

**ANALISIS PRODUKSI DAN PEMASARAN UBI KAYU**  
(Studi Kasus: Desa Lau Beker Kecamatan Kutalimbaru  
Kabupaten Deli Serdang)

**Mawaddah Faliha Lubis<sup>1)</sup>, Rahmanta Ginting<sup>2)</sup> dan Satia Negara Lubis<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis, <sup>2)</sup> dan <sup>3)</sup>Dosen Program Studi Agribisnis

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis produksi dan pemasaran ubi kayu di Desa Lau Beker, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang. Diantaranya dengan menganalisis regresi linear berganda dengan metode *OLS (Ordinary Least Square)*, menganalisis pendapatan petani ubi kayu, menganalisis bagaimana rantai pemasaran bibit karet rakyat, dan menganalisis *price spread* dan *share margin* yang terjadi pada petani ubi kayu, dan menganalisis bentuk struktur pasar ubi kayu. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari petani melalui wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Petani responden diambil dengan menggunakan metode slovin sehingga ditentukan besar sampel petani mawar sebanyak 40 orang petani ubi kayu. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *OLS (Ordinary Least Square)*, pendapatan, Rantai Pemasaran, *Marketing Margin; Price Spread dan Share Margin*, dan menganalisis struktur ubi kayu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil regresi dari metode *OLS (Ordinary Least Square)* diperoleh persamaan  $Y = 6559,691 + 18.238,604X_1 + 6,427X_2 + 0,288X_3 + 1.581,928X_4 + 142,203X_5$ . Pendapatan yang diperoleh petani ubi kayu sebesar Rp. 30.722.921,60. Dalam Rantai Pemasaran ubi kayu terdapat 3 lembaga yang terlibat yaitu petani, pedagang/agen, konsumen. struktur pasar ubi kayu adalah duopsoni. *Marketing Margin, Price Spread dan Share Margin* dalam pemasaran ubi kayu menunjukkan adanya perbedaan masing- masing harga yang diterima oleh petani maupun pedagang ubi kayu.

**Kata kunci :** *Produksi Ubi Kayu, Pendapatan, Pemasaran, Struktur Pasar.*

**ABSTRACT**

This study aims to determine the analysis of the production and marketing of cassava in the village of Lau Beker, District Kutalimbaru, Deli Serdang regency. Among the multiple linear regression analysis with *OLS (Ordinary Least Square)*, analyzing the income of cassava farmers, analyzing how smallholder rubber seed marketing chain, and analyze and share price spread margins occurred in cassava farmer, and analyze forms of cassava market structure . This study uses primary data collected from farmers through direct interviews using a prepared list of questions in advance. Farmer respondents taken using the method specified sample Slovin so farmers rose by 40 cassava farmers. The method of data analysis is the analysis of *OLS (Ordinary Least Square)*, income, Chain Marketing, *Marketing Margin; Price Spread and Share Margin*, and analyze the structure of cassava. The results showed that the regression results from *OLS (Ordinary Least Square)* obtained the equation  $Y = 6559,691 + 18.238,604X_1 + 6,427X_2 + 0,288X_3 + 1.581,928X_4 + 142,203X_5$ . Earned income of cassava farmers Rp. 30,722,921.60. In cassava marketing chain there are three agencies involved,

namely farmers, traders / agents, the consumer. cassava market structure is duopsoni. Marketing Margins, Price Spread and Share Margin in marketing cassava showed individual differences in prices received by farmers and traders of cassava.

**Keywords:** *Cassava Production, Revenue, Marketing, Market Structure*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Di Indonesia ubi kayu menempati urutan nomor tiga setelah beras dan jagung sebagai makanan pokok masyarakat, bahkan di beberapa daerah yang sulit diperoleh beras, ubi kayu digunakan sebagai bahan makanan pokok. Sedangkan dalam bidang peternakan peranan ubi kayu sebagai sumber energi pengganti jagung sangat besar, mengingat harga dan penggunaan jagung yang masih besar untuk makanan manusia. Penyebaran tanaman ubi kayu meluas ke semua propinsi di Indonesia. Dalam hal ini ubi kayu baik lokal maupun luar negeri sangat besar. Dimana ubi kayu untuk bahan pakan ternak, farmasi dan lain sebagainya yang jumlahnya selama ini terus meningkat secara terus menerus dengan peningkatan populasi daripada konsumen (Nuryani, S dan Soedjono, 1994).

