

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR SUB SISTEM AGRIBISNIS PEMASARAN YANG
MEMPENGARUHI PENDAPATAN BENIH KENTANG (*GRANOLA L.*) DI KEBUN
BENIH HORTIKULTURA OLEH PETANI DI KECAMATAN BATUR KABUPATEN
BANJARNEGARA.**

**FACTOR ANALYSIS - SUB FACTORS AFFECTING MARKETING AGRIBUSINESS
SYSTEM REVENUE SEED POTATOES (*GRANOLA L.*) IN THE GARDEN
HORTICULTURE SEEDS BY FARMERS IN DISTRICT BATUR BANJARNEGARA
DISTRICT.**

Oleh : Pujo Purwanto*), Agus Setiadi**), Bambang Suryanto**)

Email : hortijateng@yahoo.com

*) Mahasiswa Program Magister Agribisnis Universitas Diponegoro Semarang

**) Dosen Program Magister Agribisnis Universitas Diponegoro Semarang

ABSTRAK

Tujuan Penelitian 1) Mengetahui subsistem agribisnis pemasaran yang mempengaruhi pendapatan petani benih kentang di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara. 2) Menganalisis besarnya tingkat pendapatan petani kentang di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Batur, Banjarnegara. Kegiatan dimulai bulan Nopember 2011. Kecamatan Batur merupakan daerah yang sebagian besar penduduknya bertani kentang. Metode pengumpulan data dengan cara wawancara. Data primer dan sekunder. Metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian :1) Subsistem agribisnis pemasaran yang mempengaruhi permintaan benih kentang di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara meliputi benih produksi sendiri, harga jual, selera, dan kualitas. Semua variabel ini berpengaruh nyata dalam meningkatkan pendapatan petani. 2) Total penerimaan Rp 57.800.000,00 dan total biaya produksi Rp 39.600.000,00 sehingga diperoleh pendapatan sebesar Rp 18.200.000,00 hal ini karena petani telah menerapkan GAP (*Good Agricultural Practices*) dan pola tanam serta petani mau menerima teknologi baru.

Kata Kunci : subsistem, kentang, pola tanam

ABSTRACT

Research Objectives 1) Knowing subsystems that affect agribusiness marketing of seed potato farmers' income in District Batur, Banjarnegara district. 2) analyze the level of income of potato farmers in District Batur, Banjarnegara district. The experiment was conducted in District Batur, Banjarnegara. Activities began in November 2011. Batur subdistrict is an area that is predominately farming potatoes. Method of data collection by interview. Primary and secondary data. Method of multiple linear regression analysis of the data. The results: 1) subsystem which affects demand for agri-marketing of seed potatoes in District Batur, Banjarnegara district covering own seed production, selling price, taste, and quality. All of these variables are significant in improving the income of farmers. 2) Total revenue and total cost of Rp 57,800,000.00 39,600,000.00 USD in order to obtain production income of \$ 18,200,000.00 this is because farmers have applied Good Agricultural Practices and cropping pattern and farmers to accept new technologies

Keywords : subsystem, potatoes, cropping pattern

PENDAHULUAN

Kawasan sentra produksi hortikultura, setiap hari melakukan kegiatan agribisnis mulai dari kegiatan pengolahan, pemasaran hasil sampai dengan kegiatan jasa penunjang umum yang dilakukan oleh pelaku agribisnis yang berbeda. Kentang merupakan salah satu komoditas sayuran bernilai ekonomis tinggi dan berkembang dengan baik pada spesifik wilayah dataran tinggi (pegunungan). Harga kentang di pasaran lebih stabil dibandingkan harga sayuran. Peningkatan kesejahteraan masyarakat dan perubahan pola konsumsi, permintaan dan tingkat konsumsi kentang dalam negeri selalu memperlihatkan kecenderungan meningkat, hal ini didorong dengan berkembangnya *fast food* di kota-kota besar, aneka *snack* dari kentang, serta berbagai jenis variasi makanan lainnya. Kentang dapat menjadi bahan alternatif konsumsi dengan potensi kandungan karbohidrat yang tinggi, disertai kandungan kadar gula yang rendah.

