

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

(Skripsi)

Oleh

Ghuyub Sholichin  
1714131065



**JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2024**

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

**Oleh**

**Ghuyub Sholichin**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PERTANIAN**

**Pada**

**Jurusan Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
2024**

## **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*

Judul Skripsi

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

Nama Mahasiswa

: **Ghuyub Sholichin**

No. Pokok Mahasiswa

: **1714131065**

Jurusan

: **Agribisnis**

Fakultas

: **Pertanian**



**MENYETUJUI**

**1. Komisi Pembimbing**

**Dr. Ir. Klut Murniati, M.T.A.**  
NIP 196211201988032002

**Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si.**  
NIP 196408251990032002

**2. Ketua Jurusan Agribisnis**

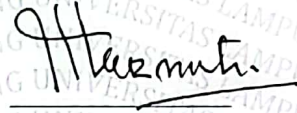
**Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si**  
NIP 196910031994031004



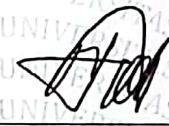
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

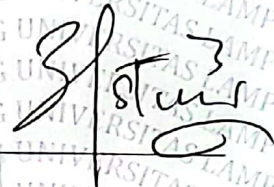
**Ketua : Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A**



**Anggota : Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si**



**Penguji : Ir. Suriaty Situmorang, M.Si**



**2. Dekan Fakultas Pertanian**



**Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.**

NPWP 1818011181989021002



**Tanggal lulus ujian skripsi : 17 Januari 2024**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : GHUYUB SHOLICHIN

NPM : 1714131065

Program Studi : S1 Agribisnis


Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Alamat : Jalan Panglima Polim Gg. Randu 8 No.25

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dari sumbernya, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 16 Januari 2024  
Penulis,



GHUYUB SHOLICHIN  
NPM 1714131065

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung pada Tanggal 09 Februari 1999 dari pasangan Bapak Sunardi dan Ibu Siti Muningdari. Penulis merupakan anak keempat dari empat bersaudara. Penulis menyelesaikan studi tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Segala Mider pada tahun 2011, tingkat Menengah Pertama di SMP Negeri 10 Bandar Lampung pada tahun 2014, dan tingkat Menengah Atas di SMA Negeri 9 Bandar Lampung pada tahun 2017. Penulis

melanjutkan pendidikan S1 di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung pada Tahun 2017 melalui jalur seleksi SBMPTN. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Nampirejo, Kecamatan Batang Hari, Kabupaten Lampung Timur selama 40 hari dari bulan Januari hingga Februari Tahun 2020. Selanjutnya penulis melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT Pertani Persero selama 30 hari kerja efektif pada bulan Juni hingga Agustus Tahun 2020.

Penulis aktif di organisasi dalam kampus diantaranya Himpunan Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai anggota bidang III, yaitu minat dan bakat. Selain itu, selama perkuliahan penulis pernah aktif menjadi anggota enumerator dalam tim penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.



## SANWACANA

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Alhamdulillahirobbil'alamin*, puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan pada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di hari akhir nanti. Penelitian ini berjudul **“ANALISIS PENDAPATAN DAN SISTEM PEMASARAN UBI KAYU DI DESA MUARA JAYA KECAMATAN SUKADANA KABUPATEN LAMPUNG TIMUR”**.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih, bantuan, nasehat, serta saran-saran yang membangun untuk penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung, dan selaku Dosen Pembahas skripsi atas masukan, arahan dan nasihat yang diberikan.
3. Dr. Ir. Ktut Murniati, M.T.A, selaku Pembimbing Pertama sekaligus sebagai Pembimbing Akademik atas pelajaran, bimbingan, arahan, nasehat, saran, serta meluangkan waktu yang banyak membantu dan memotivasi penulis dalam menjalani perkuliahan dan tentunya menyelesaikan skripsi ini, serta ilmu yang telah diberikan selama masa penelitian.
4. Ir. Rabiatul Adawiyah, M.Si, selaku Pembimbing Kedua atas kesediannya untuk memberikan ilmu, motivasi, nasihat, arahan, dukungan, dan bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi.

5. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si. selaku dosen penguji yang sudah memberikan masukan, arahan dan sarannya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lebih baik.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis, atas semua ilmu dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
7. Seluruh tenaga kependidikan di Jurusan Agribisnis, Mba Iin, Luki, pak Buchori, dan mas Boim atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis.
8. Seluruh petani ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam memberikan data dan informasi kepada penulis selama penelitian.
9. Teristimewa kepada keluarga, orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada penulis selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini yaitu : bapak Sunardi BA dan ibu Siti Mungingdari A.Md. Selain itu ketiga kakak yang kubanggakan sudah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian studi dan penyelesaian skripsi ini yaitu : Asri Septian A.Md, Sujatmiko A.Md, dan Arif Fitra Syardi A.Md
10. Sahabat-sahabat penelitian: Mas Seta, Bang Varingan Prianando, Gagah Wicaksono, Khrisna Indrawan Syahyani, Amarulhaq, Nurfath Bella Syahidah dan Yuyun Trianingsih atas motivasi, kebersamaan, saran, dan dukungannya kepada penulis.
11. Sahabat-sahabat group Hmm : Angga, Fajri, Lutfi, Medi doa, saran dukungan, semangat dan kebersamaan yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat futsal : Faiq, Firman, Bayu, Angga, Juanda, Ridho, Vieri, Mikel, Arif, Hafidz, Rizky dan Agit atas dukungan dan inspirasi yang tiada hentinya selama perkuliahan ini.
13. Teman-teman “Teman Hidup”/ teman sekelas atas kebersamaannya selama perkuliahan, terkhusus kepada sahabat main dan ngobrol : Gagah, Medi, Wawan, Baihaqi, Fiqri, Ricky, Medi, Nando, Lucas, Angga dan Andika yang akhir-akhir ini menyemangati penulis dalam pengerjaan skripsi.
14. Agribisnis 2017 yang kubanggakan, yang telah saling memberikan dukungan dan kebersamaan selama masa perkuliahan di Universitas Lampung, terkhusus atlet badminton dan futsal AGB 17 : Fajri, Abizul, Amar, Angga, Baihaqi, Wawan, Andrian, Fiqri, Gagah, Nando, Irfan, Luthfi, Rakha, Prayudi, Yoga, Rafif, Rifki dan

Lucas yang telah membantu menyegarkan jasmani sehingga melancarkan pengerjaan skripsi ini.

15. Almamater tercinta dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.. Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Amin.

Bandar Lampung, 16 Januari 2024

Penulis,

Ghuyub Sholichin

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Agribisnis Ubi kayu .....	9
2. Produk Turunan Ubi Kayu.....	10
3. Konsep Pendapatan Usahatani.....	11
4. Sistem Pemasaran .....	12
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Pemikiran.....	24
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Metode Dasar Penelitian .....	25
B. Definisi Operasional .....	25
C. Waktu, Lokasi Penelitian Dan Responden .....	28
D. Jenis Dan Sumber Data.....	29
E. Metode Analisis Data.....	30
<b>IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Timur .....	33

1. Keadaan Geografi.....	33
2. Kondisi Iklim .....	33
3. Keadaan Demografi .....	34
4. Keadaan Topografi.....	34
<b>B. Gambaran Umum Kecamatan Sukadana.....</b>	<b>35</b>
1. Keadaan Geografi.....	35
2. Keadaan Demografi .....	35
3. Keadaan Pertanian.....	35
4. Keadaan Pertanian.....	36
<b>V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
<b>A. Karakteristik Petani Ubi Kayu .....</b>	<b>37</b>
1. Umur .....	37
2. Tingkat Pendidikan .....	38
3. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	38
4. Pekerjaan.....	39
5. Lama Berusahatani Ubi Kayu .....	40
6. Kepemilikan Luas Lahan Usahatani Ubi Kayu.....	41
7. Karakteristik Agen.....	42
<b>B. Biaya Dan Pendapatan Ubi Kayu.....</b>	<b>43</b>
1. Biaya Usahatani Ubi Kayu.....	43
a. Biaya bibit.....	43
b. Biaya pupuk .....	44
c. Biaya pestisida .....	45
d. Biaya tenaga kerja.....	46
e. Biaya penyusutan .....	47
f. Pendapatan Usahatani Ubi Kayu.....	48
2. Sistem Pemasaran ubi kayu.....	51
a. Struktur pasar .....	51
b. Perilaku pasar.....	51
c. Keragaan pasar.....	53
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>54</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>54</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>54</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>59</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu tahun 2014-2018 .....	3
2. Luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu di Indonesia tahun 2017.....	3
3. Perkembangan harga rata-rata ubi kayu di tingkat produsen di provinsi lampung tahun 2015-2019 (Rp/Kg).....	5
4. Luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu di Provinsi Lampung tahun 2017.....	6
5. Produksi ubi kayu di Kabupaten Lampung Timur tahun 2017.....	7
6. Tinjauan penelitian terdahulu .....	16
7. Sebaran umur dan pendidikan petani ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana .....	37
8. Sebaran Petani ubi kayu berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana .....	38
9. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Ubi Kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana .....	39
10. Sebaran petani berdasarkan pekerjaan sampingan di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana .....	40
11. Sebaran responden petani ubi kayu berdasarkan pengalaman berusaha ubikayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana .....	40
12. Sebaran petani ubi kayu berdasarkan luas lahan di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur. ....	41
13. Karakteristik agen komoditas ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur .....	42
14. Rata-rata biaya penggunaan bibit ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur .....	44
15. Rata-rata biaya pupuk petani ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur (Ha).....	45
16. Rata-rata penggunaan tenaga kerja petani ubi kayu per hektar di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur dalam satuan Hari Orang Kerja (HOK). ....	47

17. Rata-rata biaya penyusutan usahatani ubi kayu Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur .....	48
18. Analisis pendapatan usahatani ubi kayu per luas lahan 1,76 ha di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur .....	49
19. Analisis pendapatan usahatani ubi kayu per luas lahan 1 ha di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Bagan turunan produk ubi kayu .....	11
2. Kerangka pemikiran analisis efisiensi pemasaran ubi kayu di Kecamatan Labuhan Ratu Kabupaten Lampung Timur .....	24
3. Saluran pemasaran ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur .....	52

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kebanyakan masyarakatnya yaitu petani atau buruh tani baik on farm, dan off farm. Banyak sektor pertanian yang ada di Indonesia yang salah satunya yaitu sektor pangan. Sektor pangan di Indonesia memang sangat banyak di minati oleh petani kita, yaitu salah satunya adalah ubi kayu. Ubi kayu ini sangatlah populer di dunia khususnya di negara-negara tropis sebab kandungan karbohidratnya yang cukup banyak guna untuk memenuhi kebutuhan energi tubuh. Ubi kayu juga merupakan tanaman yang mudah untuk ditanam dan dapat tumbuh di berbagai lingkungan agroklimat tropis, meski tingkat produksinya akan bervariasi berdasarkan tingkat kesuburan lahan dan ketersediaan airnya (Nurhaida, 2014).

