

## **KAJIAN PENDAPATAN DAN PEMASARAN NANAS DI KELURAHAN MUNDAM KECAMATAN MEDANG KAMPAI KOTA DUMAI**

**Evy Maharani<sup>1</sup>, Thia Asdani<sup>1</sup>, Susy Edwina<sup>1</sup>, Sispa Pebrian<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau  
Evy.maharani@lecturer.unri.ac.id

### **ABSTRAK**

Nanas merupakan komoditi hortikultura yang memiliki nilai ekonomis dan berkembang di Provinsi Riau. Kota Dumai merupakan daerah potensial dalam pengembangan usahatani Nanas, terutama di Kelurahan Mundam Kecamatan Medang Kampai. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pendapatan dan pemasaran nanas di Kelurahan Mundam Kecamatan Medang Kampai Kota Dumai. Kegiatan penelitian dilaksanakan disentra produksi Nanas, dengan sampel sebanyak 35 petani serta 3 pedagang pengumpul, 9 pedagang pengecer dan 1 pedagang besar. Hasil penelitian menunjukkan usahatani nanas menguntungkan dengan RCR 3. Rata-rata luas lahan usahatani nanas 2,11 hektar. Produksi nanas yang dihasilkan petani rata-rata 14.198 buah perhektar pertahun dengan harga jual perbuah Rp.1.368 dan pendapatan bersih Rp.27.338.093,00 perhektar pertahun. Kegiatan pemasaran nanas di Kelurahan Mundam sampai ke konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Ada tiga saluran pemasaran nanas, saluran satu langsung dari petani ke konsumen akhir. Saluran dua dari petani ke pedagang pengecer dan dijual ke konsumen akhir. Saluran tiga dari petani ke pedagang pengumpul dan dijual ke pedagang besar kemudian ke pedagang pengecer dan konsumen akhir. Saluran pemasaran satu adalah saluran yang paling efisien dari ketiga saluran pemasaran nanas yang ada di Kelurahan Mundam.

Kata kunci : nanas, pendapatan, usahatani, pemasaran

### **PENDAHULUAN**

Pengembangan hortikultura di Indonesia pada umumnya masih dalam skala perkebunan rakyat yang tumbuh dan dipelihara secara alami dan tradisional, sedangkan jenis komoditas hortikultura yang diusahakan masih terbatas. Salah satu komoditas hortikultura yang cukup besar peranannya dalam mendorong perekonomian rakyat di Propvinsi Riau yaitu nanas. Provinsi Riau menjadi salah satu sentra produksi nanas khususnya Kota Dumai. Produksi nanas yang ada di Kota Dumai pada tahun 2021 mencapai 450.945 kuintal, dimana terjadi penurunan dari tahun 2020 yaitu 546.148 kuintal (BPS Kota Dumai, 2022). Sebagai sentra produksi nanas terbesar di Provinsi Riau, menjadikan nanas sebagai produk unggulan Kota Dumai. Salah satu sentra produksi nanas terbesar di Kota Dumai adalah kecamatan Medang Kampai dengan kontribusi produksi nanas di Kota Dumai pada tahun 2021 mencapai 420.000 kuintal (93,13%) (BPS Kota Dumai 2022). Kelurahan Mundam merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Medang Kampai yang memiliki luas lahan dan produksi nanas paling banyak jika dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Kelurahan ini merupakan kelurahan yang paling banyak membudidayakan tanaman nanas jika dibandingkan dengan kelurahan lainnya.

