

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi penopang perekonomian di Indonesia. Sektor tersebut menjadi andalan sebagai penggerak pembangunan nasional sampai sekarang.

Pertanian penting dalam perekonomian nasional. Oleh karena itu, pembangunan ekonomi nasional abad ke-21, masih akan tetap berbasis pertanian secara luas. Namun, sejalan dengan tahapan-tahapan perkembangan ekonomi maka kegiatan jasa-jasa dan bisnis yang berbasis pertanian juga akan semakin meningkat, yaitu kegiatan agribisnis akan menjadi salah satu kegiatan unggulan pembangunan ekonomi nasional dalam berbagai aspek yang luas (Saragih, 2001).

Kegiatan ekonomi yang berbasis pada tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan yang sangat penting di Indonesia. Disamping melibatkan tenaga kerja terbesar dalam kegiatan produksi, produknya juga merupakan bahan pangan pokok dalam konsumsi pangan di Indonesia. Dilihat dari sisi bisnis, kegiatan ekonomi yang berbasis tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan bisnis terbesar dan tersebar luas di Indonesia. Perannya sebagai penghasil bahan pangan dan pokok, menyebabkan setiap orang dari 200 juta penduduk Indonesia terlibat setiap hari dalam kegiatan ekonomi tanaman pangan dan hortikultura (Saragih, 2001)

Pengembangan tanaman pangan khususnya buah – buahan sebagai dampak semakin berkembangnya sektor pertanian mempunyai potensi yang nantinya dapat dijadikan sumber pertumbuhan baru disektor pertanian itu sendiri. Selain itu juga menyerap tenaga kerja dan meningkatkan nilai tambah (*value added*). Maksud dari pembangunan tanaman pangan ini adalah untuk mendukung berkembangnya agrowisata, yang merupakan penggabungan usaha dalam bidang pertanian dengan kepariwisataan dan berkembangnya Agribisnis serta Agroindustri (Soekartawi, 1989).

Pengembangan pertanian ke depan adalah ditujukan untuk penumbuhan dan pengembangan usaha agribisnis baik skala keluarga, skala menengah maupun skala besar. Komoditas buah-buahan mempunyai keanekaragaman dalam jenisnya dan mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi dibanding dengan tanaman pangan. Karena buah-buahan yang selain mempunyai nilai ekonomi tinggi, juga bersifat spesifikasi lokasi, responsif terhadap teknologi maju, produk spesial memiliki nilai tambah yang besar dan pasar terus berkembang, maka tanaman buah-buahan menjadi sangat tepat untuk dikembangkan menjadi usaha agribisnis (Sumarno, 2001).

Indonesia memiliki kondisi agroekologi yang dapat menghasilkan hampir semua jenis buah, termasuk jenis buah yang berasal dari daerah subtropis. Lahan pertanian di Indonesia yang dapat digunakan untuk mengembangkan tanaman buah-buahan sekitar 33,3 juta hektar, antara lain lahan kering (tegalan) seluas 16,59 juta hektar dan lahan pekarangan seluas 4,9 juta hektar. Meskipun hampir

semua jenis buah-buahan dapat dihasilkan di Indonesia, namun produktivitas hasil buah-buahan nasional masih rendah rata-rata 7,5 ton/ha. Peningkatan produksi buah-buahan nasional masih sangat dimungkinkan, dengan penggunaan bibit (varietas unggul) dan penerapan teknologi modern. Di negara-negara maju, penggunaan varietas unggul dan penerapan teknologi modern dapat menghasilkan produksi buah-buahan sebesar 10 ton/ha (Rukmana, 2003).

Tanaman hortikultura yang mulai dikembangkan di Indonesia adalah buah naga. Buah naga atau (*dragon fruit*) memang belum lama dikenal dan diusahakan di Indonesia. Tanaman dengan buahnya berwarna merah dan bersisik hijau ini merupakan pendatang baru bagi dunia pertanian di Indonesia dan merupakan salah satu peluang usaha yang menjanjikan selain itu pengembangan tanaman buah naga sangat bagus dibudidayakan didaerah tropis seperti di Indonesia.

Tanaman buah naga masuk ke Indonesia sekitar tahun 2000, diimpor dari Thailand, kemudian dibudidayakan menjadi tanaman pertanian di beberapa daerah seperti Yogyakarta, Malang, Mojokerto, Bogor, dan Jember. Buah naga memang belum banyak dikenal di Indonesia. Buah ini sulit diperoleh di pasar-pasar tradisional dan hanya dapat dijumpai di pasar swalayan tertentu saja. Selain karena masih sedikit yang menanamnya, hal ini juga disebabkan buah naga masih tergolong jenis tanaman budidaya baru (Purba, 2007).