Indonesia dikenal sebagai negara tropis yang sangat cocok sebagai tempat tumbuh tanam bagi tanaman pangan salah satunya yaitu ubi kayu. Ubi kayu merupakan komoditas tanaman pangan di Indonesia yang menempati urutan ketiga setelah padi dan jagung (Ginting, 2002). Ubi kayu merupakan komoditas pangan yang dapat dijadikan sebagai sumber karbohidrat, dan melalui diversifikasi konsumsi dapat dimanfaatkan sebagai substitusi atau pengganti pangan pokok beras. Sebagai komoditas sub-sektor tanaman pangan yang penting, ubi kayu atau singkong telah mendapat perhatian pemerintah sebagai bahan pangan potensial masa depan dalam tatanan pengembangan agribisnis dan agroindustri. Ubi kayu juga dapat digunakan sebagai bahan baku berbagai industri non pangan dan pakan ternak.

Ubi kayu merupakan sektor makanan yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Ubi kayu merupakan salah satu tanaman pangan unggulan di Indonesia. Ubi kayu cukup baik dibudidayakan pada tanah yang tidak subur, cara berusahatani ubi kayu relatif mudah, sehingga para petani tetap membudidayakannya.

Ubi kayu berperan cukup besar dalam mencukupi bahan pangan nasional dan dibutuhkan sebagai bahan pakan (ransum) ternak, kertas, kayu lapis, serta bahan baku berbagai industri makanan. Ubi kayu merupakan tanaman pangan terpenting ketiga setelah beras dan jagung. 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. Beberapa daerah yang sulit diperoleh beras, ubi kayu digunakan sebagai bahan makanan cadangan sehingga digunakan masyarakat sebagai bahan makanan pokok sebagai pengganti beras (Purwono dan Purnamawati, 2009).

Ubi kayu merupakan komoditas hasil pertanian yang banyak ditanam di Indonesia dan merupakan sumber karbohidrat yang penting setelah beras, dengan kandungan karbohidrat adalah 34,7%, namun pada kenyataannya ubi kayu kurang begitu dimanfaatkan. Untuk itu perlu adanya pemanfaatan ubi kayu agar menjadi makanan yang memiliki nilai gizi yang cukup tinggi. Ubi kayu dapat disajikan sebagai makanan pokok pengganti nasi (tiwul), roti, biskuit, tape, pati dan berbagai macam makanan lainnya (Soetanto, 2001).

Menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia, lahan pertanian mulai saat ini luas lahannya semakin kecil, dikarenakan lahan tersebut digunakan untuk pembangunan yang sering terjadi tanpa memikirkan dampak lingkungan. Sekarang ini sudah banyak lahan pertanian yang mulai perlahan beralih fungsi menjadi gedung-gedung perkantoran, perumahan, mall dan lainnya. Data perkembangan luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu dapat dilihat pada Tabel 1.



Tabel 1. Luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu tahun 2014-2018 di Indonesia

Tahun	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
2014	1.003.494	23.436.384	23,355
2015	949.916	21.801.415	22,951
2016	822.744	20.260.675	24,626
2017	772.975	19.053.748	24,650
2018	792.952	19.341.233	24,391

Sumber: Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2018

Tabel 1 menunjukkan luas panen ubi kayu dari tahun 2014 hingga 2017 mengalami penurunan disebabkan oleh terjadinya alih fungsi lahan menjadi perumahan dan bangunan lainnya atau petani ubi kayu beralih ke usahatani lainnya. Produksi ubi kayu juga terlihat menurundari tahun 2014 hingga 2017, hal ini sejalan dengan luas panen yang menurun maka produksinya juga akan ikut menurun. Produktivitas ubi kayu pada tahun 2014 hingga 2015 sempat mengalami penurunan dan pada tahun berikutnya hingga 2017 mengalami peningkatan, meskipun pada tahun 2018 kembali mengalami penurunan.

Berdasarkan potensinya, ubi kayu dapat bertahan pada setiap kondisi lahan, iklim, sumber daya manusia, dan tingkat adaptasi teknologi di berbagai daerah di Indonesia (Nur, 2020). Provinsi Lampung merupakan sentra produksi ubi kayu terbesar di Indonesia disusul oleh Provinsi Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat dan DI Yogyakarta seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu Provinsi 5 besar di Indonesia pada tahun 2017

Provinsi	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
<b>Lampung</b>	<b>208.662</b>	<b>5.451.312</b>	<b>26,125</b>
Jawa Tengah	120.895	3.138.864	25,964
Jawa Timur	118.409	2.908.417	24,562
Jawa Barat	74.438	1.901.433	25,544
DI Yogyakarta	54.204	1.025.693	18,923
Indonesia	772.975	19.053.748	24,650

Sumber: Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2018

Tabel 2 menunjukkan bahwa Provinsi Lampung menempati posisi pertama sebagai sentra produksi ubi kayu pada tahun 2017. Dari data tersebut terlihat bahwa Provinsi Lampung memiliki luas panen terluas di Indonesiaseluas 208.662 Ha. Sebagai sentra produksi ubi kayu seharusnya Provinsi Lampung tetap mempertahankan luas panen, produksi dan produktivitasnya agar Provinsi Lampung masih menjadi sentra produksi unggulan di Indonesia..

Harga ubi kayu dalam 5 tahun terakhir cukup fluktuatif dan mengalami perubahan sewaktu-waktu. Harga ubi kayu antara satu tempat dengan tempat yang lain bisa berbeda, karena jarak lokasi yang berbeda. Harga ubi kayu dalam 5 tahun terakhir cukup fluktuatif dan mengalami kenaikan. Berdasarkan harga rata-rata ubi kayu di tingkat produsen pada 5 tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perkembangan harga rata-rata ubi kayu di tingkat produsen di Provinsi Lampung Tahun 2015-2019 (Rp/Kg)

No	Bulan	HargaUbiKayu (Rp/Kg)				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Januari	1.004	1.063	579	860	1.416
2	Februari	1.021	1.043	577	935	1.330
3	Maret	1.035	1.061	563	997	1.345
4	April	1.048	1.009	568	1.180	1.322
5	Mei	1.069	951	606	1.313	1.267
6	Juni	1.101	907	601	1.751	1.253
7	Juli	1.134	874	666	1.667	1.210
8	Agustus	1.184	831	721	1.536	1.294
9	September	1.236	632	762	1.547	1.267
10	Oktober	1.279	479	779	1.532	1.216
11	November	1.219	548	786	1.447	1.200
12	Desember	1.166	628	810	1.356	1.179
CV (Koefisien Variasi) %		8,1	25,24	14,5	21,8	5,47
Rata-rata		1.125	835	668	1.245	1.275

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung, 2019

Tabel 3 menunjukkan harga di tingkat produsen ubi kayucenderung stabil dengan rata-rata harga per kg di atas rata-rata Rp1.000,00/kg. Peran integrasi pemerintah terhadap petani menunjukkan adanya keberhasilan dalam

pembinaan salah satunya dengan memberikan informasi terkait pola tanam dalam peningkatan produktivitas. Berdasarkan harga rata-rata ubi kayu di tingkat produsen pada 5 tahun terakhir, diperoleh koefisien variasi (cv) yang berbeda-beda dan menunjukkan adanya fluktuasi harga di tingkat petani. Koefisien variasi harga yang didapatkan sebesar 5,47% pada tahun 2019. Nilai tersebut berarti sebesar 5,47 menunjukkan bahwa setiap satu rupiah dari keuntungan yang diperoleh petani, maka risiko akan kerugian yang dihadapi adalah sebesar 5,47 rupiah. Hal tersebut menunjukkan fluktuasi harga ubi kayu di tingkat produsen pada tahun 2019 rendah dan stabil. Apabila dilihat pada tahun-tahun sebelumnya menunjukkan fluktuasi harga ubi kayu di tingkat petani relatif tinggi dan tidak stabil. Harga suatu komoditas di suatu kota/provinsi dikatakan stabil apabila nilai koefisien variasi harganya berada pada kisaran 5-9%.

Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung (2018), ubi kayu sebagai salah satu bahan pangan yang penting di Indonesia mendapatkan perhatian lebih dari masyarakatnya di beberapa daerah di Provinsi Lampung. Ubi kayu menjadi tanaman yang cukup diminati oleh petani untuk ditanam yang mana hal itu terlihat dalam total luas panen ubi kayu di Provinsi Lampung yang masih tinggi dibandingkan Provinsi lainnya. Kabupaten Lampung Timur berada di posisi ketiga penghasil ubi kayu terbesar di Provinsi Lampung. Komoditas ubi kayu sebagai salah satu komoditas tanaman pangan yang banyak diusahakan di Kabupaten Lampung Timur. Data luas panen, produksi, dan produktivitas ubi kayu di kabupaten yang ada di Provinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Luas panen, produksi dan produktivitas ubi kayu di Provinsi Lampung tahun 2017.