Ubi kayu merupakan tanaman pangan terpenting ketiga setelah beras dan jagung, dengan kondisi daerah penelitian yang cocok dalam mengembangkan ubi kayu akan sangat mudah mendapatkan keuntungan, disamping itu ubi kayu memiliki biaya penanaman dan pemeliharaan yang lumayan rendah, sementara hasilnya atau produksinya sangat berpengaruh terhadap pasar dan permintaan akan ubi kayu yang cukup tinggi. Di beberapa daerah yang sulit diperoleh beras, ubi kayu digunakan sebagai bahan makanan cadangan sehingga digunakan masyarakat sebagai bahan makanan pokok (Purwono dan Purnamawati, 2009).

Sumatera Utara merupakan salah satu daerah potensial untuk menghasilkan ubi kayu. Dari tabel 1 dapat dilihat sentra produksi ubi kayu di seluruh Kabupaten dan Kota Sumatera Utara mulai tahun 2007 hingga tahun 2011. Data ini merupakan data yang dipublikasikan Melalui Badan Pusat Statistik Sumatera Utara.

**Tabel 1. Produksi Tanaman Ubi kayu menurut Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Utara Tahun 2007 – 2011 ( ton ).**

<b>Kabupaten/ Kota</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Nias	3021	7963	5298	5969	2857
Mandailing Natal	2982	3238	1799	1942	1951
Tapanuli Selatan	13541	18269	8854	9831	9872
Tapanuli Utara	16000	26068	37451	38426	43052
Toba Samosir	7681	7949	10560	29548	35033
Labuhan Batu	3393	4451	2428	166	299
Asahan	15384	10565	18536	18330	17265
Simalungun	144954	309303	373304	353930	327385
Dairi	2567	5808	6280	10848	8995
Karo	0	2412	52	824	845
Deli Serdang	78800	75497	167017	79551	158457
Langkat	6290	7974	9244	10583	10724
Nias Selatan	8665	15870	72585	51866	24327
Humbang Hasundutan	4274	12883	12469	13650	13447
Pakpak Bharat	463	405	441	2453	2791
Samosir	2495	4985	16163	7352	8102
Serdang Bedagai	96726	155389	111066	149144	292328
Tanjung Balai	351	387	390	1052	484
Pematang Siantar	461	7106	9091	10119	10290
Tebing Tinggi	3273	6610	7148	8627	7889
Medan	4737	4616	7533	1426	2348
Binjai	2373	2863	3147	3391	1236
Padang Sidempuan	1780	1971	4521	5369	7052
Batu Bara	0	16205	22994	23155	43199
Padang Lawas Utara	0	0	8925	7402	8918
Padang Lawas	0	0	10482	7791	4068
Tapanuli Tengah	14361	27986	33506	33594	31057
<b>Total</b>	<b>434572</b>	<b>736773</b>	<b>1007284</b>	<b>905571</b>	<b>1091711</b>

*Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2012.*

Deli Serdang merupakan suatu daerah dimana termasuk dalam produksi terbesar penghasil ubi kayu di Sumatera Utara, disamping itu ada Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Serdang Bedagai. Pengembangan sektor pertanian, khususnya dalam pengembangan tanaman ubi kayu sangat diharapkan menunjang sasaran pembangunan Kabupaten Deli Serdang sebagai daerah yang sebagian penduduknya bekerja di sektor pertanian. Dimana diantara sebagian penduduknya mengusahakan tanaman ubi kayu. Disamping itu sektor ini juga diharapkan sangat mendorong peningkatan pendapatan regional yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan penduduk daerah ini.

Pemasaran sangat penting dalam pertanian dan pengembangan usahatani. Jika pemasaran hasil pertanian tidak berhasil maka semua yang dilakukan akan sia-sia, dengan kata lain biaya produksi tidak tercukupi. Masalah ini sering dihadapi petani dimana harga hasil pertanian mereka sangat rendah bahkan ditolak pasar. Dari latar belakang tersebut maka perlu dikaji lebih jauh bagaimana sebenarnya sistem pemasaran di tempat penelitian tersebut dalam skripsi yang diberi judul “**Analisis Produksi Dan Pemasaran Ubi Kayu di Desa Lau Bekeri Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang**”.

