

**PEMASARAN UBI KAYU DI DESA KARTA SARI
KECAMATAN TULANG BAWANG
KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

Oleh
YASIR ZULKARNAIN



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2012**

3
633.682 07
fas
p
2012

**PEMASARAN UBI KAYU DI DESA KARTA SARI
KECAMATAN TULANG BAWANG
KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

Oleh
YASIR ZULKARNAIN



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**INDRALAYA
2012**

SUMMARY

YASIR ZULKARNAIN. The Cassava Marketing In Karta Sari Village, Tulang Bawang District, North Lampung Regency (Supervised by **IMRON ZAHRI** and **LIFIANTHI**)

The objectives of this research were 1) to analyze farmer's income level of cassava farmer in Tulang Bawang district. 2) to describe the cassava marketing flow and to know the marketing institutions involved, and 3) to analyze the marketing margin and marketing income in each of institutions and calculate farmer's share and merchant's share.

The object of this study is cassava farmer in Karta Sari village, Tulang Bawang district, on November until December 2010. Merchant's trader were two traders in district level. Meanwhile, farmer's was chosed as samples in this village.

The result shows that farmer's average income is Rp 3.725.304,90 per areas per year or Rp 2.359.442,99 per hectare per year. The cassava marketing flow from Tulang Bawang regions consist of three marketing line, which are the first line reach around 80%, second line is 15%, and the last is 5%.

For merchant's trader level shows that average marketing margins is Rp 108,17 per kilograms per month while big merchant's level is Rp 236,94 per kilograms per month. The average marketing total income at trader merchant's level is Rp 53.637.828,33 per six month while the big merchant's level is Rp 205.431.924,00 per six month. The *farmer's share* and *trader's share* always

increase in the first marketing line and in the third marketing line. It means that cassava's merchant get the biggest share and get more profit in marketing cassava.

RINGKASAN

YASIR ZULKARNAIN. Pemasaran Ubi Kayu Di Desa Karta Sari Kecamatan Tulang Bawang Kabupaten Lampung Utara (Dibimbing oleh **IMRON ZAHRI** dan **LIFIANTHI**).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk 1) menganalisis tingkat keuntungan usahatani petani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang, 2) mendeskripsikan arus pemasaran ubi kayu dari daerah kawasan Tulang Bawang serta lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya, 3) menganalisis besar margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran ubi kayu serta menghitung *farmer's share* dan *trader's share*.

Penelitian ini dilakukan di daerah kawasan Tulang Bawang yaitu di Desa Karta Sari. Pedagang pengumpul terdiri dari dua pedagang di tingkat desa dan satu pedagang besar di tingkat kabupaten. Sedangkan petani contoh dipilih sebanyak lima orang dari desa tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata keuntungan yang dihasilkan petani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang tahun 2010 yaitu Rp. 3.725.304,90 per luas garapan per tahun atau Rp. 2.359.442,99 per hektar per tahun. Sedangkan arus pemasaran ubi kayu yang terjadi dari daerah kawasan Tulang Bawang terdiri dari tiga lapisan pemasaran, dimana saluran pemasaran I mencapai 80%, saluran II mencapai 15% dan saluran III mencapai 5%.

Pada tingkat pedagang pengumpul menunjukkan bahwa rata-rata margin pemasaran yang diperoleh adalah Rp108,17/Kg per bulan sedangkan ditingkat

pedagang besar Rp236,94/Kg per bulan. Rata-rata total keuntungan pemasaran ditingkat pedagang pengumpul adalah Rp53.637.828,33 per enam bulan dan pedagang besar Rp205.431.924,00 per enam bulan. *Farmer's share* dan *Trader's share* mengalami kenaikan dari saluran pemasaran I ke saluran pemasaran III. Artinya pedagang ubi kayu memperoleh bagian terbesar dan lebih untung dalam memasarkan ubi kayu.

**PEMASARAN UBI KAYU DI DESA KARTA SARI
KECAMATAN TULANG BAWANG
KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

**Oleh
YASIR ZULKARNAIN**

**SKRIPSI
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian**

**pada
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

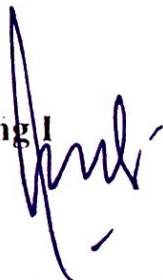
**INDRALAYA
2012**

Skripsi
PEMASARAN UBI KAYU DI DESA KARTA SARI
KECAMATAN TULANG BAWANG
KABUPATEN LAMPUNG UTARA

Oleh
YASIR ZULKARNAIN
05053104047

telah di terima sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing I



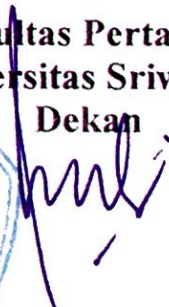
Prof. Dr. Ir. Imron Zahri, M.S.

