di Sulawesi Selatan dan unggul di Indonesia. Keunggulan yang dimiliki kacang tanah di Kabupaten Barru yaitu rasanya yang gurih dan lezat, daya simpan original yang tahan lama yaitu dalam waktu 3 bulan jika dibandingkan dengan kacang tanah yang dari kabupaten lain yang hanya bertahan 1-2 bulan (Parepos, 2022). Adapun data terkait luas panen, jumlah produksi dan produktivitas tanaman kacang tanah berdasarkan kecamatan yang ada di Kabupaten Barru dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Kacang Tanah Menurut Kecamatan di Kabupaten Barru, Tahun 2023.

No.	Kecamatan	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)
1.	Tanete Riaja	485	739,09	15,24
2.	Pujananting	1.194	1.898,81	15,90
3.	Tanete Rilau	-	-	-
4.	Barru	217	366,40	16,88
5.	Soppeng Riaja	77	117,86	15,31
6.	Balusu	8	12,51	15,64
7.	Mallusetasi	436	710,64	16,30
Total		2.417	3.845,31	15,91

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Barru (2024)

Berdasarkan Tabel 1, diantara 7 Kecamatan di Kabupaten Barru, Kecamatan Pujananting memiliki luas lahan sebesar 1.194 ha dan jumlah produksi sebesar 1.898,81 ton. Masyarakat yang ada di Kecamatan Pujananting telah melakukan kegiatan usahatani kacang tanah sejak lama, dengan frekuensi tanam sampai 2 kali dalam setahun.

Produksi kacang tanah yang maksimal dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka. Namun, pendapatan dari usaha tani kacang tanah tidak hanya ditentukan oleh tingkat produksinya, tetapi juga oleh bagaimana hasil pertanian tersebut dipasarkan hingga mencapai konsumen (Mila et al., 2022). Pemasaran adalah aspek krusial dalam mengelola usaha pertanian, karena aktivitas ini merupakan tindakan ekonomi yang mempengaruhi tingkat pendapatan para petani. Pemasaran kacang tanah adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk mengalirkan barang dan jasa dari pusat produksi ke pusat konsumsi (Kai et al., 2016). Pemasaran kacang tanah di Kecamatan Pujananting di jual ke PT. Cahaya Anugrah Sentosa yang berada di Kawasan Industri Makasaar (KIMA). PT. Cahaya Anugrah Sentosa kemudian akan mengolah kacang tanah menjadi kacang telur, kacang rempah, kacang gula, dan kacang asin. Adapun minyak bekas penggorengan kacang akan diekspor ke belanda untuk biodiesel.

Meskipun usahatani kacang tanah sudah sejak lama dilakukan oleh petani di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru, akan tetapi masih terdapat permasalahan yang sering mereka hadapi yakni harga beli kacang tanah yang berfluktuasi setiap tahunnya. Harga jual kacang tanah yang rendah pada saat panen raya sehingga petani tidak mendapatkan harga jual yang menguntungkan. Minimnya harga jual menyebabkan nilai produk yang diterima petani menjadi rendah dan margin pemasaran kacang tanah yang diterima oleh petani juga rendah.

Beberapa penelitian terkait topik profitabilitas usahatani dan pemasarannya yaitu, (1) Rosyadi & Purnomo (2014) dengan judul "Profitabilitas dan Efisiensi Usahatani Bawang Merah" menyatakan bahwa usahatani bawang merah yang dilakukan di Kabupaten Brebes tidak memberikan keuntungan yang signifikan