Kabupaten/Kota	Luas Panen(Ha)	Produksi(Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
Lampung Tengah	53.805	1.317.660	24,489
LampungUtara	45.374	1.279.623	28,202
<b>LampungTimur</b>	<b>42.994</b>	<b>1.184.497</b>	<b>27,550</b>
TulangBawangBarat	28.453	682.708	23,994
TulangBawang	19.504	504.387	25,861
Way Kanan	10.088	295.811	29,323
LampungSelatan	4.267	97.268	22,797
Pesawaran	2.570	49.509	19,264
Mesuji	732	18.948	25,885
Tanggamus	279	6.842	24,523
Pringsewu	168	3.852	22,930
PesisirBarat	161	3.589	22,293
LampungBarat	159	3.722	23,407
BandarLampung	65	1.661	25,549
Metro	43	1.235	28,710
<b>Lampung</b>	<b>208.662</b>	<b>5.451.312</b>	<b>26,125</b>

Sumber: Badan Pusat StatistikProvinsi Lampung, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa Kabupaten Lampung Timur menempati peringkat ketiga sebagai salah satu kabupaten sentra produksi ubi kayu terbesar di Provinsi Lampung dengan luas panen sebesar 42.994 ha dengan produksinya sebesar 1.184.497 ton. Meskipun menempati urutan ketiga produktivitas ubi kayu Kabupaten Lampung Timur tergolong cukup tinggi dengan menempati urutan keempat sebesar 27,550 Ton/ha. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Lampung Timur ini layak dijadikan sebagai sentra produksi sebab telah melakukan produksi ubi kayu secara baik karena menghasilkan produktivitas yang cukup tinggi di Provinsi Lampung.

Lokasi penelitian tepatnya di Kecamatan Sukadana pada tahun 2017 merupakan salah satu sentra produksi tanaman ubi kayu yang diusahakan oleh rakyat dan salah satu kecamatan yang memiliki kontribusi cukup tinggi terhadap produksi ubi kayu di Lampung Timur. Data produksi ubi kayu di Lampung Timur dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Produksi ubi kayu di Kabupaten Lampung Timur tahun 2017.

No	Kecamatan	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton /Ha)
1	Metro Kibang	738	17.626	23,883
2	Batanghari	225	6.540	29,066
3	Sekampung	181	5.199	28,723
4	Marga Tiga	3868	120.898	31,255
5	Sekampung Udik	2486	59.175	23,803
6	Jabung	2644	67.753	25,625
7	Pasir Sakti	50	1.302	26,040
8	Waway Karya	1826	51.232	28,056
9	Marga Sekampung	72	1.950	27,083
10	Labuhan Maringgai	107	2.951	27,579
11	Mataram Baru	75	1.864	10,651
12	Bandar Sribhawono	5890	162.817	27,642
13	Melinting	293	8.428	28,754
14	Gunung Pelindung	1621	43.345	26,739
15	Way Jepara	1043	25.645	24,587
16	Braja Selebah	68	1.976	29,058
17	Labuhan Ratu	2301	66.812	29,036
18	<b>Sukadana</b>	<b>9398</b>	<b>353.553</b>	<b>37,620</b>
19	Bumi Agung	1670	44.125	26,422
20	Batanghari Nuban	600	17.353	28,921
21	Pekalongan	428	11.551	26,988
22	Raman Utara	255	6.543	25,658
23	Purbalinggo	158	4.875	30,854
24	Way Bungur	514	13.393	26,056
Total		36511	1.096.906	30,043

Sumber : Badan Pusat Statistik kabupaten Lampung Timur tahun 2018

Tabel 5 menunjukkan produksi ubikayu di Kecamatan Sukadana berada di peringkat pertama daerah penghasil ubikayu terbesar di Kabupaten Lampung Timur mencapai 353.553 ton dengan produktivitas 37,620 ton/ha. Tingginya tingkat produktivitas usahatani ubi kayu di Kecamatan Sukadana akan berdampak pada peningkatan pendapatan yang diperoleh dan pada akhirnya berdampak pada tingkat kesejahteraan petani di Kabupaten Lampung timur Kecamatan Sukadana.

Peningkatan produktivitas ini hendaknya dibarengi dengan adanya pemasaran komoditas ubi kayu yang baik dengan tingkat harga yang memadai. Namun pada pemasran ubi kayu petani tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga jual hasil pertaniannya, karena harga jual ditentukan oleh pabrik.



Semakin tinggi harga maka pendapatan petani semakin meningkat, selain harga ditentukan oleh pabrik biaya angkut juga akan menentukan pendapatan petani, ongkos angkut yang tinggi akan mengurangi pendapatan yang diterima oleh petani. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian tentang analisis pendapatan dan sistem pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, maka perlu diidentifikasi permasalahan sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat pendapatan usahatani ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur?
2. Bagaimana sistem pemasaran ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pendapatan usahatani ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur
2. Mengetahui sistem pemasaran ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur

## **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk petani ubi kayu dalam upaya meningkatkan produksi ubi kayu agar meningkatkan pendapatan petani, serta peneliti lain, sebagai referensi dan bahan pembandingan (literatur) pada waktu yang akan datang.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Agribisnis Ubi Kayu**

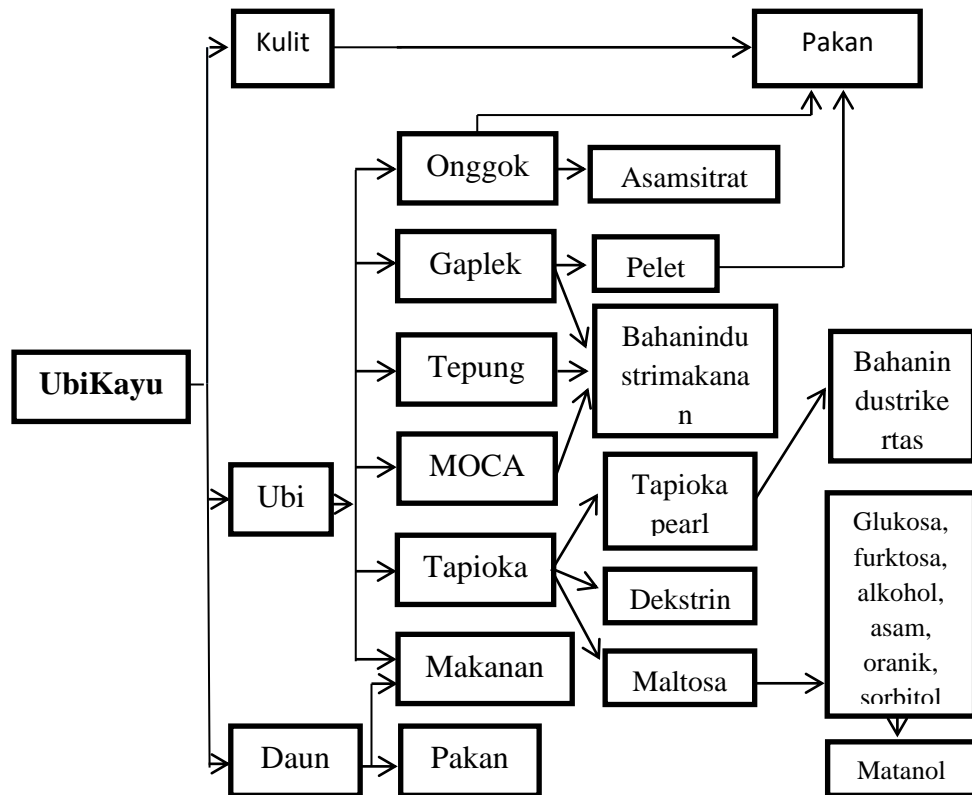
Salah satu komoditas pertanian yang perlu ditata sistem agribisnisnya adalah ubi kayu, karena ubi kayu merupakan komoditas tanaman pangan yang penting sebagai penghasil sumber bahan pangan karbohidrat dan bahan baku industri makanan, kimia dan pakan ternak. Komoditi ubi kayu juga merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang menghasilkan devisa negara melalui ekspor dalam bentuk olahan dari ubi kayu, maka dari itu ubi kayu merupakan aset berharga dan perlu dijaga kelestariannya. (Muizah, R., Supardi, S., Awami, S.N. 2013).

Untuk membuat suatu sistem yang baik dalam sistem agribisnis ubi kayu dimulai dari subsistem pertama yaitu subsistem sarana produksi. Sarana produksi dalam pertanian terdiri dari alat-alat pertanian, pupuk dan pestisida, dimana alat-alat pertanian untuk mengelola lahan dan tanaman digunakan alat-alat seperti cangkul, parang babat, arit dan traktor (Suratiyah, 2008). Subsistem usahatani merupakan subsistem dimana petani membudidayakan ubi kayu dengan mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif dan efisien untuk menghasilkan pendapatan yang maksimal. Dalam satu sistem setiap subsistem saling berhubungan, maka output yang dihasilkan di subsistem usahatani akan menjadi input di subsistem agroindustri. Hal ini juga baik dilakukan dikarenakan sifat produk pertanian yang tidak tahan lama maka peran subsistem agroindustri sangat diperlukan. (Abdullah., Thamrin., Tantri, F. 2013).

## 2. Produk Turunan ubi kayu

Ubi kayu atau *cassava* sudah lama dikenal dan ditanam oleh penduduk dunia. Selain sebagai bahan makanan manusia, ubi kayu juga digunakan untuk bahan pakan ternak dan bahan industri yang dapat menghasilkan tepung tapioka, pembuat alkohol, etanol, gasohol, dan juga tepung gaplek. Ubi kayu memiliki bentuk struktur batang berkayu, beruas-ruas dan panjang, yang ketinggiannya dapat mencapai tiga meter lebih. Daun ubi kayu mempunyai susunan berurat menjari dengan canggap 5-9 helai. Daun ubi kayu biasanya mengandung racun asam sianida atau asam biru, terutama pada daun yang masih muda (Rukmana, 1997).

Tanaman ubikayu mempunyai peran ekonomis yang sangat besar dalam pemberdayaan perekonomian pedesaan. Seluruh bagian tananam ubi kayu dari akar sampai daun memberikan manfaat yang sangat tinggi bagi kehidupan. Produk yang berbahan baku dari ubi kayu antara lain: tepung cassava, tepung tapioka, pakan, makanan, mocaf, chip, gaplek, gula cair, lem, bahan kertas dan bioethanol. Produk turunan ini biasa dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Bagan turunan produk ubi kayu

Sumber : Kementerian Pertanian Republik Indonesia tahun 2019

### 3. Konsep Pendapatan Usahatani

Shinta (2011) mengemukakan bahwa pendapatan digambarkan sebagai sisa pengurangan nilai-nilai penerimaan usahatani dengan biaya yang dikeluarkan. Petani akan memperhitungkan dan membandingkan antara penerimaan dan biaya, dimana semakin tinggi rasio perbandingan ini maka usaha yang dilaksanakan semakin menguntungkan. Apabila dari suatu usahatani tersebut diperoleh pendapatan, maka usahatani itu layak untuk dilaksanakan. Pada dasarnya petani tidak hanya berkepentingan untuk meningkatkan produksi, tetapi juga untuk meningkatkan pendapatannya.

