

ANALISA EFISIENSI USAHATANI KANGKUNG ORGANIK DAN BUBUR BAYI BERBASIS KANGKUNG DI CV. KURNIA KITRI AYU FARM TAHUN 2018-2019

Kiki Khoiril Anam^{1*)}, Ahmad Dedy Syathori²

^{1*)}Universitas Islam Malang

email: khoirilanamkiki@gmail.com

²⁾Universitas Islam Malang

email: ahmaddedy@unisma.ac.id

*) Korespondensi

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the level of profit value and business efficiency of organic kale and baby porridge in CV. Kurnia Kitri Ayu Farm in 2018-2019. The data used are secondary data which is cross checked to validate the data cohesiveness. The method used is a description that is interpreted in depth. Research results at the location of CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, the results of the research, namely the R / C ratio of the two products of the upstream side of water spinach and the downstream side of the baby porridge show greater than one which indicates that the upstream-downstream aspects of the kangkung commodity show an efficient level. Likewise, the marketing system of 'supply' of goods is sufficient to support the condition of efficiency. On that basis, it is recommended that CV. Kurnia Kitri Ayu Farm to maintain its production and marketing patterns well.

Keywords: *kale; cost; income; and efficiency.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat nilai keuntungan dan efisiensi usahatan kangkung organik dan bubur bayi di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm tahun 2018-2019. Data yang digunakan adalah data sekunder yang di *cross check* untuk memvalidasi kesohihan data. Metode yang digunakan adalah deskripsi yang diinterpretasikan secara mendalam. Hasil penelitian di lokasi CV. Kurnia Kitri Ayu Farm maka hasil penelitian yaitu *R/C Ratio* dua produk sisi hulu kangkung dan sisi hilir olah bubur bayi menunjukkan lebih besar dari satu yang memberikan indikasi bahwa aspek hulu-hilir dari komoditas kangkung menunjukkan tingkat efisien. Demikian juga pada sistem pemasaran 'pemasokan' barang cukup mendukung adanya kondisi efisiensi. Atas dasar itulah, maka disarankan pada perusahaan CV. Kurnia Kitri Ayu Farm untuk tetap mempertahankan pola produksi dan pemasarannya secara baik.

Kata Kunci: *kangkung; biaya; pendapatan; dan efisiensi.*

PENDAHULUAN

CV. Kurnia Kitri Ayu Farm berdiri pada tahun 2006. Merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian organik dengan bentuk usaha keluarga. Menurut Heriawan (2009) pertanian organik adalah upaya masyarakat modern sebagai solusi dalam menghadapi masalah yang buntu disertai adanya ancaman akan adanya bahaya pestisida yang selalu ada di setiap jenis pertanian.

Perusahaan yang di pimpin bapak Hary Soejanto ini memasarkan produknya melalui tengkulak-tengkulak besar dan dipasarkan di sekitar rumahnya. Supermarket besar sebagai tempat pemasarannya yaitu Hoki Supermarket, Rans Market, 99 Galaxy Mall, dan Hipermart Royal Plasa dan salah satu perusahaan bubur bayi di Kota Surabaya. Menurut Sudaryono (2016:41) pemasaran adalah proses manajemen yang berupaya memaksimalkan laba (*returns*) bagi pemegang saham dengan menjaga hubungan dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif. Adanya pemasaran yang baik diharapkan akan berimbas terhadap tingginya pendapatan. Tingginya pendapatan akan berdampak ke penilaian kinerja dan masyarakat sebagai konsumen. Untuk dapat mengetahui kinerja dari usaha tani CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. Maka dapat dinilai menggunakan *Revenue and Cost Ratio*. Sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan *R/C Ratio* digunakan laporan tahun 2018-2019 dengan tanaman kangkung yang di produksi oleh peneliti. Harga pasar dibeli dari pihak petani oleh perusahaan CV. Kurnia Kitri Ayu Farm dengan harga Rp 7.500/kg. Sedangkan dijual ke tengkulak dengan harga Rp 15.000,00/kg dan Rp 25.000,00/kg ke konsumen. Karena perbedaan harga ini peneliti mencari penyebab adanya perbedaan harga jual ini.