(*unprofitable*) terhadap ekonomi rumah tangga petani. Adapun jaringan pemasaran bawang merah relative lama yaitu petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – supermarket. (2) Radiawan (2016) dengan judul “Analisis Pola Pemasaran dan Profitabilitas Ikan Lele (*Clarias Sp*) di Kota Baturaja Kabupaten Ogan Komering Ulu” mengatakan bahwa usaha ikan lele menguntungkan dengan nilai B/C sebesar 3,72 dan terdapat 2 jenis saluran pemasaran yaitu I) petani – pengecer – konsumen akhir, saluran II) petani – pedagang pengumpul – pengecer – konsumen akhir. Nilai margin pemasaran tertinggi diperoleh pengecer pada saluran pemasaran II. (3) Yadiansyah et al. (2020) dengan judul “Studi Profitabilitas Usaha dan Pemasaran Wortel di Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur” mengatakan bahwa usahatani wortel dikatakan menguntungkan atau profit karena mampu membayar bunga bank yang berlaku atas penggunaan modal yang digunakan, terdapat 2 saluran pemasaran yaitu I) petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengecer – konsumen akhir, II) petani – pedagang pengecer – konsumen akhir. (4) Azis Saputra (2021) dengan judul “Analisis Profitabilitas dan Saluran Pemasaran Pepaya California (*Carica papaya L.*) di Desa Pulau Tagor, Kecamatan Serbajadi, Kabupaten Serdang Bedagai” menyatakan bahwa usahatani pepaya California profitable dan layak untuk dilanjutkan. Saluran pemasaran yang digunakan adalah saluran pemasaran dua tingkat yaitu petani – pedagang pengumpul – pengecer – konsumen dengan efisiensi pemasaran sebesar 10,70%. (5) Suryadi (2023) dengan judul “Studi Profitabilitas Usahatani dan Pemasaran Tomat di Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur” menyatakan bahwa usahatani tomat di Kecamatan Sembalun mampu untuk membayar bunga bank yang berlaku atas penggunaan modal yang digunakan, sehingga usahatani tomat tersebut layak untuk diusahakan (*profitable*). Terdapat 3 saluran pemasaran tomat yang semuanya termasuk dalam kategori efisien dikarenakan share harga yang diterima petani >60% yaitu I) petani langsung ke konsumen akhir dengan volume penjualan sebesar 2%, II) petani ke pedagang pengecer kemudian konsumen akhir dengan volume penjualan sebesar 51%, III) petani ke pedagang pengumpul kemudian ke pedagang besar selanjutnya ke pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen dengan volume penjualan sebesar 47%. Dari ke lima penelitian terdahulu terkait analisis profitabilitas dan pemasaran, hanya terdapat satu hasil penelitian yang menyatakan tidak menguntungkan terhadap ekonomi rumah tangga petani disertai dengan saluran pemasaran yang relatif lama. Selain itu, terjadi perbedaan keuntungan yang dilihat dari jalur pemasaran yang digunakan.

Meskipun sudah banyak penelitian terdahulu yang membahas terkait analisis profitabilitas dan pemasaran, namun dari beberapa penelitian tersebut belum ada yang terfokus meneliti terkait analisis profitabilitas usahatani dan pemasaran kacang tanah terkhususnya di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru yang dimana komoditas kacang tanah di daerah tersebut menjadi komoditas dengan keunggulan terbaik di Sulawesi Selatan. Akan tetapi meskipun telah menjadi komoditas unggulan, petani masih sering menghadapi permasalahan seperti harga kacang tanah yang berfluktuasi sehingga pada saat harga jual rendah

menyebabkan nilai produk yang diterima petani menjadi rendah serta margin pemasaran kacang tanah yang diterima oleh petani juga rendah. Disamping itu, adanya perusahaan yang melakukan permintaan kacang tanah dalam jumlah yang banyak tiap tahunnya juga menjadikan peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Profitabilitas Usahatani dan Saluran Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Kabupaten Barru menjadi salah satu wilayah sentra produksi kacang tanah di Sulawesi Selatan yang sebagian besar warganya menjadikan komoditi kacang tanah sebagai potensi utama penghasilan selain dari tanaman jagung dan padi. Salah satu wilayah dengan jumlah produksi kacang terbesar di Kabupaten Barru ialah Kecamatan Pujananting. Usahatani kacang tanah sudah sejak lama dilakukan oleh masyarakat yang berada di Kecamatan Pujananting. Biasanya petani yang berada di daerah tersebut melakukan penanaman sampai 2 kali dalam setahun.