Usahatani nanas sebagai usaha yang berdampak positif dalam peningkatan pendapatan masyarakat mempunyai prospek untuk dikembangkan terutama berkaitan dengan usaha masyarakat di Kelurahan Mundam. Usahatani nanas di Kelurahan Mundam lebih kurang 21 tahun terakhir mulai berkembang dan mengalami peningkatan baik dari segi produksi, luas lahan, maupun jumlah pohonnya sehingga mampu untuk memenuhi permintaan pasar. Pemasaran nanas di Kelurahan Mundam melalui beberapa lembaga pemasaran hingga sampai ke konsumen akhir. Oleh karena itu perlu diketahui bagaimana kegiatan usahatani dan pemasaran nanas yang ada di Kelurahan Mundam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pendapatan dan pemasaran nanas di Kelurahan Mundam Kecamatan Medang Kampai Kota Dumai.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Mundam, Kecamatan Medang Kampai Kota Dumai. Penentuan lokasi dengan pertimbangan daerah tersebut memiliki potensi dalam pengembangan komoditi nanas dengan produksi tertinggi di Kota Dumai. Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan sampai Bulan Mei tahun 2021.

### Penentuan Responden

Metode yang digunakan adalah survei. Pengambilan sampel berasal dari petani yang tergabung dalam 7 kelompok tani yang berjumlah 140 orang. Sampel diambil 25% dari populasi, sesuai dengan pendapat (Arikunto, 2010) sehingga jumlah sampel yang diambil sebanyak 35 petani. Pengambilan sampel pedagang dengan metode snowball sampling, mengikuti saluran pemasaran, mulai dari petani ke pedagang pengumpul 3 orang, pedagang besar 1 orang, pedagang pengecer 9 orang, hingga sampai ke konsumen.

Analisis data untuk menghitung pendapatan usahatani nanas dilakukan dengan cara sebagai berikut.

#### 1. Analisis Biaya Produksi

Menghitung biaya total dengan menjumlahkan biaya tetap (FC) dengan biaya variabel (VC) dengan rumus (Suratijah, 2015).

$$TC = TFC + TVC$$

#### Keterangan

TC : Biaya Total (Rp/Ha/tahun)  
TFC : Total Biaya Tetap (Rp/Ha/tahun)  
TVC : Total Biaya Variabel (Rp/Ha/tahun)

#### 2. Penerimaan

Penerimaan total adalah perkalian jumlah produksi (Y) dengan harga jual (Py), dengan rumus sebagai berikut (Suratijah, 2015).

$$TR = Py \times Y$$

#### Keterangan

TR : Total Penerimaan (Rp/Ha/tahun)  
Py : Harga Produk (Rp/Ha/tahun)  
Y : Jumlah Produk (gandeng/Ha/tahun)

#### 3. Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara penerimaan (TR) dan biaya total (TC) dan dinyatakan dengan rumus (Suratijah, 2015).

$$\pi = TR - TC$$

#### Keterangan

$\pi$  : Pendapatan (Rp/Ha/tahun)  
TR : Total Penerimaan (Rp/Ha/tahun)  
TC : Biaya Total (Rp/Ha/tahun)

#### 4. Efisiensi Usahatani

Efisiensi Usahatani adalah perbandingan antara penerimaan dan biaya (Suratijah, 2015).

$$RCR = TR/TC$$

#### Keterangan

RCR : Perbandingan antara penerimaan dan biaya  
TR : Total Penerimaan (Rp/Ha/tahun)  
TC : Biaya Total (Rp/Ha/tahun)

Ada tiga kriteria dalam perhitungan ini, yaitu :

1. Jika  $R/C < 1$ , maka usahatani yang dilakukan belum menguntungkan.
2. Jika  $R/C > 1$ , maka usahatani yang dilakukan menguntungkan.
3. Jika  $R/C = 1$ , maka usahatani berada pada Break Event Poin

Analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut.