Nilai ekonomis kentang tinggi (Rp 1,5 triliun/tahun) dengan potensi pengembangan cukup luas (70.000 Ha seluruh Indonesia). Produktivitas kentang di Jawa Tengah baru mencapai 16,67 ton/ha, untuk tingkat nasional 16,4 ton/ha (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Tengah, 2009).

Produksi rata-rata tersebut masih sangat rendah dibanding dengan potensi produksi lapangan 30 ton/ha, hal ini disebabkan oleh kurang tersedianya benih kentang bermutu, sehingga banyak petani yang tidak mengganti benihnya dari musim ke musim. Petani kentang di beberapa daerah sentra dapat menghasilkan produksi 35 - 46 ton/ha dengan menggunakan benih kentang bermutu dan penerapan teknologi budi daya yang baik.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen

Tabel 1. Luas Panen, Produktifitas dan Produksi Kentang, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, Provinsi Jawa Tengah Tahun 2005 – 2010.

No	Tahun	Luas Panen (ha)	Produktivitas (ku/ha)	Produksi (ku)
1	2005	11.150	154,92	1.727.400
2	2006	13.866	167,44	2.231.680
3	2007	15.691	163,24	2.554.810
4	2008	15.850	166,02	2.631.473
5	2009	18.655	154,73	2.886.540
6	2010	17.499	151,50	2.651.123

Sumber Data: Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura, Provinsi Jawa Tengah, 2011).

merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Basu Swastha, 2006). Tiga unsur konsep pemasaran:

1. Orientasi pada Konsumen
2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral
3. Kepuasan Konsumen

Memasuki era globalisasi perusahaan dituntut mampu menghadapi pasar bebas, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar (market share) baik pasar domestik maupun ekspor, perusahaan dituntut untuk lebih memberdayakan berbagai sumberdaya yang dimiliki secara lebih efektif dan efisien agar perusahaan mampu menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi.

Perbenihan kentang di Indonesia dari tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan kualitas, kuantitas, dan kesadaran petani untuk menggunakan benih kentang bermutu. Perbenihan kentang yang berembrio dari kerjasama JICA (1992-2003) dalam Laporan Kebun Benih Hortikultura Kledung 2009 telah melahirkan teknologi dan system perbanyak benih kentang bermutu bebas penyakit. Pasca kerjasama berakhir, masing-masing daerah pengembang kentang terus berpacu dalam perbanyak benih komoditas ini. Kebijakan dalam rangka mendukung

program perbenihan kentang dalam menuju swasembada yaitu memberikan kewenangan untuk membuat benih kentang kelas *Breeder Seed* (BS) kepada lembaga-lembaga yang telah memiliki sumber daya manusia dan peralatan memadai dengan pengawasan breeder dari Balai Penelitian Sayuran, di antaranya kepada Provinsi Jawa Tengah di Kebun Benih Hortikultura Kledung.

Luas pertanaman kentang di Jawa Tengah diprediksi berkisar 10.000 ha per tahun (data 8.339 ha/tahun) dengan pola penyebaran tiga musim tanam masing-masing 3.300 ha per musim. Kisaran kebutuhan benih per tahun G3 9.330 ton, G2 1.700 ton, G1 8.400.000 knol, G0 1.700.000 knol dengan asumsi - asumsi kebutuhan benih per ha 1.800 kg dan perilaku petani menggunakan benih kentang kelas G4 ditanam sampai dua kali keturunan menjadi kualitas lokal 1 dan lokal 2 (Kebun Benih Hortikultura Kledung, 2008).

Keberadaan Kebun Benih Hortikultura Kledung sebagai institusi penyedia benih kentang menjadi sandaran bagi petani dalam peningkatan produksi, dengan menggunakan benih dari kebun benih hortikultura dapat mencapai 30 – 40 ton/ha, hal ini telah dibuktikan oleh petani kawasan Merbabu dan Dieng.

Provinsi Jawa Tengah untuk produksi kentang dapat tumbuh dan berkembang di wilayah Kabupaten Batang, Pekalongan, Pemalang, Tegal, Brebes, Semarang, Kendal, Purbalingga, Banjarnegara, Magelang, Temanggung, Wonosobo, Karanganyar, dan Kabupaten Boyolali. Suplai kentang didominasi oleh Kabupaten Wonosobo, Banjarnegara, Brebes, Batang, dan Kabupaten Pekalongan.