Menurut Suratiyah (2015) analisis pendapatan usahatani bertujuan untuk melihat seberapa besar keuntungan petani yang didapatkan dari usahatani ubi kayu di lokasi penelitian. Pendapatan usahatani dihitung berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi ubi kayu yang

dilakukan selama satu musim tanam. Pendapatan usahatani dapat disimpulkan bahwa selisih antara penerimaan dan biaya. Secara matematis pendapatan usahatani dapat ditulis:

$$\pi = Y \cdot P_y - \sum X_i \cdot P_{x_i} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

- $\pi$  = pendapatan (Rp)
- Y = Hasil produksi (Kg)
- $P_y$  = Harga hasil produksi (Rp)
- $X_i$  = Faktor produksi ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ )
- $P_{x_i}$  = Harga faktor produksi ke- $i$  (Rp)

Untuk mengetahui usahatani menguntungkan atau tidak dapat dianalisis dengan menggunakan nisbah atau perbandingan antara penerimaan dengan biaya (*Revenue Cost Ratio*), yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai :

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

- R/C = Nisbah penerimaan dan biaya
- TR = *Total Revenue* atau penerimaan total (Rp)
- TC = *Total Cost* atau total biaya (Rp)

#### 4. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran adalah kegiatan yang melaksanakan dan memperlancar pemasaran komoditas pertanian baik segar maupun produk olahan (Winardi, 2012). Pada umumnya, analisis sistem pemasaran dilakukan untuk melihat semua kegiatan yang terlibat pada saat berlangsungnya kegiatan pemasaran.

Sistem pemasaran adalah kegiatan yang melaksanakan dan memperlancar pemasaran komoditas pertanian baik segar maupun produk olahan (Winardi, 2012). Pada umumnya, analisis sistem pemasaran dilakukan untuk melihat semua kegiatan yang terlibat pada saat berlangsungnya kegiatan pemasaran yaitu saluran pemasaran, lembaga yang terlibat, penentuan harga.



Sistem pemasaran merupakan salah satu subsistem dalam agribisnis, sehingga fungsi dan peranannya akan mempengaruhi pembangunan agribisnis di Indonesia khususnya dalam pertumbuhan dan pengembangan sektor pertanian (Winardi, 2012). Konsep yang digunakan dalam melihat sistem pemasaran adalah melalui analisis terkait lembaga dan saluran pemasaran, struktur dan perilaku pasar. Analisis terhadap sistem pemasaran dapat dilakukan dengan metode organisasi industri. Pada dasarnya, sistem atau organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu :

a. Struktur pasar (*market structure*)

Struktur pasar (*market structure*) merupakan gambaran hubungan antara penjual dan pembeli yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Struktur pasar dikatakan bersaing sempurna bila jumlah pembeli dan penjual banyak, pembeli dan penjual hanya menguasai sebagian kecil dari barang yang dipasarkan sehingga masing-masing tidak dapat mempengaruhi harga pasar (*price taker*), tidak ada gejala konsentrasi, produk homogen, dan bebas untuk keluar masuk pasar (Hasyim, 2012).

Struktur pasar yang tidak bersaing sempurna terdiri dari pasar monopoli, pasar monopsoni, pasar oligopoli, pasar oligopsoni, dan pasar persaingan monopolistik. Bentuk-bentuk pasar persaingan tidak sempurna dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Pasar Monopoli merupakan pasar dimana hanya ada satu (mono) penjual, sedangkan pembeli jumlahnya banyak (Mubyarto, 1989).
- 2) Pasar Monopsoni merupakan pasar dimana hanya ada satu pembeli berhadapan dengan penjual yang banyak jumlahnya (Mubyarto, 1989).
- 3) Pasar Oligopoli mempunyai ciri yaitu hanya sedikit penjual sehingga tindakan seorang produsen akan mendorong produsen lain untuk beraksi, terdapat lebih dari dua penjual atau produsen (Rahim dan Hastuti, 2008).
- 4) Pasar Oligopsoni merupakan pasar dimana para petani kecil yang

banyak jumlahnya berhadapan dengan sejumlah pedagang yang kedudukan ekonomisnya lebih kuat (Mubyarto, 1989).

- 5) Pasar Persaingan Monopolistik memiliki ciri seperti lebih dari satu penjual, merupakan perusahaan besar, dan perusahaan besar mempunyai pengaruh lebih besar atas suplai dan harga pasar (Rahim dan Hastuti, 2005).

b. Perilaku pasar (*market conduct*)

Perilaku pasar (*market conduct*) merupakan gambaran tingkah laku lembaga pemasaran dalam menghadapi struktur pasar, untuk tujuan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, yang meliputi kegiatan pembelian, penjualan, penentuan harga, serta siasat pasar, seperti potongan harga, penimbangan yang curang, tawar-menawar dan lain-lain (Hasyim, 2012)

Sistem pemasaran adalah kegiatan yang melaksanakan dan memperlancar pemasaran komoditas pertanian baik segar maupun produk olahan (Winardi, 2012). Pada umumnya, analisis sistem pemasaran dilakukan untuk melihat semua kegiatan yang terlibat pada saat berlangsungnya kegiatan pemasaran. (a) saluran pemasaran, (b) lembaga yang terlibat, (c) penentuan harga.

## **B. Kajian Penelitian Terdahulu**

Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus mempelajari studi sebelumnya yang serupa untuk perbandingan dan kajian. Penelitian terdahulu menjadi dasar untuk melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian terdahulu diperlukan untuk mendukung penelitian ini. Penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu yang memiliki persamaan dan perbedaan dalam hal waktu, tempat, dan metode.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini, maka dapat dilihat bahwa terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan antara kajian penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, perbedaannya

penelitian ini menganalisis pendapatan dan sistem pemasaran ubi kayu, sedangkan kebanyakan penelitian terdahulu menganalisis efisiensi pemasaran ubi kayu dan pemasaran bahan pangan lain nya saja. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menganalisis tentang pendapatan dan sistem pemasaran. Secara rinci kajian-kajian penelitian terdahulu disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Tinjauan penelitian terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
1	Iqbal, Lestari, Soelaiman (2014)	Pendapatan Dan Kesejahteraan RumahTanggaPetani Ubi Kayu Di KecamatanSukadana Kabupaten Lampung Timur”	Mengetahui besaran pendapatan rumah tangga petani ubi kayu di Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur.	1. Metode analisis kualitatif 2. Analisis Analisis pendapatan	menyatakan bahwarata-ratapendapatanpetaniubi kayu perhektarberdasarkan biaya tunaidan biaya totalsebesarRp21.931.956,97/th dan Rp20.795.322,09/th sertadiperolehnisbah penerimaan(R/Crasio)atasbiaya tunaidanatas totalsebesar 4,71 dan3,95.
2	Pradika, Hasyim, Soelaiman (2013)	Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Di Kabupaten Lampung Tengah	Menganalisis efisiensi pemasaran ubi jalar di Kabupaten Lampung Tengah.	1. Analisis metode SCP	Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa Sistem pemasaran ubi jalar di Kabupaten Lampung Tengah belum efisien. 1. Struktur pasar (market structure) yang terbentuk adalah oligopsoni. 2. Perilaku pasar (market conduct) petani, yaitu sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan melalui proses tawar-menawar. 3. Keragaan pasar (market performance), yaitu terdapat empat saluran pemasaran ubi jalar, marjin pemasaran dan Ratio Profit Margin (RPM) penyebarannya tidak merata, serta elastisitas

Tabel 6. Lanjutan tinjauan penelitian terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
					transmisi harga ( $E_t$ ) bernilai 0,695 ( $E_t < 1$ ) yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah tidak bersaing sempurna, namun untuk pangsa produsen pada saluran pemasaran di Kabupaten Lampung Tengah menunjukkan bahwa share petani cukup tinggi yaitu 70,54 persen artinya semakin tinggi pangsa produsen merupakan indikator bahwa pemasaran semakin efisien.
3	Adelia, Ismono, Suryani (2020)	Analisis Pendapatan Usahatani Berdasarkan Waktu Tanam Dan Karakteristik Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Bumi Nabung Kabupaten Lampung Tengah	Menentukan waktu tanam terbaik, menganalisis tingkat pendapatan usahatani ubi kayu yang berbeda pada setiap bulan, menganalisis hubungan R/C dengan produksi dan harga serta menganalisis efisiensi pemasaran ubi kayu ada setiap bulan di Kecamatan Bumi Nabung Kabupaten Lampung Tengah.	1. Analisis R/C Rasio 2. Analisis SCP	Berdasarkan hasil dan pembahasan, disimpulkan bahwa rekomendasi bulan tanam terbaik yaitu Mei, Juni, Juli dan Agustus. Nilai R/C atas biaya tunai dan total sebesar 2,82 dan 1,90. Hubungan R/C dengan harga berbanding lurus, terdapat korelasi yang sangat signifikan dan berkorelasi positif. Hubungan R/C ratio berbanding terbalik dengan produksi ubi kayu, terdapat korelasi yang sangat signifikan dan berkorelasi bersifat negatif. Terdapat dua saluran pemasaran ubi kayu yaitu Saluran I petani pabrik tapioka dan saluran II petani, pedagang pengepul dan pabrik tapioka. Nilai farmer's share saluran I sebesar 93,31% dan II 89,92%. Nilai Ratio Profit Margin (RPM) sebesar 0,49.