Inderalaya, Februari 2012

Fakultas Pertanian

Universitas Sriwijaya

Dekan



Pembimbing II





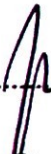
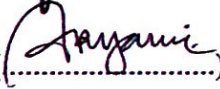
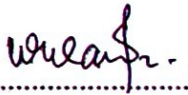
Ir. Lifiанти, M.Si.



Prof. Dr. Ir. Imron Zahri, M.S.
NIP. 19521028 197503 1 001

Skripsi berjudul “Pemasaran Ubi Kayu Di Desa Karta Sari Kecamatan Tulang Bawang Kabupaten Lampung Utara”. Oleh Yasir Zulkarnain NIM. 05053104047 telah dipertahankan di depan Komisi Penguji pada Tanggal 09 Februari 2012.

Komisi Penguji

- | | | |
|----------------------------------|------------|---|
| 1. Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S. | Ketua | 
(.....) |
| 2. Selly Oktarina, S.P., M.Si. | Sekretaris | 
(.....) |
| 3. Ir. Mirza Antoni, M.Si. | Anggota | 
(.....) |
| 4. Desi Aryani, S.P., M.Si. | Anggota | 
(.....) |
| 5. Dwi Wulan Sari, S.P.,M.Si. | Anggota | 
(.....) |

Mengetahui :
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. M. Yazid, M.Sc.
NIP. 19620510 198803 1002

Mengesahkan :
Ketua Program Studi
Agribisnis



Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S.
NIP. 19540204 198010 2 001

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa seluruh data dan informasi yang disajikan dalam skripsi ini, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya adalah hasil penelitian atau investigasi saya sendiri dan belum pernah atau tidak sedang diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan lain atau gelar kesarjanaan yang sama di tempat lain.

Inderalaya, Februari 2012

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Yasir Zulkarnain', written in a cursive style.

Yasir Zulkarnain

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 15 Mei 1987 di Desa Campang Tiga Ulu, Kecamatan Cempaka, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur, Sumatera Selatan. Penulis merupakan anak kelima dari tujuh bersaudara. Orang tua bernama Ismail Ilyas dan Syarifah (Almh).

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) diselesaikan pada tahun 1999 di SD Negeri 03 Campang Tiga. Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP) diselesaikan pada tahun 2002 di SLTP Negeri 44 Palembang dan Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan pada tahun 2005 di SMA Negeri 19 Palembang.

Sejak Juli tahun 2005, penulis terdaftar sebagai mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru di Jurusan Sosiasl Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Pada bulan Januari sampai dengan bulan April tahun 2009, telah melaksanakan Praktik Lapangan dengan judul "Pembesaran Tanaman Anthurium Hookeri Mawar Di Lahan Praktik Klinik Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya".

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat – Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik yang berjudul “Pemasaran Ubi kayu Di Desa Karta Sari Kecamatan Tulang Bawang Kabupaten Lampung Utara”

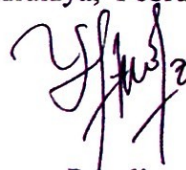
Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan semangat dan dukungan serta bimbingan khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Imron Zahri, M.S. dan Ibu Ir. Hj. Lifianthi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan mulai dari awal sampai selesainya penulisan hasil penelitian ini.
2. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si. Ibu Desi Aryani, S.P.,M.Si dan Ibu Dwi Wulan Sari, S.P.,M.Si. selaku dosen penguji, terima kasih atas kesediaannya.
3. Ibu Ir. Hj. Maryanah Hamzah, M.S selaku dosen ketua penguji dan Ibu Selly Oktarina, S.P.,M.Si selaku dosen sekretaris penguji yang telah bersedia hadir.
4. Bapak Herianto selaku Kepala Desa Karta Sari beserta keluarga, terima kasih atas kesediaannya memberikan izin untuk melakukan penelitian di Desa Karta Sari.
5. Kedua orang tua dan saudara-saudaraku, yang dengan penuh kesabaran, turut memberikan doa, mendukungku baik melalui materi maupun perhatian yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dengan baik.