Uraian di atas merupakan salah satu dari kegiatan sistem agribisnis yaitu sub sistem pemasaran, sub sistem pemasaran meliputi distribusi, promosi, informasi pasar, kebijakan perdagangan

dan struktur pasar. Pemasaran merupakan proses aliran produk barang dan jasa, secara fisik dan ekonomik dari produsen/petani melalui pedagang perantara sampai dengan konsumen akhir. Sedangkan fungsi pemasaran meliputi : fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyediaan. Untuk itu peneliti ini mengetahui apakah kebun benih hortikultura sudah menerapkan sub sistem pemasaran terhadap petani di Banjarnegara, dan bagaimana peningkatan pendapatan petani setelah menggunakan benih kentang dari kebun benih.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Batur, Banjarnegara. Kegiatan dimulai bulan Nopember 2011. Kecamatan Batur merupakan daerah yang sebagian besar penduduknya bertani kentang.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisa data menggunakan analisa deskriptif kuantitatif yaitu pengamatan langsung di lapangan berdasarkan fakta yang baru saja berlangsung (*ex post facto*).

Populasi merupakan jumlah dari anggota (sampel secara keseluruhan. Populasi petani kentang di Kecamatan Batur Kabupaten Banjarnegara adalah petani penangkar kentang yang berjumlah 200 petani. Petani kentang dari 200 itu, mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Menurut Arikunto, (2003) menyatakan bahwa apabila jumlah subjek lebih dari 100, maka sampel dapat diambil 10 – 25%, jika kurang dari 100 maka semua subjek diambil sebagai sampel. Teknik pengambilan sampel secara random (*random sampling*). Sistem random sampling yang perlu diperhatikan

adalah semua individu dalam populasi (anggota populasi) diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Prosedur yang digunakan untuk pengambilan sampel secara random sampling dengan cara undian. Jumlah populasi sebesar 200 petani diambil 75% dari jumlah populasi adalah 100 petani, jadi jumlah sampel petani kentang sebesar 150 petani.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner yang mengungkap hal-hal berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan usahatani dan subsistem agribisnis pemasaran kentang. Data utama yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang subsistem agribisnis pemasaran dan pendapatan usahatani kentang, yang mencakup data primer dan data sekunder. Secara terinci kebutuhan data dalam penelitian sebagai berikut :

1. Data Primer. Jenis data primer yang dibutuhkan diperoleh dari hasil isian kuesioner petani, melalui pengamatan langsung dilapangan dengan cara memberikan kuesioner dan wawancara.
2. Data Sekunder. Jenis data yang dibutuhkan meliputi data – data luasan dan jenis tanaman, monografi wilayah penelitian dan kondisi sosial ekonomi responden. Pengumpulan data sekunder dengan cara mencatat hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, baik yang diperoleh dari data di lapangan, dari instansi terkait maupun dari pustaka, internet (referensi hasil pertanian).

Metode pengumpulan data awal dilakukan dengan cara pengumpulan data dan informasi dari instansi yang terkait dengan pertanian. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara.

Metode Analisis Data

1. Subsistem agribisnis pemasaran yang mempengaruhi permintaan benih kentang menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan survai (Singarimbun, 2006 dan Supangat, 2007).
2. Tingkat pendapatan petani kentang menggunakan rumus :

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd : Pendapatan

TR : Total Penerimaan

TC : Total Biaya

- a. Pengaruh subsistem agribisnis benih kentang di kebun benih hortikultura terhadap pendapatan dengan menggunakan metode regresi linier berganda ini menjelaskan pengaruh variabel X_1 (benih sendiri), X_2 (harga jual), X_3 (selera), X_4 (kualitas) terhadap pendapatan (Y), secara statistik persamaannya adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y : Pendapatan

A : Konstanta Regresi

$b_{1,2,3,4}$: Koefisien Regresi untuk variabel 1, 2, 3, 4

X_1 : Benih Sendiri

X_2 : Harga Jual

X_3 : Selera

X_4 : Kualitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wilayah Penelitian

Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Penelitian dilaksanakan pada Wilayah Kerja Penyuluh Pertanian (WKPP) Batur terletak pada Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara. Wilayah Kerja Penyuluh Pertanian (WKPP) berbatasan di sebelah utara berbatasan dengan

Kabupaten Batang, di bagian Timur dengan Kabupaten Wonosobo, di bagian Selatan dengan Kecamatan Pejawaran dan disebelah Barat dengan Kecamatan Wanayasa. Kecamatan Batur terdiri atas 8 desa yaitu Batur, Sumberejo, Pasurenan, Pekasiran, Karangtengah, Dieng Kulon dan Bakal.