Tabel 6. Lanjutan tinjauan penelitian terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
4	Habibi, Miftah, Masitoh (2015)	Komparasi Margin Pemasaran Dan Nilai Tambah Ubi Kayu Antara Petani Non Mitra Dengan Petani Mitra	Membandingkan pola usahatani kemitraan dengan non kemitraan ditinjau dari aspek pendapatan usahatani, margin pemasaran, farmer share dan nilai tambah ubikayu.	1. Analisis pemasaran ditentukan dengan metode snow ball sampling 2. Analisis Nilai tambah	Hasil Penelitian menyimpulkan bahwa total margin pemasaran lebih tinggi pada usahatani non mitra dibanding dengan kemitraan, sedangkan farmer share dan nilai tambah lebih besar pada usahatani kemitraan. Berdasarkan kesimpulan disarankan bahwa petani dapat mengikuti program kemitraan dengan unit usaha pengolah ubikayu dengan harapan diperoleh harga jual lebih tinggi, proporsi harga yang diterima petani meningkat yang pada akhirnya penerimaan petani sebagai hasil usahatani ubikayu lebih meningkat.
5	Sari, Hasyim, Situmorang (2019)	Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Dan Nilai Tambah Beras Di Kabupaten Pesawaran	Menganalisis efisiensi sistem pemasaran gabah di Kabupaten Pesawaran dan untuk mengetahui nilai tambah yang diperoleh dari pengolahan gabah menjadi beras di Kabupaten Pesawaran.	1. Analisis SCP	Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran gabah di Kabupaten Pesawaran sudah efisien dilihat dari pangsa p oduse ( $\geq 80\%$ ) walaupun ce de u g e ga ah ke pasar persaingan tidak sempurna (oligopsoni), perilaku pasar menggambarkan bahwa hambatan masuk keluar pasar dialami oleh lembaga perantara dalam permodalan serta rasio profit marjin yang relatif tidak merata. Kegiatan pengolahan gabah (GKP) menjadi beras pada tiga pabrik penggilingan padi yang ada di Kabupaten Pesawaran memberikan nilai tambah positif, artinya kegiatan pengolahan yang dilakukan oleh tiga pabrik tersebut memberikan keuntungan bagi setiap pemilik pabrik.

Tabel 6. Lanjutan tinjauan penelitian terdahulu

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
6	Anggraini, Hasyim, Situmorang (2013)	Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu Di Provinsi Lampung	Untuk menganalisis sistem pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung.	Menganalisis organisasi pasar melalui model S-C-P	Sistem pemasaran ubi kayu di Provinsi Lampung sudah efisien dilihat dari pangsa produsen (PS) yang lebih dari 80%, walaupun: (1) Struktur pasar yang terbentuk adalah pasar yang hampir mendekati pasar bersaing sempurna, yaitu pasar persaingan oligopsonistik. (2) Perilaku pasar : petani produsen ubi kayu tidak menghadapi kesulitan dalam memasarkan hasil panennya, sistem pembayaran dominan dilakukan secara tunai, dan harga dominan ditentukan oleh pihak pabrik/pembeli. (3) Keragaan pasar meliputi : a. Saluran pemasaran ubi kayu yang terdapat di lokasi penelitian terdiri dari 2, yaitu : 1. Petani Pabrik Tapioka 2. Petani Pengumpul Pabrik Tapioka
7	Delita, Prasmatiwi, Yanfika, (2015)	Analisis Kelayakan Finansial Dan Efisiensi Pemasaran Lada Di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan	1. Menganalisis kelayakan finansial usahatani lada 2. Menganalisis efisiensi pemasaran lada di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan.	Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kuantitatif	1. Usahatani lada di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan layak diusahakan. Setelah dianalisis laju kepekaan (sensitivitas), usahatani lada masih dalam keadaan layak untuk diusahakan dan menguntungkan.

Tabel 6. Lanjutan tinjauan penelitian terdahulu

					2. Pemasaran lada di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan belum efisien, karena terdapat margin yang relatif besar, dan rasio profit margin yang tidak merata pada tiap lembaga pemasaran, serta petani masih membutuhkan lembaga perantara untuk menyampaikan hasil produksinya ke konsumen.
8	Putri, Widjaya, Nikmatullah (2020)	Alokasi Faktor Produksi Dan Sistem Pemasaran Padi Organik Di Kabupaten Lampung Tengah	Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi organik di Kabupaten Lampung Tengah. Menganalisis alokasi faktor produksi padi organik di Kabupaten Lampung Tengah, Menganalisis sistem pemasaran padi organik di Kabupaten Lampung Tengah dan Menganalisis prospek keberlanjutan program padi organik setelah proyek bantuan selesai.	1. Metode analisis data yang digunakan dalam menganalisis faktor produksi yaitu dengan fungsi produksi Cobb-Douglas. 2. Analisis SCP	Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi organik di Kabupaten Lampung Tengah adalah benih dan pupuk kompos. Usahatani padi organik belum efisien untuk dilakukan. Saluran pemasaran beras organik sudah cukup efisien, namun volume penjualan masih terbatas karena harga beras organik lebih tinggi jika dibandingkan dengan harga beras biasa. Program Pengembangan Padi Organik dengan metode SRI (System of Rice Intensification) belum berhasil diterapkan secara optimal, hal tersebut dikarenakan kinerja program masih rendah.

Tabel 6. Lanjutan tinjauan penelitian terdahulu



No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
9	Anwar, Hadayani, Muis (2019)	Analisis Pemasaran Keripik Ubi Jalar Pada Usaha Sumber Rezeki Di Kota Palu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuk saluran pemasaran keripik ubi jalar pada Usaha Sumber Rezeki di Kota Palu.</li> <li>2. Margin keripik ubi jalar pada Usaha Sumber Rezeki di Kota Palu.</li> <li>3. Bagian harga yang diterima oleh produsen keripik ubi jalar pada Usaha Sumber Rezeki di Kota Palu</li> <li>4. Efisiensi dari keripik ubi jalar pada Usaha Sumber Rezeki di Kota Palu.</li> </ol>	Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis margin pemasaran, analisis bagian harga yang diterima produsen dan analisis efisiensi pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saluran pemasaran Keripik Ubi Jalar Sumber Rezeki terdiri atas dua saluran pemasaran yaitu : a. Saluran Pertama Produsen <math>\rightarrow</math> Pedagang Pengecer <math>\rightarrow</math> Konsumen b. Saluran Kedua Produsen <math>\rightarrow</math> Pedagang Pengecer I <math>\rightarrow</math> Pedagang Pengecer II <math>\rightarrow</math> Konsumen.</li> <li>2. Margin pemasaran pada saluran pertama mempunyai margin pemasaran dari produsen ke konsumen sebesar Rp. 2.500 untuk kemasan 500 gr dan Rp. 5.000 untuk kemasan 1.000 gr, sedangkan pada saluran kedua mempunyai margin pemasaran dari produsen ke pedagang besar sebesar Rp. 5.000 untuk kemasan 500 gr dan Rp. 10.000 untuk kemasan 1.000 gr. jadi saluran pertama marginnya Rp. 7.500, yang kedua sebesar Rp. 15.000.</li> <li>3. pada saluran pertama adalah 85,7% untuk kemasan 500 gr dan 85,7% untuk kema 1.000 gr, sedangkan pada saluran kedua: 71,4% untuk kemasan 500 gr dan 71,4% untuk kemasan 1.000 gr.</li> <li>4. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pertama (5,14%).</li> </ol>

Tabel 6. Lanjutan tinjauan penelitian terdahulu

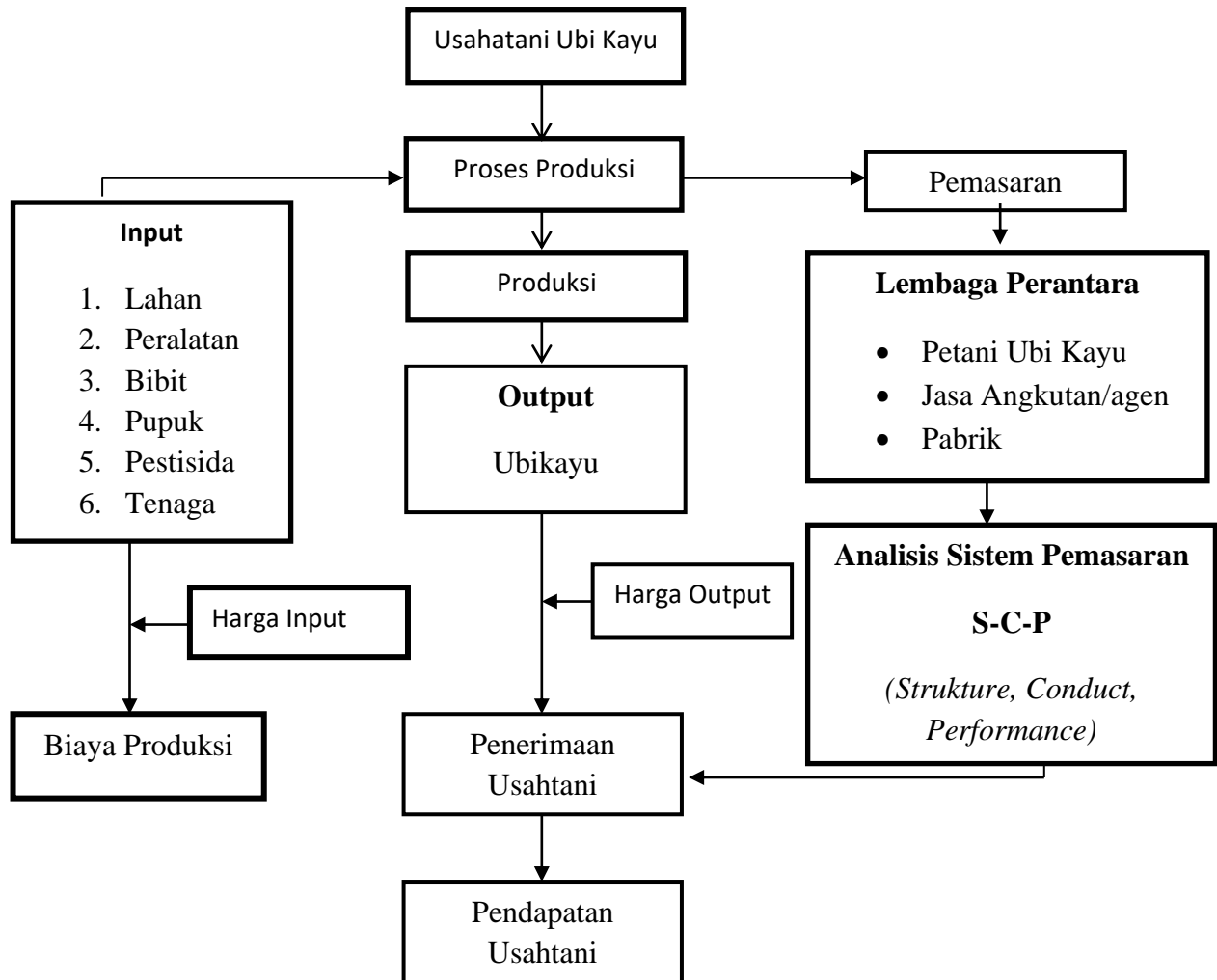
No	Nama Penulis dan Tahun	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil
10	Harmoni, Anwar, Maryati (2018)	Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui besarnya pendapatan usahatani ubi kayu</li> <li>2. Mengetahui rantai nilai pemasaran ubi kayu</li> <li>3. Mengetahui kendala yang dihadapi petani ubi kayu dalam pemasaran ubi kayu di Kecamatan Lombok Utara</li> </ol>	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendapatan petani dari usahatani ubi kayu di Kecamatan Tanjung sebesar Rp 44.172.431 per proses produksi.</li> <li>2. Rantai nilai pemasaran ubi kayu melibatkan empat lembaga pemasaran yakni petani ubi kayu, pedagang pengumpul desa (PPD), pedagang pengumpul kecamatan (PPK) dan pedagang pengecer dalam menyalurkan produksi ubi kayu kepada konsumen akhir.</li> <li>3. Kendala yang dihadapi usahatani ubi kayu dalam pemasaran ubi kayu yaitu informasi pasar atau harga yang kurang disebabkan para pedagang pengumpul ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar</li> </ol>