### **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang, masalah yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi produksi ubi kayu di daerah penelitian?
2. Bagaimana tingkat pendapatan petani ubi kayu di daerah penelitian?
3. Bagaimana rantai pemasaran (*channel of marketing*), sebaran harga (*price spread*), margin pemasaran (*marketing margin*), bagian harga yang diterima (*share margin*) pada masing-masing lembaga pemasaran ubi kayu di daerah penelitian?
4. Bagaimana struktur pasar ubi kayu di daerah penelitian ?

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Metode Penentuan Daerah Penelitian**

Daerah penelitian dipilih secara *purposive* (sengaja), yaitu di Desa Lau Bekeri, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, dengan pertimbangan bahwa Desa Lau Bekeri merupakan salah satu sentra produksi ubi kayu di Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang.

### **Metode Penentuan Sampel**

#### **1. Produsen (Petani)**

Berikut merupakan jumlah populasi petani ubi kayu di Desa Lau Bekeri yang diperoleh melalui kantor kepala desa berdasarkan kelompok tani di daerah tersebut.

**Tabel 2. Populasi Petani Ubi Kayu Berdasarkan Kelompok Tani**

Nama Kelompok Tani	Ubi Kayu			
	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Rata-Rata Produksi (Ton/Ha)	Jumlah Petani
Arih Ersada I	20	600	30	20
Panca Murni	12	300	29.17	14
Maju Bersama	20	500	25	21
Arih Ersada II	15	400	26.67	17
<b>Jumlah</b>	<b>67</b>	<b>1850</b>	<b>110.83</b>	<b>72</b>

Sumber: Kantor Kepala Desa Lau Bekeri, 2012.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah petani ubi kayu yang ada di Desa Lau Bekeri Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan tabel jumlah populasi, populasi petani yang mengusahakan ubi kayu di desa tersebut ± 70 petani. Sampel diambil dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling* yaitu sebanyak 40 petani, dengan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{f}{Ve^2} .$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir

Jadi :

$$n = \frac{70}{70.0,10^2}$$

$$n = \frac{7}{0,7}$$

n = 40 petani

## 2. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran terdiri dari pedagang (agen) dan langsung ke pedagang luar daerah (pengolah) di Pabrik. Pengambilan sampel pedagang dalam penelitian ini dilakukan dengan penelusuran mulai dari produsen hingga lembaga pemasaran berikutnya.

Pedagang (agen) di daerah penelitian yang terdiri dari 2 sampel, pengambilan sampel dilakukan dengan cara penelusuran yaitu mengikuti saluran pemasaran berdasarkan informasi dari petani. Metode yang digunakan adalah survey, dimana sampel yang diambil terdiri hanya ada 2 orang pedagang (agen) di daerah penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari petani ubi kayu dengan metode wawancara dan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai lembaga, instansi dan dinas yang terkait dengan penelitian ini, seperti: Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara, Dinas Pertanian Kabupaten Deli Serdang, Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, Kantor Kecamatan, dan Kantor Kepala Desa.

### **Metode Analisis Data**

Masalah 1, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi dianalisis dengan Regresi Linear Berganda dengan Persamaan:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \mu$$

Dimana :

Y = Produksi Ubi Kayu (Kg)

X1 = Luas Lahan (Ha)

X2 = Bibit (Batang)

X3 = Pupuk (Kg)

X4 = Pestisida (Liter)

X5 = Tenaga Kerja (HKP)

b0 = Koefisien Intersep atau Konstanta;

b1, b2, b3, b4, b5 = koefisien regresi atau parameter,

$\mu$  = *error* atau residual atau kesalahan pengganggu.

Masalah 2, Untuk menganalisis pendapatan petani dianalisis dengan menggunakan rumus :

$$Y = TR - TC$$

Dimana :

Y = Pendapatan

TR = Penerimaan Total

TC = Biaya Total

Masalah 3, untuk mengetahui rantai pemasaran dilakukan dengan cara mengamati dan menelusuri langsung ke daerah penelitian tentang saluran pemasaran ubi kayu mulai dari petani ubi kayu sampai kepada konsumen akhir.