Berdasarkan hasil pencatatan sensus penduduk 2011, jumlah penduduk sementara Kecamatan Batur adalah 39.108 orang, yang terdiri dari 19.702 laki-laki dan 19.406 perempuan (Badan Pusat Statistik Prov. Jateng, 2011). Desa Batur memiliki jumlah penduduk laki – laki sebesar 5.488 orang dan perempuan sejumlah 5.429 orang, dengan jumlah total penduduk 10.917 jiwa, sebagian besar jumlah penduduk laki – laki, sehingga dapat membantu dalam usahatani kentang, tenaga kerja laki-laki lebih mahal upahnya.

Pendidikan penduduk mulai dari tidak atau belum tamat sekolah, tamat SD, SMP, SMA, sarjana dan pasca sarjana. Pendidikan sangat penting karena dengan pendidikan maka daya serap teknologi mudah diterima oleh penduduk. Daya serap teknologi mudah diterima maka kemajuan usaha agribisnis akan mudah cepat tercapai.

Perbedaan usia antar kelompok umur sangat berpengaruh terhadap penurunan

kekuatan fisik, sehingga daya gerak pun akan berkurang. Usia produktif sangat cepat dalam menerima teknologi baru dan mudah melakukan inovasi – inovasi baru, tenaganya masih sangat kuat untuk bekerja keras dan berpikir maju, serta dengan mudah menularkan teknologi yang diperoleh baik dengan cara berbicara atau pun praktek di lapangan. Sebagian besar penduduk Kecamatan Batur berusia antara 15 sampai 39 tahun adalah usia produktif dimana penduduk bisa melakukan pekerjaan seoptimal mungkin, sehingga dapat membantu keluarga dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Pekerjaan penduduk di Kecamatan Batur sebagian penduduk bertanam hortikultura sebesar 15.319 dan lain – lain, yang dimaksud dengan mata pencaharian lain – lain adalah penduduk dalam mata pencahariannya tidak tetap, yang penting dapat menghasilkan uang sehingga bisa menghidupi keluarganya.

Produksi kentang adalah hasil yang diperoleh dalam usahatani. Luas panen adalah luasan tanaman kentang yang dapat dipanen. Rata-rata produksi per hektar di Kecamatan Batur berbeda – beda tergantung dari luas panen. Luas panen, produksi dan rata – rata produksi per hektar di Kecamatan Batur dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Panen, Produksi dan Rata – Rata Produksi Per Hektar di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara.

No	Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Rata-Rata (Ton/Ha)
1	Batur	670	10.720	16
2	Sumberejo	645	10.320	16
3	Pasurenan	142	1.704	12
4	Bakal	646	9.690	15
5	Dieng Kulon	326	5.216	16
6	Karangtengah	578	10.404	18
7	Kepakisan	231	4.620	20
8	Pekasiran	608	10.944	18
	Jumlah	3.846	63.618	16,5

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjarnegara, 2011

Berdasarkan Tabel 2 luas lahan, produksi per hektara untuk desa Batur lebih tinggi di bandingkan desa lainnya yaitu luas lahan 670 hektara dan produksi 10.720 ton. Total luas lahan di Kecamatan Batur 3.846 hektara, produksi 63.618 ton dan rata – rata produksi 131 ton/hektara.

Subsistem Agribisnis Pemasaran yang mempengaruhi Pendapatan Benih Kentang.

Faktor-faktor yang diduga berpengaruh terhadap permintaan benih kentang antar lain : benih sendiri, harga jual, selera dan kualitas.

1. Benih Produksi Sendiri

Benih adalah umbi kentang yang akan digunakan sebagai bahan menanam, yang di maksud dengan benih produksi sendiri adalah petani menanam kentang dan hasil produksinya digunakan sebagai benih/bahan tanam pada musim tanam berikutnya. Teknologi yang digunakan dalam budidaya kentang adalah Sapta Usahatani yaitu mulai penggunaan benih unggul sampai dengan pemasaran. Jika hasil produksi benih itu lebih maka petani akan menjualnya.