### C. Kerangka Pemikiran

Banyaknya permintaan ubi kayu di pasaran membuat petani berkeinginan untuk berusaha tani ubi kayu. Ubi kayu merupakan salah satu komoditas tanaman pangan unggulan di Indonesia yang cukup berpotensi dan memiliki peluang besar untuk dikembangkan. Ubi kayu cukup baik dibudidayakan pada tanah yang tidak subur, seperti tanah pudzolik merah kuning (PMK) yang arealnya cukup luas di Provinsi Lampung. Cara berusaha tani ubi kayu relatif mudah dan pemasaran yang mudah, sehingga para petani tetap membudidayakannya.

Usahatani merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana seseorang petani mengalokasikan sumberdaya yang ada secara efektif dan efisien untuk memperoleh keuntungan yang maksimum pada waktu tertentu. Sumberdaya tersebut dapat berupa lahan, pupuk, tenaga kerja, bibit dan obat – obatan agar sebuah usahatani dapat menghasilkan produksi yang maksimum. Produksi yang maksimum tersebut dikalikan dengan harga yang berlaku di pabrik akan menghasilkan tingkat pendapatan usahatani ubi kayu. Namun harga yang berlaku di pabrik tidak sesuai dengan harga yang diterima petani karena pemasaran ubi kayu menunjukkan biaya yang besar sehingga pendapatan juga besar dan harga ubi kayu yang diterima petani lebih rendah dari harga yang diharapkan petani.

Selain pendapatan ubi kayu, dalam menentukan harga produk lembaga pemasaran juga mempertimbangkan besar kecilnya keuntungan yang ingin dicapai. Keuntungan pemasaran suatu saluran pemasaran diperoleh dengan menjumlahkan keuntungannya dari tiap lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Sistem pemasaran merupakan kegiatan yang melaksanakan dan memperlancar pemasaran komoditas pertanian baik segar maupun produk olahan. Perbedaan antara apa yang dibayar oleh konsumen dan apa yang diterima oleh produsen. Secara lebih rinci kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka pemikiran analisis pendapatan dan sistem pemasaran Ubi Kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Dasar Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Menurut Ali (2010), metode survei pada dasarnya merupakan pemeriksaan secara teliti tentang fakta atau fenomena, perilaku, dan sosial terhadap subjek dalam jumlah besar. Menurut Sugiyono (2011) metode survei merupakan salah satu jenis dari metode kuantitatif dimana metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik

#### **B. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan pengertian mengenai variabel yang akan diteliti untuk memperoleh data yang akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian dan yang berhubungan dengan penelitian.

Petani adalah individu atau kelompok orang yang melakukan usaha guna memenuhi kebutuhan sebagian atau secara keseluruhan hidupnya dalam bidang pertanian. Petani ubi kayu adalah individu atau sekelompok orang yang melakukan usahatani ubi kayu guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Usahatani ubi kayu adalah suatu rangkaian kegiatan produksi yang dilakukan oleh petani ubi kayu untuk mengelola faktor-faktor produksi sehingga dapat menghasilkan produksi dan menerima pendapatan di sektor pertanian.

Penerimaan usahatani adalah hasil yang diperoleh petani dari penjualan hasil produksi dikalikan dengan harga diterima petani, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan adalah penerimaan usahatani dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama satu kali periode produksi, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Proses produksi ada segala kegiatan yang menghasilkan barang dan atau jasa serta menambah nilai guna suatu barang atau jasa tersebut.

Lahan pertanian adalah lahan yang ditunjukkan atau cocok untuk dijadikan lahan usaha tani untuk memproduksi tanaman pertanian.

Alat dan mesin pertanian adalah berbagai alat dan mesin yang digunakan dalam usaha pertanian.

Bibit adalah bahan tanam yang berasal dari benih yang disemai dan telah berkecambah untuk menuju proses pertumbuhan dan perkembangan tanam selanjutnya.

Pupuk adalah suatu bahan yang mengandung satu atau lebih unsur hara atau nutrisi bagi tanaman untuk menopang tumbuh dan berkembangnya tanaman.

Pestisida adalah salah satu jenis bahan cair yang diberikan pada tanaman untuk mendukung pertumbuhannya.

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan secara tunai selama proses produksi dalam hal ini biaya pembelian pupuk, benih, upah tenaga kerja, sewa lahan, pajak lahan, dalam satu kali musim tanam. Biaya produksi diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan dalam usahatani ubi kayu, yang jumlahnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang diperoleh, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

*Strukture* adalah banyaknya penjual dan pembeli, diferensiasi produk, hambatan masuk, struktur biaya, integrasi vertikal, dan tingkat konglomerasi menjadi dasar terbentuknya struktur pasar persaingan dalam industri.

*Conduct* adalah Perilaku diartikan upaya untuk memperoleh pasar. Perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan untuk mencapai tujuan dan menghadapi persaingan.

*Performance* merupakan hasil akhir dari keseluruhan bentuk struktur pasar dan dampak dari perilaku industri berdasarkan pendekatan S-C-P. Kinerja perusahaan dalam industri berarti kemampuan produsen atau perusahaan dalam suatu industri dalam menciptakan tingkat keuntungan, efisiensi, pertumbuhan ekonomi, kemampuan dalam menciptakan peluang kerja, dan kemampuan dalam menciptakan pendapatan

*Strukture conduct performance (S-C-P)* adalah Struktur (structure) suatu industri akan menentukan bagaimana para pelaku industri berperilaku (conduct) yang pada akhirnya menentukan kinerja (performance) industri tersebut.

Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan dalam usahatani ubi kayu, yang jumlahnya tidak tergantung dari besar kecilnya produksi yang diperoleh, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya tunai adalah biaya yang secara nyata dikeluarkan petani dalam bentuk uang, yang diukur dalam satuan (Rp).

Biaya diperhitungkan adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam kegiatan usahatani, tetapi tidak dikeluarkan secara tunai, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Tenaga kerja adalah penduduk dalam usia produktif yang sedang bekerja dan tergolong pada angkatan kerja.

Pabrik adalah tempat di mana faktor-faktor industri seperti manusia, alat, material, energi uang informasi dan sumber daya alam (tanah, air, mineral, dan

lain-lain) dikelola bersama-sama dalam suatu sistem produksi guna menghasilkan suatu produk atau jasa secara efektif dan efisien.

Agen adalah perusahaan perdagangan nasional yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama prinsipal berdasarkan perjanjian untuk melakukan pemasaran tanpa melakukan pemindahan hak atas fisik barang atau jasa yang dimiliki/dikuasai oleh prinsipal yang menunjuknya.

Harga di tingkat petani adalah nilai tukar ubi kayu yang diterima petani pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg)..

Pemasaran adalah proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran meliputi biaya angkut, penyusutan, antri, bongkar, panen rafaksi dan panen, yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga di tingkat petani adalah harga jual oleh petani ubi kayu pada saat melakukan transaksi jual beli setelah dikurangi biaya pemasaran, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Harga di tingkat konsumen akhir adalah harga ubi kayu yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Lembaga pemasaran adalah pihak-pihak yang melakukan kegiatan pemasaran mulai dari petani sampai ke konsumen akhir.

Saluran pemasaran ubi kayu adalah suatu pola atau saluran yang menggambarkan seluruh lembaga perantara pemasaran yang bersangkutan dalam melakukan kegiatan penyaluran atau penyampaian komoditas ubi kayu, dimulai dari petani, lapak, pabrik, hingga ke konsumen akhir, yaitu konsumen rumah tangga atau pabrik pengolah.



Keuntungan adalah total penerimaan setelah dikurangi biaya produksi (biaya yang dibayarkan) dan biaya yang diperhitungkan.

Konsumen akhir adalah lembaga pemasaran terakhir yang membeli ubikayu, yaitu pabrik pengolah ubi kayu.

### **C. Waktu, Lokasi Penelitian dan Responden**

Waktu pengambilan data akan dilaksanakan pada bulan Februari 2022 sampai dengan Maret 2022. Penelitian dilakukan di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur. Lokasi ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana merupakan salah satu sentra produksi tanaman ubi kayu yang diusahakan oleh rakyat dan salah satu kecamatan yang memiliki kontribusi cukup tinggi terhadap produksi ubi kayu yaitu menempati urutan pertama penghasil produksi ubi kayu di Kabupaten Lampung Timur. Hal ini mengindikasikan bahwa petani ubi kayu telah melaksanakan kegiatan usahatani serta pemasaran ubi kayu sepanjang tahun. Berdasarkan hasil survei, populasi petani ubi kayu di Desa Muara Jaya, Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur yaitu sebanyak 345 orang petani.