Untuk nilai margin pemasaran, sebaran harga (*price spread*), dan bagian harga yang diterima (*share margin*) dianalisis dengan analisis tabulasi sederhana dengan rumus sebagai berikut. Margin pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :  
MP = Margin Pemasaran  
Pr = Harga di tingkat pengecer  
Pf = Harga di tingkat petani/ produsen

Untuk menghitung *Price spread*, yaitu :

$$S = \frac{Pf}{Pr}$$

Keterangan :

S = Price Spread, dihitung dalam rupiah  
Pf = Biaya- biaya pada lembaga pemasaran  
Pr = Harga beli konsumen

Untuk menghitung *Share margin*, yaitu :

$$Sm = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

$$SBi = \frac{Bi}{Pr - Pf} \times 100 \%$$

$$SKi = \frac{Ki}{Pr - Pf} \times 100 \%$$

Keterangan :

Ki = Keuntungan Lembaga  
Pr = Harga di tingkat pengecer  
Pf = Harga di tingkat petani/ produsen

Sm = Share margin ( %).

SBi = Share biaya ( %).

Ski = Share keuntungan ( %)

(Sihombing, 2011).

Masalah 4, untuk mengetahui struktur pasar dianalisis secara deskriptif yaitu melihat atau menjelaskan banyaknya jumlah pedagang serta ada tidaknya diferensiasi produk dan hambatan lembaga pemasaran masuk pasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Ubi Kayu

Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi ubi kayu menunjukkan bahwa terdapat lima variabel yang berpengaruh terhadap variabel produksi ubi kayu (Y), yaitu luas lahan (X1), bibit (X2), pupuk (X3), pestisida (X4), dan tenaga kerja (X5). Untuk mempermudah pembacaan hasil dan interpretasi analisis regresi, maka digunakan bentuk persamaan yang berisi konstanta dan koefisien-koefisien regresi yang didapat dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Persamaan regresi faktor-faktor yang mempengaruhi produksi ubi kayu adalah sebagai berikut.

$$Y = 6559,691 + 18.238,604X1 + 6,427X2 + 0,288X3 + 1.581,928X4 + 142,203X5$$

Keterangan : \* Signifikansi

R<sup>2</sup> : 0,958

Signifikansi F : 0,000

Pada model regresi ini, nilai konstanta yang tercantum adalah sebesar **6559,691**. Hal ini menunjukkan bahwa besar efek rata-rata dari seluruh variabel eksogen terhadap variabel produksi ubi kayu adalah sebesar **6559,691**. menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang diperoleh adalah sebesar 0,958. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 95,8% variasi variabel produksi ubi kayu (Y) telah dapat dijelaskan oleh variabel luas lahan (X1), bibit (X2), pupuk (X3), pestisida (X4), dan tenaga kerja (X5). Sedangkan sisanya, sebesar 4,2%, dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam model.

Untuk menguji hipotesis secara serempak, dilakukan dengan uji F, dan secara parsial, dilakukan dengan uji t, dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan  $\alpha$  5% atau 0,05. Hasil pengujian hipotesis diuraikan dalam bagian berikut.

1. Uji pengaruh variabel secara serempak

Hasil uji pengaruh variabel secara serempak dengan menggunakan Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi F adalah sebesar 0,000. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu variabel luas lahan (X1), bibit (X2), pupuk (X3), pestisida (X4), dan tenaga kerja (X5), secara serempak, berpengaruh nyata terhadap variabel produksi ubi kayu (Y).

2. Uji pengaruh variabel secara parsial

Setelah dilakukan uji pengaruh variabel secara serempak, pembahasan dilanjutkan dengan pengujian pengaruh variabel secara parsial. Hasil uji pengaruh variabel secara parsial dengan menggunakan Uji t.

a. Luas Lahan (X1)

Hasil menunjukkan bahwa variabel luas lahan (X1) memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,000. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu variabel luas lahan (X1), secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel produksi ubi kayu (Y). Nilai koefisien regresi sebesar 18.238,604 menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan luas lahan sebesar 1 ha, maka terjadi pertambahan produksi ubi kayu sebesar 18.238,604 kg. Sebaliknya, jika terjadi penurunan luas lahan, akan menyebabkan turunnya produksi ubi kayu.