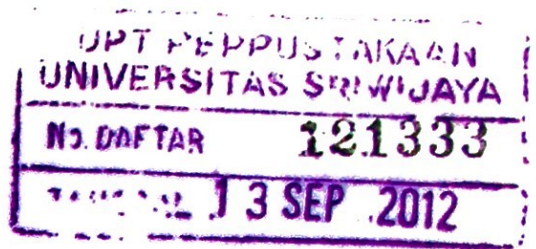
6. Dan semua pihak yang telah membimbing, membantu dan mendorong penyelesaian skripsi ini. Mudah- mudahan Allah SWT membalas semua amal baik yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat sejumlah kekurangan yang merupakan kelemahan peneliti dalam melaksanakan tugas penelitian ini. Dengan segala hormat, segala bentuk kekurangan peneliti tersebut maka dapat dikoreksi oleh pembaca.

Indralaya, Februari 2012



Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
II. KERANGKA PEMIKIRAN.....	7
A. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Konsepsi Pemasaran.....	7
2. Saluran Pemasaran dan Lembaga Pemasaran	9
3. Konsepsi Harga Pokok	10
4. Konsepsi Biaya Pemasaran	11
5. Efisiensi Pemasaran.....	13
6. Konsepsi Arus, Saluran dan Lembaga Pemasaran.....	14
7. Harga Yang Diterima Petani.....	17
B. Model Pendekatan.....	19
C. Batasan-Batasan.....	21

	Halaman
III. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	24
A. Tempat dan Waktu.....	24
B. Metode Penelitian.....	24
C. Metode Panarikan Contoh.....	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	25
E. Metode Pengolahan Data.....	25
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Keadaan Umum Daerah Penelitian.....	28
1. Kawasan Karta Sari.....	28
a. Letak dan Batas Wilayah Administrasi.....	28
b. Keadaan Penduduk dan Mata Pencaharian.....	28
c. Pola Penggunaan Tanah.....	30
d. Sarana dan Prasarana.....	32
e. Gambaran Mengenai Usahatani Ubi Kayu di Desa Karta sari.....	33
B. Karakteristik Petani dan Pedagang Contoh.....	34
1. Karakteristik Petani Contoh.....	34
2. Karakteristik Pedagang Contoh.....	35
C. Analisis Usahatani.....	36
1. Biaya Produksi.....	36
2. Penerimaan dan Pendapatan Petani.....	37

	Halaman
D. Pemasaran Ubi Kayu.....	39
1. Saluran Pemasaran.....	39
2. Lembaga Pemasaran.....	42
a. Pedagang Pengumpul.....	42
b. Pedagang Besar.....	43
c. Eksportir.....	44
3. Analisis Biaya Pemasaran Ubi Kayu.....	44
a. Tingkat Pedagang Pengumpul.....	44
b. Tingkat Pedagang Besar.....	46
4. Analisis Marjin Pemasaran dan <i>Share</i> (Bagian Yang Diterima Petani dan Pedagang).....	48
a. Marjin Pemasaran Tiap saluran dan Lembaga Pemasaran Ubi Kayu.....	48
b. Bagian Yang Diterima Petani dan Pedagang (<i>Farmer's Share and Trader's Share</i>) per Saluran Pemasaran Ubi Kayu.....	50
5. Analisis Keuntungan Pemasaran Ubi Kayu.....	51
E. Analisis Fungsi Pemasaran.....	52
1. Fungsi Pertukaran.....	52
a. Fungsi Pembelian.....	53
b. Fungsi Penjualan.....	54

	Halaman
2. Fungsi Fisik.....	55
a. Fungsi Pengangkutan.....	55
b. Fungsi Pengolahan dan Pengemasan.....	56
3. Fungsi Fasilitas.....	56
a. Fungsi Standarisasi dan Grading.....	57
b. Fungsi Penanggungan Resiko.....	57
c. Fungsi pembiayaan.....	58
d. Fungsi Informasi Pasar.....	59
 V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Propinsi penghasil ubi kayu terbesar di Indonesia	2
2. Total produksi, luas panen dan rata-rata produksi ubi kayu di Propinsi Lampung, Tahun 2005 – 2009	2
3. Luas panen, rata-rata produksi dan produksi ubi kayu di setiap Kabupaten di Propinsi Lampung pada tahun 2008	3
4. Jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur dan jenis kelamin Di Desa Karta Sari, 2010	29
5. Jumlah penduduk menurut mata pencaharian di Desa Karta Sari	30
6. Pola penggunaan tanah di Desa Karta Sari	31
7. Rata-rata biaya produksi petani contoh usahatani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang, 2010.....	37
8. Rata-rata produksi, harga jual, penerimaan dan keuntungan petani contoh usahatani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang, 2010	38
9. Komponen biaya pemasaran yang ditanggung pedagang pengumpul ubi kayu di kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010 (Rp/Kg)	45
10. Komponen biaya pemasaran ubi kayu yang ditanggung oleh pedagang besar di Tulang Bawang Udik bulan April-September 2010 (Rp/Kg)	47
11. Rata-rata margin pemasaran ubi kayu yang ditiap saluran dan lembaga pemasaran ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010 (Rp/Kg)	49
12. Rata-rata bagian yang diterima petani dan pedagang (<i>Farmer's share dan Trader share</i>) di tiap saluran pemasaran ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	50