Responden penelitian berada di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur. Sugiyono (2011) menjelaskan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, dalam penelitian ini meliputi jumlah responden yang lebih besar dari persyaratan minimal data berdistribusi normal yaitu 30 responden, sehingga ditentukan jumlah sampel petani ubi kayu yang diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 50 responden yang diambil secara sengaja (*purposive*), selain petani sampel pada penelitian ini juga mengambil data agen yaitu seseorang yang memiliki angkutan dan merupakan orang kepercayaan pabrik, jumlah agen sebanyak 6 orang

#### D. Jenis Dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diperoleh dari kegiatan observasi serta wawancara secara langsung kepada petani ubi kayu yang membudidayakan ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Pada data primer memerlukan pengkajian khusus terhadap hasil wawancara yang diperoleh agar didapatkan data yang riil dan sesuai dengan kondisi petani di lapangan.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi pustaka dan instansi pemerintahan di lokasi penelitian yang memiliki keterkaitan erat dengan permasalahan penelitian seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Kabupaten Lampung Timur, Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan, dan Hortikultura Provinsi Lampung, Direktorat Jendral Tanaman Pangan, laporan-laporan, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### E. Metode Analisis Data

##### 1. Analisis Pendapatan Usahatani Ubi Kayu

Pertama untuk menjawab tujuan pertama adalah analisis pendapatan yaitu Menurut Suratiyah (2015) analisis pendapatan usahatani bertujuan untuk melihat seberapa besar pendapatan petani yang didapatkan dari usahatani ubi kayu di lokasi penelitian. Pendapatan usahatani dihitung berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi ubi kayu yang dilakukan selama satu musim tanam. Pendapatan usahatani dapat disimpulkan bahwa selisih antara penerimaan dan biaya. Secara matematis pendapatan usahatani dapat ditulis :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (6)$$

atau

$$\pi = Y.Py - \sum Xi.Pxi \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

- $\pi$  : Pendapatan (Rp)  
 TR : *Total Revenue* (Penerimaan total usahatani)  
 TC : *Total Cost* (Biaya total pengeluaran usahatani)  
 Y : Hasil produksi (Kg)  
 Py : Harga hasil produksi (Rp)  
 Xi : Faktor produksi ( $i = 1, 2, 3, \dots, n$ )  
 Pxi : Harga faktor produksi ke- $i$  (Rp)

Besarnya manfaat atas biaya korbanan yang dikeluarkan petani ubi kayu dihitung dengan analisis rasio penerimaan dan biaya (R/C rasio). Secara matematis nilai perbandingan antara penerimaan dengan biaya dirumuskan sebagai berikut

$$R/C = \frac{TR}{TC} \dots \dots \dots (8)$$

Keterangan:

- R/C = Nisbah penerimaan dan biaya  
 TR = *Total Revenue* atau penerimaan total (Rp)  
 TC = *Total Cost* atau total biaya (Rp)

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $R/C > 1$ , maka usahatani tersebut menguntungkan karena, penerimaan lebih besar daripada biaya total yang dikeluarkan.
- b. Jika  $R/C = 1$ , maka usahatani tersebut berada pada titik impas (*break even poin*), yaitu keadaan dimana penerimaan sama dengan biaya total yang dikeluarkan.
- c. Jika  $R/C < 1$ , maka usahatani tersebut tidak menguntungkan (rugi) karena penerimaan lebih kecil daripada biaya total yang dikeluarkan.

## 2. Analisis Sistem Pemasaran Ubi Kayu

Untuk menjawab tujuan yang kedua yaitu Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis model S–C–P (*Structure, Conduct, Performance*) dan digunakan untuk mengetahui sistem pemasaran serta posisi tawar petani ubi kayu. Analisis model S-C-P yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu analisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui sistem pemasaran ubi kayu melalui struktur pasar (jumlah pembeli dan penjual,

differentiasi produk, kebebasan untuk keluar masuk pasar, serta informasi perubahan harga), perilaku pasar (cara pembelian, penjualan dan pembayaran), serta keragaan pasar berupa saluran pemasaran ubi kayu, harga, biaya, dan volume penjualan ubi kayu.

a. Struktur pasar (*market structure*)

Analisis struktur pasar dilakukan dengan metode *interview* kepada Petani. Struktur pasar merupakan karakteristik organisasi yang menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli. Untuk melihat struktur pasar digunakan beberapa indikator, yaitu jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Struktur pasar dikatakan konsentrasi, produk homogen dan bebas untuk keluar masuk pasar. Struktur pasar yang tidak bersaing sempurna terjadi pada pasar monopoli (hanya ada penjual tunggal), pasar monopsoni (hanya ada pembeli tunggal), pasar oligopoli (ada beberapa penjual), dan pasar oligopsoni (ada beberapa pembeli), bersaing sempurna bila jumlah pembeli dan penjual banyak, tidak dapat mempengaruhi harga pasar (*price taker*), tidak ada gejala.

b. Perilaku pasar (*market conduct*)

Perilaku pasar merupakan tingkah laku lembaga pemasaran (petani sebagai produsen, lembaga perantara atau pedagang, dan konsumen) dalam menghadapi struktur pasar tertentu untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perilaku pasar dapat dilihat dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu kegiatan pembelian dan penjualan, pembentukan harga, serta sistem pembayaran.

c. Keragaan pasar (*market performance*)

Keragaan pasar adalah gejala pasar yang tampak sebagai akibat dari interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Interaksi antara struktur dan perilaku pasar pada kenyataannya cenderung bersifat kompleks dan saling pengaruh mempengaruhi secara dinamis.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Kabupaten Lampung Timur**

#### **1. Keadaan Geografi**

Dari sisi geografis, Kabupaten Lampung Timur terletak pada posisi : 105015' BT- 106020'BT dan 4037'LS -5037' LS, dengan luas wilayah kurang lebih 5.325,03 km<sup>2</sup> atau sekitar 15% dari total wilayah Provinsi Lampung, dengan batas-batas administratif sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah, serta Kecamatan Menggala Kabupaten Tulang Bawang.
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Laut Jawa (wilayah laut Provinsi Banten dan DKI Jakarta).
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tanjung Bintang, Ketibung, Palas, dan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan.
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bantul dan Metro Raya Kota Metro, serta Kecamatan Seputih Raman Kabupaten Lampung Tengah.

#### **2. Kondisi Iklim**

Secara umum Iklim Kabupaten Lampung Timur termasuk dalam kategori iklim B yaitu basah, yang dicirikan oleh bulan basah selama 6 bulan yaitu pada bulan Desember-Juni dengan temperatur rata-rata 24-34°C. Curah hujan merata tahunan sebesar 2000-2500mm.

### 3. Keadaan Demografi

Kabupaten Lampung Timur adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Lampung dengan ibu kota Kabupaten ini berada di Kecamatan Sukadana. Kabupaten Lampung Timur memiliki luas wilayah 5.325,03 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2021 sebanyak 1.110.340 jiwa yang terdiri atas 565.743 penduduk laki-laki dan 544.597 penduduk perempuan. Dibandingkan dengan proyeksi jumlah penduduk tahun 2020, penduduk Lampung Timur mengalami pertumbuhan sebesar 1,5 persen. Kecamatan dengan penduduk terbesar adalah Batanghari Nuban dengan 77.593 jiwa dan persentase sebesar 6,94% dari keseluruhan jumlah penduduk Kabupaten Lampung Timur. Kabupaten Lampung Timur memiliki semboyan "Bumei Tuwah Bepadan".

### 4. Keadaan Topografi

Berdasarkan topografi, Kabupaten Lampung Timur dapat dibagi menjadi lima daerah, yaitu :Pertama, daerah berbukit sampai bergunung terdapat di Kecamatan Jabung, Sukadana, Sekampung Udik, dan Labuhan Maringgai. Kedua, daerah berombak sampai bergelombang, yang dicirikan oleh bukit-bukit sempit, dengan kemiringan antara 8% hingga 15% dan ketinggian antara 50-200 Meter diatas permukaan laut (dpl). Ketiga, daerah dataran alluvial, mencakup kawasan yang cukup luas meliputi kawasan pantai pada bagian timur dan daerah-daerah sepanjang sungai Way Seputih dan Way Pengubuan. Ketinggian kawasan tersebut berkisar antara 25-75 Meter dpl dengan kemiringan 0-3%.Keempat, daerah rawa pasang surut disepanjang pantai timur dengan ketinggian 0.5-1 Meter dpl.Kelima, daerah aliran sungai (DAS) yaitu, Seputih, Sekampung dan Way Jepara.

## **B. Gambaran Umum Kecamatan Sukadana**

### **1. Keadaan Geografi**

Secara geografis, Kecamatan Sukadana di sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Purbolinggo dan Taman Nasional Way Kambas, di sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Bumi Agung, Kecamatan Sekampung, Kecamatan Margatiga dan Kecamatan Sekampung Udik, di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Labuhan Ratu dan Kecamatan Way Jepara, kemudian di sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Batanghari Nuban. Apabila dilihat dari topografi, semua desa mempunyai topografi datar. Luas Wilayah Kecamatan Sukadana adalah 762,75 km<sup>2</sup>.

### **2. Keadaan Demografi**

Penduduk yang bedomisili di Kecamatan Sukadana, secara garis besar dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu penduduk asli Lampung dan penduduk pendatang, walaupun demikian mayoritas penduduk di Kecamatan Sukadana adalah penduduk asli Lampung. Sebagian kecil penduduk pendatang menyebar di hampir semua desa dalam jumlah yang relatif kecil. Penduduk Kecamatan Sukadana berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2021 sebanyak 74.830 jiwa yang terdiri atas 38.353 jiwa penduduk laki-laki dan 36.477 jiwa penduduk perempuan.

### **3. Keadaan Pertanian**

Penggunaan lahan di Kecamatan Sukadana meliputi ladang/ huma, perkebunan, sawah, dan lahan yang sementara tidak diusahakan. Sebagian besar penggunaan lahan di Kecamatan Sukadana yaitu peladangan dan perkebunan. Lahan ladang dan perkebunan yang cukup luas digunakan sebagai tempat budidaya ubi kayu dan karet. Persawahan digunakan sebagai tempat budidaya tanaman padi. Berdasarkan hasil survei dan wawancara, diperoleh informasi

bahwa sentra usahatani ubi kayu berada di Desa Muara jaya. Menurut BPS Kecamatan Sukadana (2021), Desa Muara Jaya memiliki luas lahan 897,00 ha yang terdiri dari 85,00 ha untuk pertaniansawah, 622,00 ha untuk pertanian non sawah, dan 190,00 ha untuk non pertanian.