b. Bibit (X2)

Hasil menunjukkan bahwa variabel bibit memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,255. Nilai yang diperoleh lebih besar dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak, yaitu variabel bibit (X2) secara parsial, tidak berpengaruh nyata terhadap variabel produksi ubi kayu (Y).

c. Pupuk (X3)

Hasil menunjukkan bahwa variabel pupuk memiliki nilai signifikansi  $t$  sebesar 0,090. Nilai yang diperoleh lebih besar dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima atau  $H_1$  ditolak, yaitu variabel pupuk ( $X_3$ ) secara parsial, tidak berpengaruh nyata terhadap variabel produksi ubi kayu ( $Y$ ).

d. Pestisida ( $X_4$ )

Hasil menunjukkan bahwa variabel harga urin sapi memiliki nilai signifikansi  $t$  sebesar 0,006. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu variabel pestisida ( $X_4$ ) secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel produksi ubi kayu ( $Y$ ). Nilai koefisien regresi sebesar -1.581,928 menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan penggunaan pestisida sebanyak 1 liter, maka terjadi kenaikan produksi ubi kayu sebesar 1.581,928 kg. Sebaliknya, jika terjadi penurunan penggunaan pestisida, akan menyebabkan turunnya produksi ubi kayu.

e. Tenaga Kerja ( $X_5$ )

Hasil menunjukkan bahwa variabel harga pestisida organik memiliki nilai signifikansi  $t$  sebesar 0,032. Nilai yang diperoleh lebih besar dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu  $\alpha$  5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak atau  $H_1$  diterima, yaitu variabel tenaga kerja ( $X_5$ ) secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel produksi ubi kayu ( $Y$ ). Nilai koefisien regresi sebesar 142,203 menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan penggunaan tenaga kerja sebanyak 1 HKP, maka terjadi kenaikan produksi ubi kayu sebesar 142,203 kg. Sebaliknya, jika terjadi penurunan penggunaan tenaga kerja, akan menyebabkan turunnya produksi ubi kayu.

### **Uji asumsi *Ordinary Least Square* (OLS)**

#### **1. Uji asumsi multikolinearitas**

Hasil uji asumsi multikolinearitas untuk model produksi ubi kayu menunjukkan bahwa masing-masing variabel eksogen memiliki nilai toleransi (*tolerance*) lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier produksi ubi kayu terbebas dari masalah multikolinearitas.

## 2. Uji asumsi heteroskedastisitas

Hasil uji asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis grafik untuk produksi ubi kayu menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik varian residual adalah sebagai berikut.

- a. Titik-titik menyebar disekitar angka 0
- b. Penyebaran titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- c. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu, seperti bergelombang menyebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Hal ini menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi linier produksi ubi kayu terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

## 3. Uji Asumsi Normalitas

### a. Analisis Grafik

Hasil uji asumsi normalitas residual model produksi ubi kayu dengan menggunakan analisis grafik menunjukkan bahwa data terlihat menyebar mengikuti garis diagonal dan diagram histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data residual model terdistribusi dengan normal. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi linier produksi ubi kayu memenuhi asumsi normalitas.

**Hipotesis 1 diterima**, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi produksi ubi kayu adalah luas lahan, bibit, pupuk, pestisida, dan penggunaan tenaga kerja.

## 2. Tingkat Produksi dan Pendapatan Petani Ubi Kayu

Berdasarkan keadaan yang ada dilapangan dapat disimpulkan bahwa tingkat produksi ubi kayu di daerah penelitian sangat tinggi yaitu mencapai 25-30 ton/ha. Hal tersebut menunjukkan bahwa ubi kayu tersebut sangat potensial untuk dikembangkan di daerah penelitian tersebut.