1. Margin Pemasaran dihitung menggunakan rumus (Sudiyono, 2004).

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan

MP= Margin Pemasaran (Rp)

Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp)

2. Farmer's Share

Farmer's share merupakan perbandingan harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. Merupakan porsi dari nilai yang dibayar konsumen akhir yang diterima oleh petani dalam bentuk persen sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012).

$$Fs = Pf/Pr \times 100\%$$

Keterangan

Fs = Farmer's share (%)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/gandeng)

Pr = Harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Rp/gandeng)

\* catatan: gandeng = 2 buah nanas diikat menggunakan tali

3. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran terhadap total nilai produk (harga beli pada konsumen). Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Roesmawati, 2011).

$$Ep = \frac{\text{Biaya pemasaran (Rp/gandeng)}}{\text{Harga produk yang dipasarkan (Rp/gandeng)}} \times 100\%$$

Kriteria

1. 0 – 33% = efisien
2. 34 – 67% = kurang efisien
3. 68 – 100% = tidak efisien

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Usahatani Nanas

Usahatani nanas dilakukan petani di Kelurahan Mundam dengan luas lahan rata-rata 2,1 hektar dengan kisaran 1-5 hektar. Petani melakukan usahatani nanas rata-rata lebih dari 10 tahun. Pengalaman petani yang sudah cukup lama ini menunjukkan kemampuannya mengelola usahatani dengan baik sehingga bisa meningkatkan produksi nanas yang diperoleh. Dalam melakukan kegiatan usahatani nanas memerlukan modal untuk menyediakan sarana produksi yang dibutuhkan seperti bibit, pupuk, peralatan dan lainnya. Biaya produksi yang dikeluarkan petani untuk usahatani nanas di Kelurahan Mundam terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Adapun biaya tetap yang dikeluarkan petani terdiri dari biaya sewa lahan, penyusutan peralatan dan tenaga kerja dalam keluarga sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya bibit, pupuk, pestisida, zat perangsang pembungaan dan penggunaan tenaga kerja luar keluarga.

Tabel 1 menunjukkan rata-rata biaya produksi yang dikeluarkan petani pada kegiatan usahatani nanas sebesar Rp 13.763.111 dengan biaya tetap Rp.7.381.449,00/Ha/tahun (53,63%) dan biaya variabel Rp 6.381.662. Biaya variabel yang paling besar dikeluarkan untuk bibit sebesar Rp 4.021.959 (29,20%) dan terkecil untuk pestisida Rp 351,730 (2,60%) sedangkan biaya tetap yang dikeluarkan terbesar adalah tenaga kerja dalam keluarga Rp 5.208.243 (37,84%). Tinggi rendahnya biaya produksi yang dikeluarkan petani nanas tergantung dari penggunaan sarana produksi. Semakin besar biaya penggunaan sarana produksi yang dikeluarkan oleh petani nanas maka akan semakin besar biaya produksinya.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Produksi Usahatani Nanas di Kelurahan Mundam

No	Uraian	Total (Rp/Ha/tahun)	Persentase (%)
1	Biaya Variabel	6.381.662	46,37
	Bibit	4.021.959	29,20
	Pupuk (kg)	785.068	5,70
	Pestisida (ml)	351.730	2,60
	Zat perangsang bunga (botol)	390.203	2,80
	Tenaga kerja dalam keluarga	832.703	6,10
2	Biaya Tetap	7.381.449	53,63
	Sewa Lahan (Ha)	2.000.000	14,53
	Penyusutan Alat	173.206	1,26
	Tenaga kerja luar keluarga	5.208.243	37,84
	Jumlah	13.763.111	100,00

Kegiatan usahatani merupakan kegiatan yang dilakukan petani nanas untuk meningkatkan produksi agar pendapatan yang diperoleh juga tinggi. Jumlah produksi yang dihasilkan pada suatu usahatani ditentukan oleh luas lahan usahatani nanas, jumlah pemakaian faktor produksi, kegiatan pemeliharaan dan teknologi produksi. Pemanenan produksi nanas di Kelurahan Mundam dilakukan secara bertahap, rata-rata petani melakukan pemanenan empat kali dalam satu bulan/ha. Petani nanas membagi lahannya untuk dapat berproduksi setiap minggunya dengan cara memberikan zat perangsang bunga dengan nama Pil Anna yang berfungsi untuk proses pemasakan atau pematangan buah. Rata-rata produksi, penjualan, dan pendapatan usahatani nanas petani pertahun dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