Berdasarkan problematik di muka, maka dapat dispesifikasi rumusan masalahnya bagaimana efisiensi produksi kangkung organik terhadap analisa biaya, pendapatan, dan *R/C Ratio* CV serta pemasaran kangkung organik.

LANDASAN TEORI

Menguraikan pendekatan-pendekatan, teori, atau konsep-konsep yang relevan sebagai dasar analisis (font Times New Roman 12, spasi single). Setiap paragraf ditulis menjorok sepanjang 12 mm dari tepi kiri (first line indent 2). Jika terdapat kutipan langsung, ditulis menjorok dari tepi kiri 12 mm. (font Times New Roman 11, spasi single).

Boleh ditulis dalam beberapa sub bab. Jika ditulis dalam beberapa sub bab, penulisan menggunakan penomoran angka, dan huruf untuk anak sub bab.

Pertanian organik menurut IFOAM merupakan sistem manajemen produksi terpadu yang menghindari penggunaan pupuk buatan pestisida dan hasil rekayasa genetika menekan pencemaran udara, tanah, dan air.

Aspek pemarkan, menurut Philip Cotler (2007:5) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Menurut Swastha dan Irawan (2008:5) pemasaran adalah salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha yang mana dalam usahanya itu untuk mempertahankan kehidupannya, untuk berkembang dan juga mendapatkan untung yang besar.

Kangkung air memiliki warna bunga putih kemerah-merahan, ukuran batang dan daun lebih besar dibandingkan dengan kangkung darat, berbatang hijau dan berbiji sedikit. Buah kangkung memiliki diameter 7-9 mm, halus, berwarna kecoklatan dan berisi 2-4 biji (Westphal, 1994 dalam Maryam, 2009). Kangkung darat memiliki karakteristik warna bunga putih hingga merah muda, daun agak kecil, warna batang putih kehijauan hingga keunguan (Palada dan Chang, 2003 dalam Maryam (2009).

Kusandryani dan Luthfy, 2006 dalam Maryam (2009), menjelaskan bahwa di Indonesia terdapat kangkung dengan berbagai aksesori seperti aksesori 511 asal Bekasi, 504 asal Bengkulu, 512 asal Cikampek dan sebagainya dengan ciri tanaman dengan tipe tumbuh tegak, warna daun hijau, batang bulat, bunga berbentuk terompet dan warna bunga putih. Panjang daun, lebar daun dan umur berbunga pada aksesori 511 berturut-turut adalah 12,6 cm, 2,95 cm dan 60 hari, pada aksesori 504 berturut-turut 12,3 cm, 2,95 cm dan 65 hari, sedangkan aksesori 512 memiliki nilai berturut-turut 11,8 cm, 3,35 cm, 63 hari.

METODE

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian *mix methode*. Lokasi penelitian di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm jl. Rajawali, Kec. Sukun, Kota Malang. Data yang digunakan adalah sekunder dan *cross check* melalui demoplot.