2. Harga Jual

Harga adalah sejumlah rupiah yang digunakan untuk membeli suatu produk, harga jual adalah harga yang di tentukan oleh petani setelah dikurangi dengan semua biaya yang telah dikeluarkan. Terbentuknya harga di pasar merupakan keseimbangan antara penawaran dan permintaan. Suatu mekanisme pasar pihak-pihak yang terlibat dalam tata niaga adalah produsen, pedagang atau lembaga perantara dan konsumen yang masing – masing pihak berusaha untuk mendapatkan hasil yang optimal dalam pertukaran sesuai dengan tujuan (Syaefuddin, 2000).

3. Selera

Selera adalah kebutuhan konsumen sesuai dengan keinginannya.

Selera konsumen bermacam-macam tergantung dengan kebutuhan. Sabarman (2007) permintaan dan diversifikasi produk sesuai dengan selera konsumen yang merupakan peluang pemasaran. diversifikasi produk dapat meningkatkan pendapatan petani. Perilaku konsumen yang diwujudkan dalam pola konsumsi akan menentukan kualitas dan kuantitas produk yang perlu dipasarkan, di lain pihak pola produksi yang dilakukan petani akan menentukan banyaknya produk yang dapat dipasarkan. Pola produksi tersebut pada umumnya dipengaruhi oleh kondisi iklim dan berbagai faktor lain yang mempengaruhi petani dalam melakukan kegiatan produksi.

4. Kualitas

Kualitas merupakan suatu bentuk dengan nilai kepuasan konsumen. Konsumen sebagai penilai kualitas produk (kentang), karena konsumen dapat sebagai informasi kepada konsumen yang lain. Penyediaan produk yang berkualitas terbaik merupakan keharusan bagi produsen/petani. Kualitas produk yang diberikan oleh petani baik maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen, hal ini sebagai salah satu ikatan yang kuat karena konsumen akan kembali lagi untuk membeli kentang. Hasil penelitian Rachamd, (2009) menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh Bank Mandiri di Jawa Tengah maka nasabah semakin puas terhadap produk Bank Mandiri, sehingga nasabah akan memberikan informasi kepada nasabah lainnya.

Perhitungan Tingkat Pendapatan Petani Kentang

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya usaha selama waktu tertentu (Mandaka dan Hutagaol, 2005). Total penerimaan merupakan nilai hasil produksi dari seluruh korbanan yang dikeluarkan selama periode tertentu (Gusasi dan Saade, 2006).

Total biaya terdiri dari total biaya tetap dan biaya variabel, biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak mengalami perubahan selama proses produksi, sedangkan biaya variabel adalah biaya yang mengalami perubahan selama proses produksi (Mankiw, 2003). Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Pendapatan Rata-rata Petani Kentang di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara dalam Satu Kali Musim Tanam.

Uraian	Total Penerimaan (Rp)	Total Biaya (Rp)	Pendapatan (Rp)
Kentang	57.800.000,-	39.600.000,-	18.200.000,-

Sumber : Data Primer diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa total penerimaan sebesar Rp. 57.800.000,- dan pengeluarannya Rp. 39.600.000,-, sehingga pendapatan yang diperoleh selama satu kali produksi sebesar Rp. 18.200.000,-. Pendapatan yang diperoleh karena petani menggunakan teknologi Sapta Usahatani sehingga di peroleh hasil yang maxsimal. Total penerimaan adalah jumlah produksi kentang (17 ton) dikalikan dengan harga jual (Rp 3.400,-), sedangkan total biaya terdiri dari total biaya produksi, penyimpanan, pengemasan dan distribusi.

Menurut Rinaldi, (2005) menyatakan aspek pemasaran merupakan hal penting dalam mendukung peningkatan pendapatan petani anggur. Menurut hasil pertanian Sugiarto, (2007) bahwa usaha tani padi masih layak diusahakan, dan pendapatan disektor pertanian lebih dominan (74%) dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga petani.