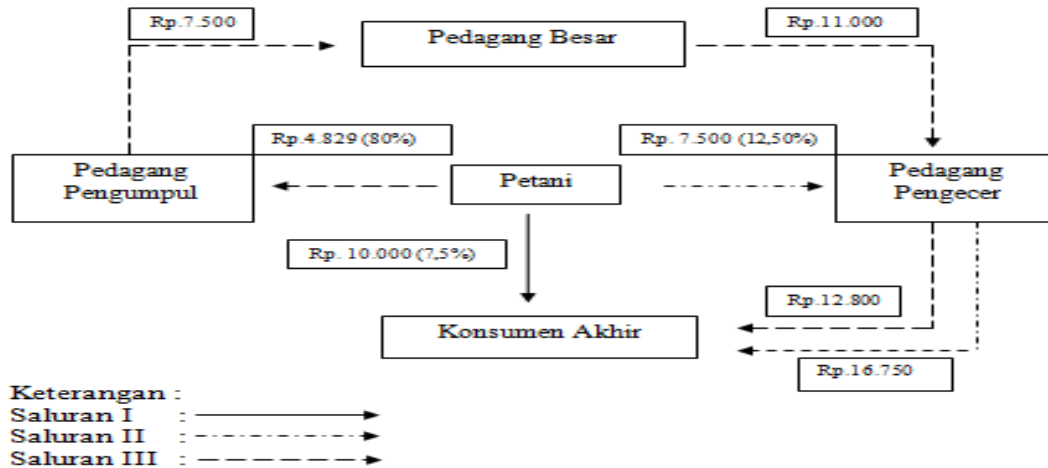
Tabel 2. Rata-rata Produksi dan Pendapatan usahatani nanas di Kelurahan Mundam

No	Uraian	Total (Rp/ha/tahun)
1.	Produksi Nanas (Buah)	14.198
2.	Harga Jual Nanas per Buah (Rp)	1.368
3.	Pendapatan Kotor (Rp)	41.101.205
4.	Biaya Produksi (Rp)	13.763.111
5.	Pendapatan Bersih (Rp)	27.338.093
6.	Efisiensi	3

Tabel 2 menunjukkan rata-rata produksi nanas dalam satu tahun sebanyak 14.198 buah/ha/tahun dengan harga jual nanas rata-rata perbuah sebesar Rp.1.368/buah dan biaya produksi Rp 13.763.111 maka pendapatan bersih yang petani dapatkan sebesar Rp.27.338.093. Produksi nanas pada musim kemarau dan musim hujan akan berbeda. Pada musim hujan pohon nanas dapat tumbuh lebih maksimal. Musim hujan terjadi bulan September - Februari dan musim kemarau bulan Maret - Agustus. Nilai R/C Ratio usahatani nanas di Kelurahan Mundam sebesar 3. Rata-rata nilai R/C Ratio tersebut menunjukkan bahwa usahatani nanas lebih dari 1 artinya setiap pengeluaran sebesar Rp.100 akan memberikan keuntungan sebesar Rp.3. Berdasarkan nilai R/C Ratio tersebut dapat disimpulkan bahwa usahatani nanas di Kelurahan Mundam tetap layak dan jika dibandingkan dengan pendapatan usahatani pada penelitian yang serupa yaitu pada Desa Kualu Nanas dengan R/C Ratio sebesar 2,5 dan rata-rata pendapatan bersih yang didapatkan sebesar Rp.46.817.707/ha/tahun dengan produksi nanas sebanyak 34.486 buah nanas/ha/tahun dengan harga jual rata-rata Rp.2.205/buah (Kurniawan, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa usahatani nanas di Kelurahan Mundam efisien dan layak namun pendapatan yang diterima oleh petani di Kelurahan Mundam tidak sebesar petani di Desa Kualu Nanas, hal ini disebabkan terjadinya perbedaan produksi dan harga antara Desa Kualu Nenas dan Kelurahan Mundam. Selain itu disebabkan penggunaan faktor produksi yang masih belum mengikuti sesuai dengan anjuran untuk daerah tersebut. Hal ini menyebabkan rendahnya produksi karena kurang optimalnya dalam penggunaan faktor produksi pada usahatani nanas di Kelurahan Mundam.