Berdasarkan hasil analisis sederhana yang dilakukan untuk usaha pengelolaan ubi kayu dapat dilihat pada tabel berikut yaitu :

**Tabel 3. Rata-Rata Pendapatan Petani Untuk Pengelolaan Ubi Kayu Didaerah Penelitian.**

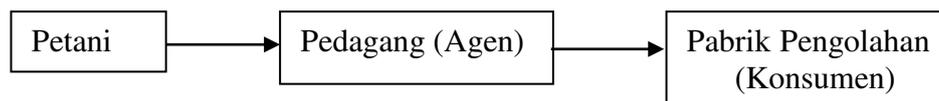
No.	Uraian	Jumlah
1.	Jumlah Produksi (Kg)	26.887,5000
2.	Harga Jual (Rp)	1.100,0000
3.	Penerimaan	31.350.000,0000
4.	Biaya Produksi	627.078,3974
5.	Biaya Tenaga Kerja	165.000,0000
6.	Pendapatan Bersih	<b>30.722.921,6000</b>
7.	Pendapatan Bersih + Tenaga Kerja	<b>30.887.921,6000</b>

Sumber : Data diolah, 2012.

Diketahui bahwa pengelolaan ubi kayu ini bisa memberikan pendapatan bagi pemiliknya. Dengan rata-rata keuntungan yang diperoleh oleh petani ubi kayu di daerah penelitian sebesar Rp.30.722.921,60,- per sekali musim tanam. Dan rata-rata pendapatan keluarga yaitu sebesar Rp. 30.887.921,60,-. Pada produksi 1 kg ubi kayu diperoleh keuntungan sebesar Rp.1.142,647,-. Ini menunjukkan bahwa keuntungan petani cukup tinggi dalam satu periode musim tanam. **Hipotesis 2 diterima**, bahwa tingkat pendapatan petani di daerah penelitian cukup tinggi.

**3. Rantai Pemasaran (*Chanel of Marketing*), Sebaran Harga (*Price Spread*), Margin Pemasaran (*Marketing Margin*), Bagian Harga yang Diterima (*Share Margin*) pada Masing-masing Lembaga Pemasaran Ubi Kayu**

Hasil penelitian, dapat diketahui bahwa lembaga- lembaga yang berperan dalam pemasaran ubi kayu di daerah penelitian adalah petani dan pedagang (agen) dimana agen tersebut langsung memasarkan ubi kayu ke pabrik di luar daerah penelitian. Bentuk dari rantai pemasaran ubi kayu dapat dilihat pada skema berikut :



Dari rantai pemasaran tersebut diketahui bahwa total produksi ubi kayu di daerah penelitian adalah 26.887,5 kg per ha dalam satu musim tanam. Petani melakukan penjualan ubi kayu kepada pedagang (agen) dengan harga Rp. 1.100,-/kg ubi kayu. Kemudian pedagang (Agen) menjual ubi kayu tersebut ke pabrik

pengolahan selaku konsumen yang berada diluar daerah penelitian dengan harga Rp. 1.500,-/kg.

### Marketing Margin, Price Spread dan Share Margin

Untuk mengetahui bagaimana *marketing margin*, *price spread* dan *share margin* yang terdapat pada pemasaran ubi kayu dapat dilihat pada tabel berikut ;

**Tabel 4. Marketing Margin, Price Spread dan Share Margin**

No.	Nama Pedagang	Pr	Pf	MP	Bi	Ki	SM	SBi	Ski	S
1.	Iwan Ginting	1500	1100	400	100	300	73.33	0.25	0.75	0.73
2.	Sehat Ginting	1500	1100	400	100	300	73.33	0.25	0.75	0.73
<b>Total</b>		<b>3000</b>	<b>2200</b>	<b>800</b>	<b>200</b>	<b>600</b>	<b>146.67</b>	<b>0.5</b>	<b>1.5</b>	<b>1.46</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>1500</b>	<b>1100</b>	<b>400</b>	<b>100</b>	<b>300</b>	<b>73.33</b>	<b>0.25</b>	<b>0.75</b>	<b>0.73</b>

Sumber: Data Diolah Primer, 2012.

Tabel 4. diatas diketahui bahwa nilai *marketing margin* (margin pemasaran) adalah sebesar 800. Di tingkat pedagang nilai *share margin* adalah sebesar 73,3%. Untuk nilai *price spread* di tingkat pedagang (agen) adalah sebesar 0,73%.

**Hipotesis 3 diterima**, bahwa Terdapat satu rantai pemasaran dan memiliki nilai sebaran harga (*price spread*), marjin pemasaran, bagian harga yang diterima (*share margin*), ubi kayu yang berbeda di daerah penelitian.

