

ABSTRAK

ANALISIS PENDAPATAN DAN SISTEM PEMASARAN UBI KAYU DI DESA MUARA JAYA KECAMATAN SUKADANA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR

Oleh

GHUYUB SHOLICHIN

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pendapatan usahatani ubikayu di Desa Muara Jaya dan mengetahui sistem pemasaran ubikayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur. Responden dalam penelitian ini adalah petani ubikayu yang berjumlah 50 orang yang di ambil secara sengaja (*purposive*). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis pendapatan dan metode SCP (*struktur conduct performance*). Hasil penelitian menyatakan bahwa usahatani ubikayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur menguntungkan serta layak diusahakan karena nilai R/C >1. Sistem Lembaga yang terlibat dalam sistem pemasaran yaitu petani dan pabrik tapioka PT Muara Jaya Tapioka, penentuan harga ditentukan oleh pabrik, serta hanya ada satu saluran pemasaran yaitu dari petani langsung ke pabrik melalui agen pemilik jasa angkutan (truk) sehingga sistem pemasaran ubi kayu di Desa Muara Jaya sudah efisien.

Kata kunci: pendapatan usahatani, sistem pemasaran, ubi kayu

ABSTRACT

ANALYSIS OF INCOME AND MARKETING SYSTEM OF CASSAVA IN MUARA JAYA VILLAGE, SUKADANA DISTRICT, EAST LAMPUNG DISTRICT

By

GHUYUB SHOLICHIN

The aim of this research is to analyze cassava farming income in Muara Jaya Village and determine the cassava marketing system in Muara Jaya Village, Sukadana District, East Lampung Regency. The respondents in this study were 50 cassava farmers who were taken purposively. The data used in this research are primary data and secondary data. The data analysis used in this research uses income analysis and the SCP (conduct performance structure) method. The results of the research state that cassava farming in Muara Jaya Village, Sukadana District, East Lampung Regency is profitable and worth cultivating because the R/C value is >1 . System: The institutions involved in the marketing system are farmers and the tapioca factory PT Muara Jaya Tapioka, pricing is determined by the factory, and there is only one marketing channel, namely from farmers directly to the factory via agents who own transportation services (trucks) so that the cassava marketing system in the village Muara Jaya is efficient.

Key words: cassava, farming income and marketing system