## 2. Saluran Pemasaran Nanas

Proses pemasaran nanas di Kelurahan Mundam sampai ke konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang besar. Adapun saluran pemasaran yang terdapat di Kelurahan Mundam disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Nanas di Kelurahan Mundam

Gambar 1 menunjukkan bahwa saluran satu merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana. Pada saluran pemasaran satu, petani langsung menjual hasil produksinya kepada konsumen akhir tanpa menggunakan perantara atau lembaga-lembaga pemasaran. Sebelum panen raya terjadi atau banjir buah nanas petani hanya menjual produksinya kepada konsumen akhir dengan harga rata-rata sebesar Rp.10.000/gandeng dan petani dapat menjual nanas rata-rata sebanyak 233 gandeng/minggu. Pada saat panen raya terjadi biasanya petani menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul dan ada pula yang menjual kepada pedagang pengecer, hal ini disebabkan untuk menghindari terjadinya resiko kerusakan buah nanas apabila petani sendiri yang langsung menjual kekonsumen akhir karena hasil panen buah nanas yang banyak akan membutuhkan waktu yang lama untuk memasarkannya langsung kekonsumen akhir. Sebagian besar petani nanas menjual hasil produksi kepada pedagang pengumpul. Petani cenderung lebih memilih memasarkan hasil produksi nanas ke pedagang pengumpul karena tidak memikirkan biaya pemasaran dan kerusakan buah, karena pedagang pengumpul langsung mengambil buah nanas ke kebun dan produksi yang diperoleh petani langsung habis terjual (Pauza, 2022).

Saluran pemasaran dua pedagang pengecer membeli nanas langsung kepada petani, yang kemudian pedagang pengecer memasarkan ke konsumen akhir dengan menjualnya dipasar tradisional sekitaran Kelurahan Mundam. Rata-rata nanas yang dibeli oleh pedagang pengecer dari petani sebanyak 125 gandeng/minggu dari petani nanas yang sudah menjalin kerja sama dengan pedagang pengecer. Pedagang pengecer membeli nanas dari petani dengan harga rata-rata Rp.7.600/gandeng dan kemudian menjual kepada konsumen akhir dengan rata-rata harga Rp.12.800/gandeng.

Saluran pemasaran tiga terdapat tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul yang membeli hasil panen petani langsung menjemput ke lahan produksi petani dan ada juga petani yang langsung datang ketempat pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul membeli hasil panen buah nanas petani dengan rata-rata harga Rp.5.333/gandeng. Penetapan harga dilakukan pada saat transaksi yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul yang disesuaikan dengan kualitas dari hasil panen buah nanas petani. Pedagang pengumpul mampu menampung jumlah hasil produksi petani dengan rata-rata pembelian 1.267 gandeng/minggunya. Pedagang pengumpul menjual buah nanas kepada pedagang besar dengan rata-rata harga Rp.7.500/gandeng nanas yang dijual rata-rata sebanyak 3.800 gandeng/minggu. Pedagang besar menjual buah nanas ke pedagang pengecer yang berada di Kota Batam dengan rata-rata harga

jual Rp.11.000/gandeng. Pedagang pengecer membeli nanas kepada pedagang besar rata-rata sebanyak 263 gandeng/minggu dan kemudian pedagang pengecer menjual buah nanas ke konsumen dengan rata-rata harga jual Rp.16.750,00/gandeng.