	Halaman
13. Keuntungan lembaga pemasaran ubi kayu di tingkat pedagang pengumpul di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April – September, 2010	52
14. Fungsi pertukaran ditingkat petani dan lembaga pemasaran ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang	53
15. Fungsi fisik ditingkat petani dan lembaga pemasaran ubi kayu dari daerah kawasan Tulang Bawang	55
16. Fungsi fasilitas ditingkat petani dan lembaga pemasaran ubi kayu dari daerah kawasan Tulang Bawang	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Skema dugaan jalur pemasaran ubi kayu	16
2. Kurva marjin pemasaran	18
3. Model Pendekatan Diagramatik	20
4. Skema saluran pemasaran 1	40
5. Skema saluran pemasaran 2	41

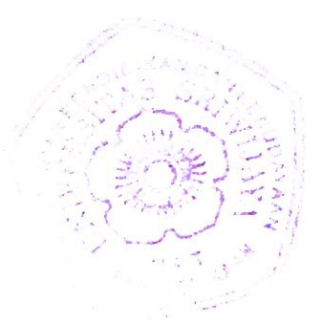
DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Peta wilayah Kecamatan Tulang Bawang	65
2. Peta wilayah Propinsi Lampung Utara	66
3. Identitas, luas garapan, tanggungan petani contoh usahatani ubi kayu, 2010	67
4. Jumlah peralatan pertanian yang digunakan oleh petani contoh kawasan Tulang Bawang	68
5. Rincian biaya penyusutan alat pertanian petani contoh usahatani ubi kayu (Rp/th) 2010	69
6. Biaya tetap petani contoh usahatani ubi kayu di daerah Tulang Bawang, 2010	70
7. Rincian pembelian pupuk petani contoh (Rp/lg/th), 2010	71
8. Rincian biaya pembelian pupuk oleh petani contoh usahatani ubi kayu di daerah kawasan tulang Bawang (Rp/ha/th), 2010	72
9. Rincian biaya tenaga kerja rata-rata (Rp/lg/th), 2010	73
10. Rincian biaya tenaga kerja rata-rata (Rp/ha/th), 2010	74
11. Rincian biaya variabel petani contoh usahatani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang (Rp/lg/th), 2010	75
12. Rincian biaya variabel petani contoh usahatani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang (Rp/ha/thn), 2010	76
13. Biaya produksi total usahatani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang (Rp/lg/th), 2010.....	77
14. Biaya produksi total usahatani ubi kayu di daerah kawasan Tulang Bawang (Rp/ha/th), 2010.....	78
15. Produksi, harga jual dan penerimaan usahatani ubi kayu petani contoh, 2010.....	79
16. Produksi, biaya produksi dan keuntungan usahatani ubi kayu petani contoh di daerah Tulang Bawang (Rp/lg/th), 2010.....	80

	Halaman
17. Produksi, biaya produksi dan keuntungan usahatani ubi kayu petani contoh di daerah Tulang Bawang (Rp/ha/th) 2010.....	81
18. Volume pembelian dan penjualan serta harga beli dan harga jual ubi kayu ditingkat pedagang pengumpul di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	82
19. Volume pembelian dan penjualan serta harga beli dan harga jual ubi kayu ditingkat pedagang pengumpul di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	83
20. Volume pembelian dan penjualan serta harga beli dan harga jual ubi kayu ditingkat pedagang pengumpul di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	84
21. Volume pembelian dan penjualan serta harga beli dan harga jual ubi kayu ditingkat pedagang besar di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010.....	85
22. Komponen dan besar biaya pemasaran ubi kayu di tingkat pedagang pengumpul di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010.....	86
23. Komponen dan besar biaya pemasaran ubi kayu di tingkat pedagang pengumpul di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010.....	87
24. Komponen dan besar biaya pemasaran ubi kayu ditingkat pedagang besar bulan April-September, 2010	88
25. Komponen dan besar biaya pemasaran ubi kayu ditingkat pedagang besar bulan April-September, 2010	89
26. Perhitungan marjin pemasaran ubi kayu ditingkat pedagang Pengumpul di daerah kawasan tulang Bawang bulan April-September,2010.....	90
27. Perhitungan marjin pemasaran ubi kayu ditingkat pedagang besar di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April- September, 2010	91

