

ABSTRAK

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN UBI KAYU DI KECAMATAN TERUSAN NUNYAI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH

Oleh

DESITA ANDARESTI

Ubi kayu adalah komoditas pertanian yang banyak ditanam oleh petani di Indonesia. Pemasaran ubi kayu yang efisien merupakan aspek penting seiring dengan kontinuitas pasokan bahan baku di pabrik. Penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar ubi kayu (2) mengetahui tingkat margin dan faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran ubi kayu dan (3) mengetahui tingkat efisiensi pemasaran ubi kayu di Kecamatan Terusan Nunyai Kabupaten Lampung Tengah. Penelitian menggunakan metode survei dengan melibatkan 40 petani responden yang dipilih secara acak sederhana. Responden lembaga pemasaran ditetapkan menggunakan metode *snowball sampling* yang melibatkan 3 pedagang pengumpul (lapak) dan 3 agen. Penelitian dilakukan pada bulan Januari-Oktober 2021. Tujuan satu dianalisis dengan deskriptif kualitatif meliputi struktur dan perilaku pasar, sedangkan tujuan kedua dan ketiga dianalisis dengan deskriptif kuantitatif meliputi margin pemasaran, pangsa produsen, elastisitas transmisi harga, dan rasio margin keuntungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran dianalisis menggunakan model regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni dan terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pemasaran I (petani-agen-pabrik) merupakan rantai terpendek dengan margin (Rp7,90/kg) dan tingkat efisiensi pemasaran yang tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran yaitu rafaksi, harga jual petani, dan jarak pemasaran. Penelitian menyimpulkan bahwa sistem pemasaran ubi kayu tidak efisien karena nilai margin pemasaran, rasio margin pemasaran yang tidak merata, dan elastisitas harga transmisi < 1 .

Kata kunci : efisiensi, pemasaran, ubi kayu

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING EFFICIENCY OF CASSAVA IN TERUSAN NUNYAI DISTRICT LAMPUNG TENGAH REGENCY

By

DESITA ANDARESTI

Cassava is an agricultural commodity that is widely grown by farmers in Indonesia. Efficient marketing of cassava is an important aspect along with the continuous supply of raw materials to the factory. This study aims to: (1) analyze the market structure, market behavior, and market performance of cassava (2) determine the level of margin and the factors that affect the marketing margin of cassava, and 3) determine the level of marketing efficiency of cassava in the Terusan Nunyai District Lampung Tengah Regency. The research used a survey method involving 40 respondent farmers who were randomly selected. Respondent marketing agencies were determined using the *snowball sampling method* which involved 3 collecting traders and 3 agents. The research was conducted in January-October 2021. The first objective was analyzed by qualitative descriptive covering market structure and behavior, while the second and third objectives were analyzed by quantitative descriptive including marketing margin, producer share, price transmission elasticity, and profit margin ratio. Factors that affect marketing margins were analyzed using multiple linear regression model. The research showed that the market structure was an oligopsony market and there were three marketing channels. Marketing channel I (farmer-agent-factory) is the shortest chain with a margin (Rp7.90/kg) and a high level of marketing efficiency. Factors that affecting marketing margins are fractionation, farmers' selling price, and marketing distance. The study concluded that the cassava marketing system was inefficient because of the marketing margin value, the unequal marketing margin ratio, and the transmission price elasticity < 1 .

Keywords: cassava, efficiency, marketing