Akan tetapi meskipun usahatani kacang tanah sudah sejak lama dilakukan oleh petani di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru, petani masih sering menghadapi permasalahan terkait harga beli kacang tanah yang berfluktuasi. Minimnya harga jual menyebabkan nilai produk yang diterima petani menjadi rendah dan margin pemasaran kacang tanah yang diterima oleh petani juga rendah. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Berapakah tingkat profitabilitas usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru?
2. Bagaimana saluran pemasaran kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru?
3. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat profitabilitas usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru.
2. Untuk menganalisis saluran pemasaran kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru.
3. Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran usahatani kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai acuan bagi petani dalam memperoleh informasi guna mengembangkan usahatani dan pemasaran kacang tanah.

2. Sebagai bahan pemikiran bagi pemerintah atau instansi terkait dalam membuat kebijakan mengenai usahatani dan pemasaran kacang tanah.
3. Sebagai bahan informasi dan pengetahuan, serta sebagai acuan referensi untuk penelitian selanjutnya.

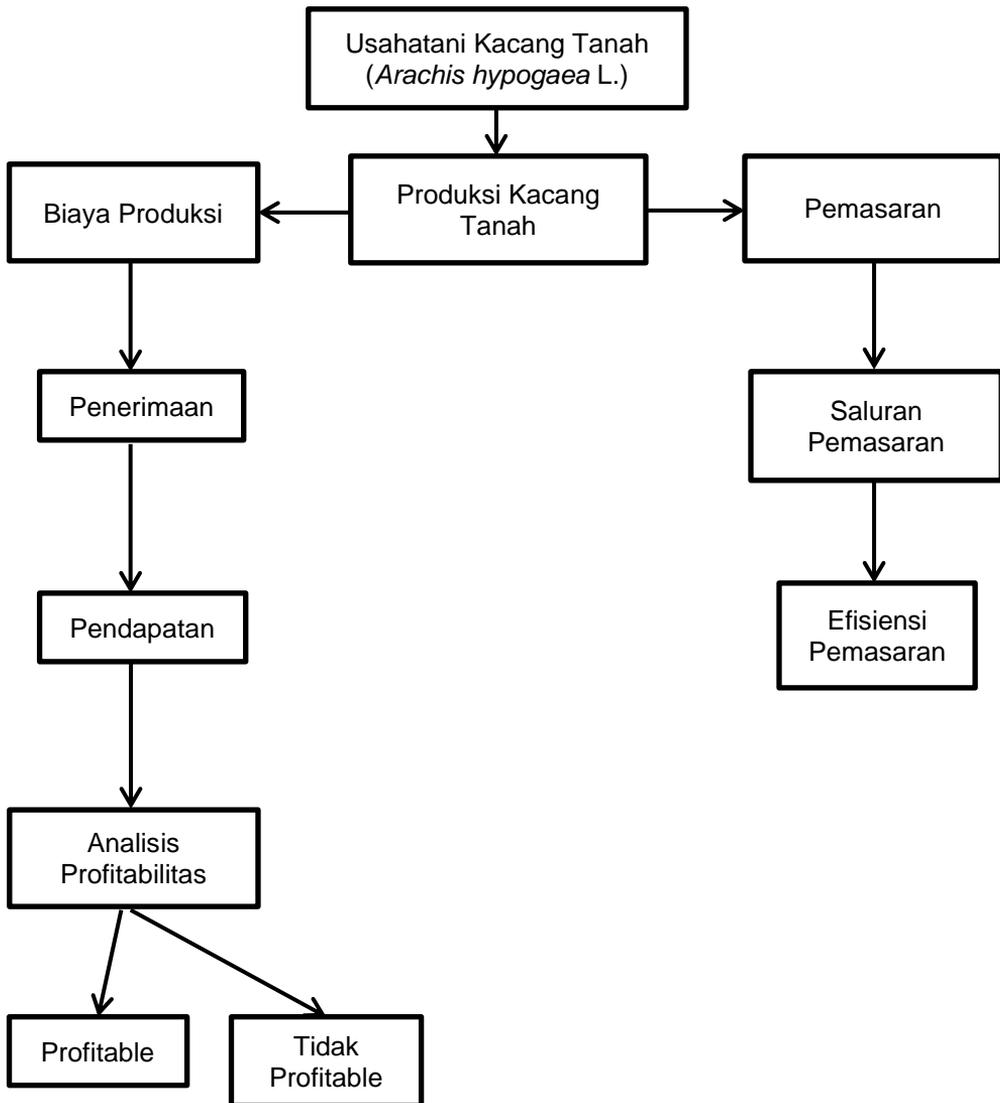
1.5 Kerangka Pemikiran

Pengelolaan usahatani adalah kegiatan petani dalam menentukan, mengkoordinasikan dengan sebaik-baiknya faktor-faktor produksi yang dimilikinya dan mampu menghasilkan output sesuai yang diharapkan. Namun yang menjadi acuan dalam usahatani adalah kemampuan suatu usahatani dalam memberikan profit dalam jangka waktu yang panjang. Tingkat profitabilitas suatu usahatani dapat diukur dari seberapa efisiennya usahatani tersebut melalui perhitungan R/C ratio yaitu perbandingan antara penerimaan (*revenue*) yang diterima petani dengan total biaya (*cost*) yang dikeluarkan petani. Dari hasil perhitungan R/C ratio ini akan diketahui apakah usahatani tersebut profitable atau tidak profitable.

Pemasaran pertanian merupakan kegiatan menyalurkan barang pertanian dari produsen hingga ke konsumen melalui jalur pemasaran atau saluran pemasaran yang berbeda panjang pendeknya. Saluran pemasaran kacang tanah di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru melalui petani sebagai produsen dan diteruskan kepada pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga sampai kepada konsumen dalam hal ini perusahaan yang akan mengolah kacang tanah tersebut.