Metode analisis menggunakan nilai krutungan dan R/C ratio menurut Darsono (2008) *R/C rasio* merupakan metode analisis untuk mengukur kelayakan usaha dengan menggunakan rasio penerimaan (*revenue*) dan biaya (*cost*). Dengan kriteri (i) R/C Ratio > 1 maka usaha tani layak; (ii) R/C Ratio < 1, maka usaha tani tidak layak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (i) produksi kangkung organik dari permintaan tahun 2018 perusahaan bubur bayi mengalami kenaikan dari 1.206,2 kg ke tahun 2019 mencapai 1.458,6 kg. Mengakibatkan pendapatan yang diterima perusahaan mengalami kenaikan pada tahun 2018 adalah Rp 30.155.000,00 dan pada tahun 2019 adalah Rp 36.465.000,00. Sedangkan permintaan kangkung organik tahun 2018 supermarket mengalami penurunan yaitu dari permintaan 138,4 kg ke tahun 2019 137,7 kg. Mengakibatkan pendapatan yang diterima Supermarket Surabaya mengalami penurunan pada tahun 2018 adalah Rp 1.868.400,00 dan pada tahun 2019 adalah Rp 1.858.950,00. Total biaya yang dikeluarkan perusahaan bubur bayi pada tahun 2018 adalah Rp 4.824.800,00 dan pada tahun 2019 adalah Rp 5.834.400,00. Sedangkan Total biaya yang dikeluarkan super market ada tahun 2018 adalah Rp 553.600,00 dan pada tahun 2019 adalah Rp 550.800,00. *R/C Ratio* perusahaan bubur bayi tahun 2018 mencapai 6,25% dan pada tahun 2019 tidak terdapat kenaikan yakni 6,25%. Sedangkan *R/C Ratio* perusahaan bubur bayi tahun 2018 mencapai 3,375% dan pada tahun 2019 tidak terdapat kenaikan yakni 3,375. Sehingga *R/C Ratio* rata-rata perusahaan bubur bayi dan supermarket mulai tahun 2018 hingga 2019 yaitu 4,8125%; (ii) Dari hasil analisis observasi mahasiswa pendapatan yang diperoleh sebesar Rp 48.000,00 di dapatkan dari penjualan 12 bungkus kangkung dan biaya total produksi sebesar Rp 36.468,00 dengan laba yang diperoleh Rp 11.532,00. Maka dapat ditarik kesimpulan observasi dengan menggunakan media pemasaran secara online merupakan cara yang tepat dan dapat dilanjutkan. Hasil ini dikarenakan *R/C Ratio* melebihi 1 (satu) yang menunjukkan observasi memiliki potensi untuk berkembang kedepannya, dan (iii) hasil analisis *R/C Ratio* yang diperoleh diatas maka dapat ditarik kesimpulan perusahaan CV. Kurnia Kitri Ayu Farm dengan menggunakan metode pemasaran menjual barang ke pemasok merupakan langkah yang tepat dan dapat dilanjutkan. Hasil ini dikarenakan *R/C Ratio* lebih dari 1 (satu) yang menunjukkan perusahaan memiliki potensi untuk berkembang kedepannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada pembahasan, maka disimpulkan bahwa CV. Kurnia Kitri Ayu Farm yaitu *R/C Ratio* dua produk sisi hulu kangkung dan sisi hilir olah bubur bayi menunjukkan lebih besar dari satu yang memberikan indikasi bahwa aspek hulu-hilir dari komoditas kangkung menunjukkan tingkat efisien. Demikian juga pada sistem pemasaran 'pemasokan' barang cukup mendukung adanya kondisi efisiensi. Atas dasar itulah, maka disarankan pada perusahaan CV. Kurnia Kitri Ayu Farm untuk tetap mempertahankan pola produksi dan pemasarannya secara baik. Saran pada penelitian adalah (i) peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih banyak pangsa pasar pada CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, mulai dari pemasok Malang hingga luar daerah Malang dan (ii) pemasaran dapat menggunakan sarana media online dengan macam yang lebih banyak, jika produksi lebih. Dapat menggunakan website, instagram, twitter, dll. Hal ini akan memperluas dan menjangkau pangsa pasar yang ada.

DAFTAR RUJUKAN

- Darsono, 2008. *Hubungan Perceived Service Quality dan Loyalitas: Peran Trust dan Satisfaction sebagai Mediator, The 2 nd National Conference UKWMS*, Surabaya.
- Masyhuri, M.(2008). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama. ISBN: 979-1073-46-5. Edisi I. <http://gudangsurat.unisma.ac.id/index.php/s/LTj8MsdxIkkZK4H>.
- Masyhuri, M.(2011). *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama. ISBN: 979-1073-46-5. Edisi Revisi. <http://gudangsurat.unisma.ac.id/index.php/s/twkcNQwjg0R6Wd5>.
- Masyhuri, M.(2014). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius media. ISBN: 978-602-14421-9-7. Edisi I. <http://gudangsurat.unisma.ac.id/index.php/s/1I6gO0ZzHfYKH4w>
- Kusandryani, Y dan Luthfy. 2006. *Karakterisasi plasma nutfah kangkung*. *Bul. Plasma Nutfah*. 12 (1): 30-32.
- Westphal, E. 1994. *Ipomoea aquatic Forsskal, p. 181-184. In: Siemonsma and K. Piluek (eds.). Plant Resources of South-East Asia and Vegetables* 8PROSEA Foundation.