Peningkatan produksi jeruk di Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara disebabkan oleh meningkatnya luas panen, hal ini terlihat karena laju

peningkatan produktivitasnya relatif kecil yaitu 2,09 persen/tahun di Kabupaten Sematera Utara dan 1,86 persen/tahun di Kabupaten Karo (Tjetjep, 2005). Berbeda dengan Hasni, (2004) fungsi produksi pada pola usahatani kelapa dengan tanaman sela dapat meningkatkan pendapatan petani lebih besar dibandingkan dengan usahatani monokultur.

Analisis Regresi Linear Berganda Subsistem Agribisnis Pemasaran Kentang Terhadap Pendapatan

Pengaruh subsistem agribisnis pemasaran terhadap pendapatan dilakukan analisis faktor yang diduga mempengaruhi pendapatan yaitu benih sendiri, harga jual, selerat, kualitas. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,292 + 0,002X_1 - 0,026X_2 + 1,000X_3 + 0,072X_4 + e$$

Variabel benih produksi sendiri, selera, dan kualitas berpengaruh positif terhadap pendapatan, sedangkan harga jual berpengaruh negatif terhadap pendapatan. Pernyataan diatas menyatakan a = 4274896 merupakan konstanta, artinya a meliputi faktor – faktor lain di luar variabel (x). Faktor lain misalkan ketrampilan, pengetahuan dan kondisi pasar.

1. Benih Produksi sendiri (X₁)

Pengaruh variabel benih produksi sendiri (X₁), koefisien regresi benih produksi sendiri sebesar 0,002, yang berarti apabila ada penambahan benih produksi sendiri akan pengaruh terhadap pendapatan.

Menurut Suriawiria (2001) bibit yang baik antara lain ditentukan oleh asal atau sumber biakan murni dalam bentuk miselia/serat. Bibit sebaiknya dalam keadaan FO atau GO, artinya memiliki sifat yang paling awal atau akan dijadikan sumber bibit sifat tersebut akan menjadi

F1 atau G1, jika bibit asal yang digunakan sudah memiliki sifat F3 dan F4 dan seterusnya maka sifat bibit akan menurun kemampuan produksi maupun kualitasnya.

2. Harga Jual (X_2)

Pengaruh variabel harga jual (X_2), koefisien regresi harga jual sebesar - 0,026 berarti jika terjadi kenaikan 1 satuan pada harga jual benih kentang maka tidak akan berpengaruh terhadap kenaikan pendapatan, hal ini disebabkan harga produk di tingkat petani berfluktuasi secara tajam, sehingga resiko usaha yang dihadapi petani akan semakin tinggi karena kurangnya penangan standarisasi dan grading.

Menurut Irawan, dkk (2001) fluktuasi harga sayuran di tingkat konsumen akan diteruskan oleh pedagang kepada petani. Salah satu konsekuensinya adalah seringkali tekanan harga di tingkat petani dan sebagian besar nilai tambah agribisnis sayuran dinikmati oleh pedagang. Petani sulit untuk menahan penjualannya untuk menunggu harga yang menguntungkan akibat terbatasnya sarana penyimpanan yang efektif untuk memperlambat proses pembusukan.

Hutabarat dan Rahmanto (2004) untuk mengatasi hal tersebut diatas perlu adanya peran serta pemerintah daerah, membangun jaringan informasi harga bdi daerah sentra produksi dan menyebarluaskan ke masyarakat, sehingga persaingan bisnis akan semakin bersaing.

3. Selera (X_3)

Pengaruh variabel selera (X_3), koefisien regresi selera sebesar 1,000 berarti apabila ada penambahan selera maka akan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan petani, hal ini disebabkan banyak faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian terhadap suatu produk. Faktor – faktor tersebut antara lain : ekonomi, psikologis, sosiologis dan antropologis.

4. Kualitas (X_4)

Pengaruh variabel kualitas (X_4), koefisien regresi kualitas sebesar 0,072 berarti apabila ada penambahan kualitas maka akan berpengaruh terhadap kenaikan pendapatan petani, hal ini didukung oleh Joko Sularko (2004) kualitas barang mampu mempengaruhi minat beli konsumen dan memiliki hubungan yang signifikan, sehingga apabila kualitas barang itu rendah maka minat beli konsumen akan rendah dan sebaliknya apabila kualitas barang itu tinggi, maka minat beli konsumen juga konsumen juga akan tinggi.

Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dari Uji F diperoleh hasil nilai sig F $0,000 < 0,05$, F hitung $> F$ Tabel (13,432 $> 2,511$) maka H_0 ditolak, berarti secara keseluruhan ada pengaruh nyata terhadap pendapatan. Uji Signifikansi pengaruh variabel dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) Subsistem Agribisnis Pemasaran yang Mempengaruhi Permintaan Benih Kentang Terhadap Pendapatan.

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regress	2.468	4	.617	13.43	.000
Residual	6.661	145	.046	2	a
Total	9.129	149			

Sumber : Data primer diolah (2013)

- a. Predictors: (Constans), X_4, X_3, X_2, X_1
- b. Dependent Variable: Pendapatan Bersih

Tabel 4 menunjukkan bahwa secara keseluruhan variabel benih produksi sendiri, variabel harga jual, variabel selera, dan kualitas berpengaruh terhadap pendapatan petani, hal ini terjadi karena penyediaan produk yang berkualitas terbaik merupakan keharusan bagi produsen/ petani. Semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh petani maka semakin tinggi pula kepuasan

konsumen, dan semakin tinggi pula loyalitas konsumen, maka terdapat satu ikatan yang kuat karena konsumen akan kembali lagi untuk membeli produk kentang.

Upaya untuk meningkatkan produktivitas atau penyediaan produk yang berdampak kepada peningkatan pendapatan petani dengan cara pengelolaan input usahatani seperti tenaga kerja, pendapatan, pendidikan, luas lahan dan keikutsertaan dalam kelompok tani secara optimal dan efektif (Sabarman Damanik, 2007).

Secara Parsial (Uji T)

Koefisien regresi parsial variabel benih produksi sendiri, variabel harga jual, variabel selera, dan kualitas berpengaruh terhadap pendapatan petani. Nilai signifikansi variabel benih produksi sendiri adalah 0,004 secara parsial berpengaruh nyata ($\text{sig } 0.002 > 0.05$) dan variabel harga jual adalah 0,002 secara parsial berpengaruh nyata ($0.002 > 0.05$), variabel selera adalah 0,000 secara parsial berpengaruh nyata ($0.00 > 0.05$) dan variabel kualitas adalah 0,050 secara parsial berpengaruh nyata ($0.050 > 0.05$), berarti subsistem agribisnis pemasaran yang mempengaruhi permintaan benih kentang berpengaruh nyata terhadap pendapatan. Menurut pendapat Budi (2006) subsistem pemasaran dilakukan dengan sistem kemitraan Usaha Bersama (KUB) antara kelompok dengan perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis, sehingga terwujudnya hubungan yang saling menguntungkan dan membutuhkan.

Nilai Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh dari hasil analisa regresi linier berganda adalah 0,920 berarti variabel bebas (benih produksi sendiri, harga jual, selera, kualitas) dapat menerangkan variabel terikat sebesar 92 % , sedangkan sisanya 8 % dijelaskan

oleh variabel yang tidak termasuk dalam model (misalnya informasi pasar, iklim, jasa penunjang. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.920	.870	.850	.21433	1.766

Sumber : Data primer diolah (2013)

- Predictors : (Constant), kualitas, selera, harga jual, benih produksi sendiri
- Dependent Variabel : Pendapatan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang subsistem agribisnis pemasaran yang mempengaruhi permintaan benih kentang terhadap pendapatan dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Subsistem agribisnis pemasaran yang mempengaruhi permintaan benih kentang di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara meliputi benih produksi sendiri, harga jual, selera, dan kualitas. Semua variabel ini berpengaruh nyata dalam meningkatkan pendapatan petani.
- Total penerimaan Rp 57.800.000,- dan total biaya produksi Rp 39.600.000,- sehingga diperoleh pendapatan sebesar Rp 18.200.000,- hal ini karena petani telah menerapkan GAP dan pola tanam serta petani mau menerima teknologi baru.