#### 4. Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara deskriptif yaitu melihat atau menjelaskan banyaknya jumlah pedagang serta ada tidaknya diferensiasi produk dan hambatan lembaga pemasaran masuk pasar. Dengan perhitungan konsentrasi ratio. Dapat dilihat jumlah antara komoditi yang dibeli dengan jumlah yang diperdagangkan yang dinyatakan dalam persen.

**Tabel 5. Hasil uji konsentrasi ratio**

No.	Nama Pedagang	Nx	Nz	Kr ( %)
1.	Iwan Ginting	596.000	1.075.500	<b>55,42</b>
2.	Sehat Ginting	505.500	1.075.500	<b>44,58</b>
<b>Total</b>		1.075.500	2.151.000	100

Sumber : Data diolah Primer, 2012.

Dimana:

$N_x$  = Jumlah barang yang di beli dari petani (Kg)

$N_z$  = Total jumlah ubi kayu yang dijual oleh semua pedagang (Kg)

Uji konsentrasi ratio yang dilakukan terhadap 2 sampel pedagang di Desa Lau Bekeri Kecamatan Kutalimbaru Kabupaten Deli Serdang, diperoleh nilai konsentrasi rasionya untuk pedagang pertama sebesar 55,42% dan untuk pedagang kedua sebesar 44,58%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran ubi kayu adalah duopsoni, Pasar duopsoni adalah suatu pasar dimana hanya dikuasai oleh dua orang/kelompok pembeli sebagai konsumen, dan dalam penelitian ini pedagang hanya terdiri dari dua orang yang membeli ubi kayu terhadap banyak petani atau dalam hal ini yaitu sebanyak 40 sampel.

**Hipotesis 4 diterima**, yaitu struktur pasar dalam pemasaran ubi kayu di daerah penelitian adalah pasar duopsoni.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi ubi kayu (Y) yaitu luas lahan (X1), bibit (X2), pupuk (X3), pestisida (X4), dan tenaga kerja (X5).
2. Rata-rata pendapatan yang diperoleh oleh petani ubi kayu di daerah penelitian sebesar **Rp. 30.722.921,60** per musim tanam dimana rata-rata produksi sebesar **Rp. 26.887,5** kg. Dan untuk produksi 1 kg ubi kayu diperoleh keuntungan sebesar **Rp.1.142,647,-**.
3. Nilai *marketing margin* (margin pemasaran) adalah sebesar 800. Ditingkat pedagang nilai *share margin* adalah sebesar 73,3%. Untuk nilai *price spread* di tingkat pedagang (agen) adalah sebesar 0,73%.
4. Lembaga-lembaga yang berperan dalam pemasaran ubi kayu di daerah penelitian adalah petani dan pedagang (agen) yang dimana agen tersebut langsung memasarkan ubi kayu ke pabrik di luar daerah penelitian, Rantai pemasaran yang terjadi dalam pemasaran ubi kayu adalah:  
Petani  $\longrightarrow$  Pedagang (Agen)  $\longrightarrow$  Pabrik Pengolahan (Konsumen).
5. Struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran ubi kayu adalah duopsoni.

## **Saran**

1. Agar petani lebih termotivasi untuk mengusahakan ubi kayu karena produksinya yang tinggi. Dan memperbanyak jumlah pedagang agar pemasaran dapat dilakukan dengan lebih mudah.
2. Agar pemerintah memberikan bantuan kepada para petani berupa jasa penyaluran pupuk dan pestisida serta biaya sarana produksi lainnya. Dan menciptakan suatu Agroindustri pengolahan ubi kayu di daerah penelitian, disamping membantu pemasaran ubi kayu juga akan membantu masyarakat dalam penyerapan tenaga kerja.
3. Agar meneliti tentang strategi pemasaran ubi kayu sehingga mampu meningkatkan nilai jual komoditi ubi kayu di daerah penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik. 2011. Produksi Tanaman Ubi kayu menurut Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera, Medan.
- Nuryani, S dan Soedjono. 1994. Dahara Prize, Semarang.
- Purwono dan Heni Purnamawati. 2009. Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Pracoyo, T.K. dan A. Pracoyo. 2006. Aspek Dasar Ekonomi Mikro. PT Grasindo. Jakarta.
- Sihombing, Luhut. 2011. Tataniaga Hasil Pertanian. USU press, Medan.