Efisiensi pemasaran melibatkan berbagai pihak dalam aktivitas pemasaran, termasuk produsen, lembaga pemasaran, dan konsumen. Mekanisme pemasaran dianggap efisien jika manfaat dari komoditas tersebut dapat dirasakan oleh semua kegiatan agribisnis.

Berdasarkan uraian diatas, maka skema kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Penelitian

BAB II. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan menjadi salah satu kabupaten penghasil kacang tanah di Sulawesi Selatan yang sebagian besar warganya menjadikan komoditi kacang tanah sebagai potensi utama penghasilan selain dari tanaman jagung dan padi. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2024.

2.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei kepada petani kacang tanah dan pelaku pemasaran di Kecamatan Pujananting, Kabupaten Barru. Menurut Siyoto & Sodik (2015), metode survei adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

2.2.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif berupa data primer dan data sekunder. Menurut Siyoto & Sodik (2015) data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer diperoleh dari responden baik itu petani ataupun lembaga pemasaran dengan cara wawancara langsung dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (kuesioner). Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah tersedia dan diperoleh dari instansi terkait dengan penelitian, literatur dan hasil-hasil penelitian yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti (Oktafiani, 2021). Dalam penelitian ini, menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui literatur yang telah ada seperti buku, laporan, jurnal, dan lain-lain. Selain itu data sekunder yang digunakan juga diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Barru dan Dinas Pertanian Kabupaten Barru yang berkaitan dengan keadaan umum lokasi penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner).

2.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari obyek penelitian. Menurut Siyoto & Sodik (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh petani yang membudidayakan kacang tanah dan lembaga pemasaran di Kecamatan Pujananting. Dikarenakan jumlah populasi petani tidak diketahui, sehingga dalam penentuan jumlah sampel petani dicari dengan rumus Cochran (Ruswandi & Suciati, 2023). Adapun rumus Cochran yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10% = 0,1 dari tingkat kepercayaan 90%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel pada penelitian ini sebagai berikut.