#### **4. Pengembangan Usahatani Ubi Kayu**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa petani di Desa Muara Jaya sudah membudidayakan ubi kayu cukup lama. Rata-rata petani membudidayakan ubikayu dengan alasan mudah dibudidayakan dan mudah dipasarkan karena terdapat pabrik tapioka PT Muara Jaya Tapioka. Tidak ada lokasi penjualan ubi kayu lainnya bagi petani ubi kayu di Desa Muara Jaya kecuali hanya menjual ke pabrik PT Muara Jaya karena memiliki jarak yang sangat dekat dengan pabrik. Proses penjualan ubi kayu ke pabrik melalui agen pemilik jasa angkutan, dengan mendapatkan keuntungan yang maksimal dikarenakan jarak lahan ke pabrik sangat dekat yang membuat ongkos biaya angkut yang tidak terlalu tinggi.

Pabrik tapioka PT Muara Jaya Tapioka berdiri sejak 14 November 2019 yang beralamat di Jl. Raya Lintas Pantai Timur Sumatera No.20 PT Muara Jaya Tapioka adalah satu-satunya pabrik tapioka yang berada di Kecamatan Muara Jaya. PT Muara Jaya Tapioka menjadi tujuan utama petani untuk menjual hasil panennya karena lokasi nya yang paling dekat diantara pabrik lainnya dan pabrik ini memproduksi setiap hari sehingga memerlukan bahan baku dengan jumlah yang banyak. Menurut informasi dari pegawai keamanan di pabrik, kapasitas produksi PT Muara Jaya Tapioka mencapai 500 ton per hari atau 145.000 ton per tahun. Menurut BPS Provinsi Lampung (2018), jumlah produksi ubi kayu di Kabupaten Lampung Timur adalah 682.708 ton dengan tingkat produktivitas 23,99 ton per hektar. Hal ini juga menunjukkan bahwa keberadaan petani ubi kayu bagi PT Muara Jaya Tapioka sangat penting bagi pabrik tapioka PT Muara Jaya Tapioka untuk memproduksi secara kontinyu.



## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, disimpulkan sebagai berikut :

1. Usahatani ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur menguntungkan dan layak untuk di usahakan karena nilai  $R/C > 1$ .
2. Sistem pemasaran meliputi struktur pasar ubi kayu di Desa Muara Jaya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Timur adalah monoposni karena hanya ada satu pembeli yaitu pabrik PT Muara Jaya Tapioka. Harga ubi kayu ditentukan oleh pabrik, sistem pembayaran dibayar melalui transfer bank. Saluran pemasaran di Desa Muara jaya hanya ada satu saluran yaitu dari petani langsung ke pabrik melalui agen dan saluran sistem pemasaran usahatani ubi kayu di Desa Muara Jaya sudah efisein.

### **B. Saran**

1. Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian bagi petani ubi kayu di harapkan lebih meningkatkan produktivitasnya agar dapat mengelola lahan pertanian sehingga produksi ubi kayu dapat ditingkatkan lagi dan akhirnya pendapatan juga bisa meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian yaitu bagi peneliti lain, disarankan untuk melakukan penelitian dengan topic penelitian efisiensi produksi ubi kayu, tingkat kesejahteraan petani ubi kayu dan interaksi antar lembaga pemasaran di Kecamatan Sukadana, Kabupaten Lampung Timur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, F. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan kedua. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Adelia, D., Ismono, R, H., Suryani, A. 2020. *Analisis Pendapatan Usahatani Berdasarkan Waktu Tanam Dan Karakteristik Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Bumi Nabung Kabupaten Lampung Tengah*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis* 8 (3): 366-538. Diakses pada Tanggal 22 Januari 2022 Pukul 22.00 WIB.
- Ali, M. 2010. *Metodologi dan Aplikasi Riset Pendidikan*. Pustaka Cendikia Utama. Bandung.
- Anggraini, N., Hasyim, A, I. dan Situmorang, S. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu Di Provinsi Lampung*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis* 1 (1): 80-86..Diakses pada Tanggal 20 Januari 2022 Pukul 21.00 WIB.
- Anwar, N., Hadayani, A. dan Muis, A. 2019. *Analisis Pemasaran Keripik Ubi Jalar Pada Usaha Sumber Rezeki Di Kota Palu*. *Jurnal Pembangunan Agribisnis* 1 (1):26-34.Diakses pada Tanggal 22 Juni 2022 Pukul 21.30 WIB.
- Badan Pusat Statistika Kabupaten Lampung Timur. 2018. *Kabupaten Lampung Timur Dalam Angka Tahun 2018*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Timur. Sukadana
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2018. *Lampung Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2020. *Harga Ubi Kayu Di Tingkat Petani Dan Di Tingkat Pabrik*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. 2020. *Statistik Harga Produsen Ubi Kayu Lima Tahun Terakhir*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung..
- Dahl, D, C. dan Hammond, J,W. 1997. *Market and Price Analysis*. Mc. Graw Hill. New York.

- Dea, A., Ismono, R, H. dan Suryani, A. 2020. *Analisis Pendapatan Usahatani Berdasarkan Waktu Tanam Dan Karakteristik Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Bumi Nabung Kabupaten Lampung Tengah*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis* 8 (4): 641-648. (Diakses pada Tanggal 04 Mei 2022 Pukul 09.30 WIB)
- Delita, A, L., Prasmatiwi, F, E. dan Yanfika, H. 2015. *Analisis Kelayakan Finansial Dan Efisiensi Pemasaran Lada Di Kecamatan Gunung Labuhan Kabupaten Way Kanan*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis* 3 (2): 130-139. Diakses pada Tanggal 21 Mei 2022 Pukul 22.00 WIB.
- Ginting, E. 2002. *Teknologi Penanganan Pasca Panen dan Pengolahan Ubi Kayu Menjadi Produk Antara Untuk Mendukung Agroindustri*. *Buletin Palawija*. No. 4 : 67-83. <http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/bulpa/article/view/8622/7453>. Diakses pada Tanggal 07 Juni 2021 Pukul 08.15 WIB.
- Habibi, M., Miftah, H. dan Masitoh, S. 2015. *Komparasi Margin Pemasaran Dan Nilai Tambah Ubi Kayu Antara Petani Non Mitra Dengan Petani Mitra*. *Jurnal AgribiSains*. Fakultas Pertanian. Universitas Djuanda Bogor. Volume 1 (1): 38-43. Diakses pada Tanggal 22 Juni 2022 Pukul 22.30 WIB.
- Harmoni, A., Anwar. dan Maryati, S. 2018. *Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ubi Kayu Di Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara*. *Jurnal Ilmiah Fakultas Pertanian*. Universitas Mataram.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian (Diktat Kuliah)*. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Lampung. Bandar Lampung
- Iqbal, A, M., Lestari, D, A, H. dan Soelaiman, A. 2014. *Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Ubi Kayu Di Kecamatan Sukadan Kabupaten Lampung Timur*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis* 2 (3): 80-86.. Diakses pada Tanggal 20 Mei 2023 Pukul 21.00 WIB.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. 2018. *Data Lima Tahun Terakhir*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. Jakarta.
- Kohl, R, L. dan Uhl, J, N. 2012. *Marketing og Agricultural Products*. A Prentice-HallUpper Saddle River. New Jersey.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2004. *Pringsip- prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, M. 2004. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. AMP YKPN. Yogyakarta.
- Mansi, A. A. 2014. *Analisis Pendapatan dan Biaya Pokok Produksi Usahatani Ubi Kayu di Kecamatan Bandar Mataram Kabupaten Lampung Tengah*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Mantra, I. B. 2004. *Demografi Umum*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Muizah, R., Supardi, S. dan Awami, S, N. (2013). *Analisis Pendapatan Usahatani Ubi Kayu (Manihot Esculenta Crantz) (Studi Kasus Desa Mojo Kecamatan Cluwak Kabupaten Pati)*. *Jurnal*. Volumen 9. No. 2. (Diakses pada Tanggal 23 Juni 2022 Pukul 02.30 WIB)
- Nur, A, S. 2020. *Ensiklopedi Singkong: Deskripsi, Filosofi, Manfaat, Budidaya, dan Peluang Bisnisnya*. Penerbit KBM. Yogyakarta.
- Nurhaida. 2014. *Tanaman Ubikayu atau Singkong*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Pradika, A., Hasyim, A, I. dan Soelaiman, A. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Di Kabupaten Lampung Tengah*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis 1* (1): 25-35. (Diakses pada Tanggal 28 Juni 2022 Pukul 22.30 WIB)
- Putri, C, Y., Widjaya, S. Dan Nikmatullah, D. 2020. *Alokasi Faktor Produksi Dan Sistem Pemasaran Padi Organik Di Kabupaten Lampung Tengah*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis 8* (1): 55-61. Diakses pada Tanggal 25 Juni 2022 Pukul 22.00 WIB.
- Purwono dan Purnamawati, H. 2009. *Budidaya 8 Jenis Tanaman Pangan Unggul*. Penebar Swadaya: Jakarta
- Rahim, A. dan Hastuti, D, R, D. 2005. *Sistem Manajemen Agribisnis*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rukmana. 1997. *Ubi kayu Budidaya dan Pasca Panen*. Kanisius. Yogyakarta.
- Sari, E, M., Hasyim, A, I. dan Situmorang, S. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Gabah Dan Nilai Tambah Beras Di Kabupaten Pesawaran*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis 7* (1): 6-13. Diakses pada Tanggal 24 Juni 2022 Pukul 23.30 WIB.
- Shinta, A. 2011. *Ilmu Usahatani*. UB Press. Malang
- Siburian, R, V., Murniati, K. dan Suryani, A. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Agroindustri Klanting Di Kecamatan Negeri Katon Kabupaten Pesawaran*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis 7* (1): 44-51. Diakses pada Tanggal 24 Juni 2022 Pukul 21.30 WIB.
- Soekartawi. 2003. *Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soetanto. 2001. *Pengolahan Singkong*. Balai Pustaka Dan Wiyata. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta. Bandung.

Suratiyah. 2008. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.

\_\_\_\_\_. 2015. *Ilmu Usahatani*. Swadaya. Yogyakarta.

Winardi, A, R. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Institut Pertanian Bogor. Bogor

Wulandari. 2008. Skripsi. *Analisis Pemasaran Tahu di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.