Hingga saat ini kebutuhan akan buah Naga Indonesia cukup besar dan bukan hanya pasar lokal saja yang ingin mencicipi buah ini. Peluang Ekspor juga tidak kalah besarnya, namun kebutuhan yang besar tersebut belum mampu di

penuhi oleh produksi dalam negeri. Terdapat empat jenis buah naga yang dikembangkan, yaitu buah naga daging putih (*Hylocereus undatus*), buah naga daging merah (*H. polyrhizus*), buah naga daging super merah (*H. costaricensis*), dan buah naga kulit kuning daging putih (*Selenicereus megalanthus*). Masing-masing buah naga memiliki karakteristik tersendiri. Dari buah naga yang dikembangkan tersebut, buah naga daging merah lebih sering dibudidayakan karena memiliki kelebihan tersendiri, yaitu ukuran buah lebih besar dan warna daging lebih menarik. Adapun buah naga yang jarang dibudidayakan adalah buah naga kulit kuning daging putih (*S. megalanthus*) karena ukuran buahnya yang relatif kecil walaupun rasanya paling manis di antara jenis buah naga yang lain (Krisanto, 2009).

Selain sebagai buah segar, buah naga pun dapat digunakan sebagai bahan pewarna dan olahan es krim. Oleh karena itu, tidak tertutup kemungkinan buah naga ini dikembangkan menjadi buah yang memasyarakat. Pada pertengahan tahun 2000, di beberapa swalayan Jakarta pernah dibanjiri buah naga yang diimpor dari Thailand. Saat itu, promosi dilakukan besar-besaran. Kehadirannya pun mengejutkan karena buah ini dipromosikan sebagai buah yang rasanya lebih manis dari semangka walaupun agak asam. Trend buah naga bukan saja hanya dimiliki masyarakat Jakarta, tetapi lambat laun merambah hingga ke daerah-daerah lain di Indonesia. Di beberapa kota besar Indonesia sudah terlihat kecendrungan peningkatan permintaan akan buah naga seperti Surabaya, Denpasar, dan Semarang (Kristanto, 2009)

Pengembangan agribisnis buah naga mulai muncul di Indonesia pada tahun 2003. Sejak itu, pengusaha agrobisnis di Indonesia sudah banyak yang meminati komoditas ini. Mereka menilai bahwa membudidayakan buah naga relatif mudah dan prospek ke depannya sangat cerah dibandingkan dengan buah lainnya. Sabila Farm adalah salah satu kebun penghasil buah naga yang sudah cukup terkenal di Indonesia. Kebun sabila farm mulai berdiri pada tahun 2005 dan sudah berkembang pesat. Pemilik kebun sabila farm adalah bapak Gun Soetopo.

Tabel 1.1. Produksi Buah Naga Kabupaten Jember

Tahun	Produksi (Kw)
2011	18.511
2012	31.404
2013	10.624
2014	37.933
2015	122.679
Total Produksi	221.151

Sumber : Dinas Pertanian, Perkebunan & Kehutanan Kabupaten Jember

Peluang bisnis buah naga memang sangat menjanjikan melihat mulai adanya kesadaran konsumen akan pentingnya mengkonsumsi buah bagi kesehatan dan ditambah lagi dengan rasa dan harga jual buah naga yang tergolong cukup tinggi di pasar. Salah satu keunggulan buah naga dari jenis buah – buahan lain adalah segi tekstur dan juga rasanya yang begitu khas. Buah naga juga bisa dikatakan sebagai jenis buah eksklusif, hal ini bisa dilihat dari harga dan juga pasar yang menyediakan buah ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Investasi Usaha Buah Naga (Studi kasus di UD. Sabila Farm)**”.

B. Rumusan Masalah

Buah naga merupakan salah satu produk pertanian yang mempunyai sifat mudah rusak dan tidak tahan lama. Prospek usahatani buah naga di masa yang akan datang cukup prospektif jika dikelola dengan baik dan professional. Hal ini disebabkan karena kandungan gizi pada buah naga cukup tinggi, serta termasuk kategori buah yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi.

Sektor produksi adalah bagian yang perlu dilihat dan diteliti karena menjadi faktor yang memegang pengaruh penting dalam pengembangan usaha buah naga. Tingginya permintaan dari konsumen menjadikan usaha buah naga semakin berkembang pesat dari waktu ke waktu. Hal ini tentu menjadi peluang bisnis yang harus diperhatikan karena buah naga terbilang tidaklah sulit untuk dibudidayakan.

Beberapa masalah penting yang akan dikaji dan diteliti adalah :

1. Berapa biaya produksi untuk usahatani buah naga ?.
2. Bagaimana budidaya buah naga di Sabila Farm ?.
3. Bagaimana keuntungan dan kelayakan usaha buah naga ?.
4. Bagaimana strategi pemasaran buah naga di Sabila Farm ?.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui biaya produksi usaha buah naga.
2. Untuk mengetahui teknik budidaya buah naga di Sabila Farm.
3. Untuk menghitung dan mengetahui kelayakan usaha buah naga.
4. Untuk mengetahui strategi pemasaran di Sabila Farm.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti merupakan suatu latihan untuk memecahkan masalah yang ada dilapangan dan merupakan media latihan bagi mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan daya menganalisis permasalahan yang dijumpai sesuai dengan ilmu yang diperoleh selama kuliah.
2. Bagi petani, sebagai bahan informasi petani buah naga dalam mengelola usahanya.
3. Bagi pemerintah, sebagai bahan informasi dalam menetapkan kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan usahatani buah naga.
4. Bagi pembaca, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai bahan pustaka untuk penelitian yang akan datang.