Tabel 3. Share margin pada saluran pemasaran nanas di Kelurahan Mundam

Saluran pemasaran	Harga ditingkat petani (Rp/gandeng)	Harga di tingkat Konsumen Akhir (Rp/gandeng)	Share Margin (%)
I	10.000	10.000	100,00
II	7.600	12.800	59,37
III	5.333	16.750	31,83

Tabel 3 menunjukkan nilai share margin yang tertinggi terdapat pada saluran satu sebesar 100%. Nilai share margin yang tinggi ini dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat lebih sedikit dibandingkan dengan saluran yang lainnya. Nilai share margin terendah terdapat pada saluran tiga. Rendahnya nilai share margin disebabkan harga yang ditawarkan pedagang pengumpul ke petani sangat kecil, sehingga beberapa lembaga pemasaran yang lain dapat mengambil keuntungan yang besar hal ini juga disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran karena banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian nanas hingga ke konsumen akhir.

Tabel 4. Rasio keuntungan atas biaya pemasaran nanas di Kelurahan Mundam

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran		
	I	II	III
<b>Petani</b>			
$\pi$	9.944		
C	78		
$\pi/c$	127,4		
<b>Pedagang Pengumpul</b>			
$\pi$			1.488
C			679
$\pi/c$			2,19
<b>Pedagang Besar</b>			
$\pi$			1.034
C			2.466
$\pi/c$			0,41
<b>Pedagang Pengecer</b>			
$\pi$		3.245	4.412
C		1.954	1.436
$\pi/c$		1,66	3,07
<b>Total</b>			
$\pi$	9.944	3.245	6.934
C	78	1.954	4.581
$\pi/c$	127,40	1,66	1,51

Tabel 4 menunjukan nilai rasio keuntungan atas biaya terbesar terdapat pada saluran satu yaitu sebesar 127,40%. Pada saluran satu, tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat hanya petani yang langsung menjual kepada konsumen akhir. Besarnya nilai rasio tersebut karena biaya yang dikeluarkan oleh petani hanya biaya pengemasan saja.

#### Efisiensi Pemasaran Nanas

Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan membandingkan antara total biaya pemasaran terhadap total nilai produk (harga beli pada konsumen akhir). Tabel 5 menunjukkan bahwa saluran pemasaran satu jika dilihat

secara ekonomis adalah yang paling efisien karena nilai margin dan efisiensi pada saluran tersebut bernilai paling kecil dan jika dilihat secara teknis berkaitan dengan faktor jarak yang ditempuh saluran satu juga merupakan yang paling efisien dimana biaya pemasaran nanas kecil dan langsung ke konsumen akhir.

Tabel 5. Efisiensi pemasaran nanas

Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (EP) (%)
Saluran Pemasaran I	0,78
Saluran Pemasaran II	15,26
Saluran Pemasaran III	53,05

#### KESIMPULAN

Usahatani Nanas di Kelurahan Mundam layak diusahakan karena nilai R/C Ratio besar dari 1 dengan pendapatan bersih petani sebesar Rp.27.338.093,00/ha/tahun. Saluran pemasaran nanas di Kelurahan Mundam terdiri dari tiga saluran yaitu saluran satu dimana petani langsung menjual nanas ke konsumen akhir. Saluran dua dimana petani menjual ke pedagang pengecer dan kekonsumen akhir. Saluran tiga dimana petani menjual ke pedagang pengumpul dan dijual kembali ke pedagang besar lalu kepedagang pengecer dan konsumen akhir. Saluran pemasaran satu adalah yang paling efisien karena nilai margin dan efisiensi pada saluran tersebut bernilai paling kecil dari dua saluran lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2010. Pengantar Statistik. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Asmarantaka RW. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kota Dumai. 2022. Dumai Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kota Dumai.
- Kurniawan. B. (2017). Analisis Struktur Pendapatan dan Pengeluaran Konsumsi Rumahtangga Petan Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Pauza A, Susy Edwina, Eliza. 2022. Analisis Pendapatan Usahatani Dan Pemasaran Nanas Di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis. Januari 2022. 8(1): 182-194
- Rosmawati, Henny. 2011. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Hulu. Jurnal Agrobosnis.Vol. 3. No. 5. Hal 1-9
- Suratiyah. 2015. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sudiyono, Armand. 2004. Pemasaran Pertanian. Umm Press. Malang