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 96 petani. Menurut Siyoto & Sodik (2015) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Dalam penelitian ini, penentuan sampel petani responden menggunakan metode *simple random sampling* yang dimana tiap anggota populasi diberikan kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel (Arieska & Herdiani, 2018). Sedangkan untuk lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran diperoleh dari informasi petani yang menjadi sampel yang kemudian disebut dengan *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara bergulir melalui satu responden untuk memperoleh responden berikutnya (Lenaini, 2021).

2.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah :

1. Untuk mengetahui profitabilitas usahatani kacang tanah di daerah penelitian menggunakan beberapa perhitungan sebagai berikut.
 - a) Biaya Produksi

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Total cost (biaya total)

FC = Fixed cost (biaya tetap)

VC = Variable cost (biaya variabel)

b) Penerimaan

$$TR = P_y \cdot Q$$

Dimana :

TR = Penerimaan usahatani (Rp)

P_y = Harga produk (Rp/Kg)

Q = Jumlah produksi (Kg)

c) Pendapatan

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :

Pd = Pendapatan usahatani (Rp)

TR = Penerimaan usahatani (Rp)

TC = Total biaya usahatani (Rp)

d) R/C Ratio

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

Dimana :

R/C ratio = Perbandingan antara penerimaan dan biaya

TR = Total *revenue*/total penerimaan (Rp)

TC = Total *cost*/total biaya (Rp)

Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut:

R/C Ratio > 1, berarti usahatani mendapatkan keuntungan dan layak untuk diusahakan

R/C Ratio = 1, berarti usahatani berada pada titik impas (tidak untung dan tidak rugi)

R/C Ratio < 1, berarti usahatani mengalami kerugian dan tidak layak untuk diusahakan.

2. Untuk mengetahui saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Pujananting Kabupaten Barru menggunakan metode analisis deskriptif.
3. Untuk mengetahui besarnya efisiensi pemasaran digunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Dimana :

EP = Efisiensi pemasaran

Adapun kriteria keputusan pada efisiensi pemasaran menurut Amin (2016) adalah:

0 – 33% = Efisien

34 – 67% = Kurang efisien

68 -100% = Tidak efisien

2.4 Batasan Operasional

1. Petani kacang tanah adalah orang yang membudidayakan kacang tanah.
2. Masa tanam adalah satu kali masa tanam kacang tanah yaitu pada bulan Mei-Agustus 2023.
3. Produksi kacang tanah adalah hasil panen dari usahatani kacang tanah yang bernilai ekonomis dan dinyatakan dalam satuan Kg.
4. Harga jual produksi kacang tanah adalah harga kacang tanah yang berlaku di tingkat petani dan dinyatakan dalam satuan Rp/Kg.
5. Penerimaan usahatani kacang tanah adalah jumlah hasil produksi kacang tanah dalam satu musim tanam dikalikan dengan harga jual yang dinyatakan dalam satuan Rp.
6. Biaya produksi usahatani kacang tanah adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk usahatani kacang tanah selama satu musim tanam mencakup biaya tetap dan biaya variabel.
7. Pendapatan usahatani kacang tanah adalah selisih antara penerimaan yang diperoleh dalam satu musim tanam dengan total biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam satu musim tanam yang dinyatakan dalam satuan Rp.
8. R/C ratio yaitu perbandingan antara penerimaan dengan total biaya usahatani.
9. Pemasaran kacang tanah adalah proses kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa barang dari produsen ke konsumen.
10. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen.
11. Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang harus dikeluarkan dalam proses pemasaran.
12. Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani yang dinyatakan dalam satuan Kg.
13. Efisiensi pemasaran adalah suatu indikator untuk mengetahui kinerja dalam pemasaran.
14. Profit adalah selisih antara pendapatan atau penerimaan yang diperoleh dari penjualan dengan biaya yang dikeluarkan.
15. Profitabilitas adalah ukuran atau indikator yang menunjukkan kemampuan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dari kegiatan produksinya.