Saran

Pendapatan, harga yang diterima petani, dan meningkatkan efisiensi pemasaran diperlukan beberapa upaya :

- Meningkatkan kualitas benih kentang untuk peningkatan produksi
- Mengembangkan sinkronisasi produksi secara lintas daerah produsen untuk mengurangi fluktuasi

harga yang disebabkan oleh ketidakseimbangan antara volume pasokan dan kebutuhan konsumen, hal ini untuk mengurangi resiko usahatani.

3. Mengembangkan sistem agribisnis secara utuh dan terpadu dengan dukungan pemerintah melalui dinas – dinas yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2003. *Prosedur Penelitian "Suatu Pendekatan" Revisi 2*. Rineka Cipta. Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik, 2011. *Statistik Kabupaten Banjarnegara*. BPS. Semarang.
- Badan Pusat Statistik, 2011. *Statistik Provinsi Jawa Tengah*. BPS. Semarang.
- Budi Setyono. 2006. *Agribisnis Bawang Merah di Lahan Pasir Pantai Melalui Penerapan Ameliorasi di Kabupaten Bantul*. Provinsi Di Yogyakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Tengah., 2009, *Laporan Tahunan Tahun 2008*, Ungaran, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Tengah.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Tengah., 2011, *Laporan Tahunan Tahun 2010*, Ungaran, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Tengah.
- Ghozali, Imam, 2001. *Aplikasi Analisis Multiparsile dengan Program SPSS . B P . I S B N . 979.704.1.051.1*.Undip
- Gusasi, A. Dan M.A Saade. 2006. *Analisis Pendapatan dan Efisiensi Usaha Ternak Ayam Potong pada Skala Usaha Kecil*. J. Agrisistem. 2(1): 2-3.
- Hasni Hermawan. 2004. *Evaluasi Pola Pemanfaatan Sumber Daya Lahan di antara Kelapa dengan Tanaman Sela, Berdasarkan Kajian Aspek Sosek dan Konservasi Lahan*. IPB. Bogor.
- Irawan. B, Nurmanaf Rozany, Hastuti E.L., Chaerul Muslim, Yana Supriyatna, dan Valeriana Darwis. 2001. *Studi Kebijakan Pengembangan Agribisnis Komoditi Unggulan Hortikultura*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Departemen Pertanian.
- Joko S. 2004. *Pengaruh Atribut Toko Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Swalayan Sami Makmur Palur Karanganyar*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Mandaka, S dan M.P. Hutagaol. 2005. *Analisis Fungsi Keuntungan, Efisiensi Ekonomi dan Kemungkinan Skema Kredit bagi Pengembangan Skala Usaha Peternakan Sapi Perah Rakyat di Kelurahan Kebon Pedas Kota Bogor*. J. Agro Ekonomi. 23 (2): 191-208.
- Mankiw, N.G. 2003. *Pengantar Ekonomi*. Penerbit Erlangga, Jakarta.

- Rachmat Hidayat. 2009. Pengaruh *Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Universitas Trunojoyo Madura.
- Rinaldi. 2005. *Analisis Pemasaran dan Tataniaga Anggur di Bali*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Bali.
- Sabarman Damanik. 2007. *Strategi Pengembangan Agribisnis Kelapa (Cocos nucifera) untuk Meningkatkan Pendapatan Petani di Kabupaten Indragiri Hilir, Riau*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Bogor.
- Singarimbun M, dan Efendi. S, 2006. *Metode Penelitian Survei*. Penerbit Pustaka LP3ES Indonesia.
- Sugiarto. 2007. *Analisis Pendapatan, Pola Konsumsi dan Kesejahteraan Petani Padi Pada Basis Agroekosistem Lahan Sawah Irigasi di Perdesaan*. Departemen Pertanian.
- Suriawiria, U. 2001. *Budidaya Jamur Shiitake*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Supangat. A. 2007. *Statistik Dalam Kajian Deskriptif. Inferencia dan Non Parametrik*. Kencana. Jakarta.
- Swastha, B. dan Irawan, 2006. *Kebijakan Mendukung Pengembangan Agropalitan*. Lembaga Manajemen AMP YKPN. Yogyakarta.
- Syaefudidin, A.M. 2000. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. IPB. Bogor.
- Tjetjep, N, dan Deri, H, 2005. *Analisis Usahatani dan Keragaan Marjin Pemasaran Jeruk di Kabupaten Karo*. Badan Litbang Pertanian. Bogor.