	Halaman
28. Perhitungan marjin pemasaran ubi kayu ditingkat saluran Pemasaran I di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	92
29. Perhitungan marjin pemasaran ubi kayu ditingkat saluran Pemasaran II di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	93
30. Perhitungan marjin pemasaran ubi kayu ditingkat saluran Pemasaran III di daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010	94
31. Perhitungan <i>farmer's share</i> dan <i>trader's</i> (bagian yang diterima petani dan pedagang) ubi kayu pada saluran pemasaran I dari daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010.....	95
32. Perhitungan <i>farmer's share</i> dan <i>trader's</i> (bagian yang diterima petani dan pedagang) ubi kayu pada saluran pemasaran II dari daerah kawasan Tulang Bawang bulan April-September, 2010.....	96
33. Perhitungan keuntungan pemasaran ubi kayu ditingkat pedagang pengumpul di daerah Tulang Bawang bulan April-September 2010.....	97
34. Perhitungan keuntungan pemasaran ubi kayu ditingkat pedagang besar di daerah Tulang Bawang bulan April-September 2010.....	98

I. PENDAHULUAN



A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian di Indonesia pada hakekatnya bertujuan untuk memantapkan usaha peningkatan produksi pertanian menuju swasembada pangan, peningkatan dan pemerataan pendapatan petani, pemerataan gizi, menambah kesempatan kerja dan peningkatan ekspor hasil pertanian serta menjaga kelestarian sumber daya alam. Salah satu komoditi pertanian yang disoroti oleh pemerintah di dalam upaya mewujudkan pembangunan pertanian tersebut adalah ubi kayu. Komoditi ini merupakan salah satu tanaman palawija yang cukup penting di Indonesia.

Banyak manfaat yang diberikan oleh ubi kayu kepada kita, karena seluruh bagian tanaman ini dapat diambil manfaatnya, baik daun, batang maupun umbinya. Di Indonesia ubi kayu digunakan sebagai bahan baku industri seperti tapioka dan lain-lain, juga sebagai bahan makanan. Disamping itu ubi kayu juga merupakan sumber karbohidrat yang baik. Untuk mendapatkan hasil optimal dalam pembudidayaan ubi kayu diperlukan persyaratan dan teknik-teknik tertentu.

Faktor yang mempengaruhi pertumbuhan tanaman ubi kayu adalah factor lingkungan seperti tingkat kesuburan tanah dan iklim. Produksi ubi kayu di Indonesia masih tergolong rendah. Pada tahun 2005 luas panen ubi kayu mencapai 1,45 juta hektar dengan produksi 13,8 juta ton atau produktivitas 9,5 ton per hektar (Wargino dan Diane, 2008).

Tabel 1. Propinsi penghasil ubi kayu terbesar di Indonesia, 2010.

Daerah	Jumlah produksi (ton)	Persentase (%)
Jawa Timur	3.466.972	32,21
Jawa Tengah	2.997.236	27,85
Jawa Barat	2.288.100	17,54
Lampung	1.915.140	6,95
Nusa Tenggara Timur	936.940	6,85
Yogyakarta	617.692	5,74
Kalimantan Barat	307.597	2,86
Total	12.509.677	100,00

Sumber : Tim Penulis Penebar Swadaya, 2010.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, Propinsi yang penghasil ubi kayu terbesar adalah Propinsi Jawa Timur, dan Propinsi Lampung merupakan daerah penghasil ubi kayu nomor empat di Indonesia. Sebagian besar ubi kayu yang dihasilkan oleh petani di Lampung digunakan sebagai bahan baku industri pengolah, seperti tepung tapioka, *pellets* dan *chips*. Potensi lahannya khusus lahan kering, di Propinsi Lampung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Total produksi, luas panen dan rata-rata produksi ubi kayu di Propinsi Lampung, Tahun 2006 - 2010

Tahun	Luas Panen (ha)	Produktivitas (kg/ha)	Total Produksi (ton)
2006	118.007	110	1.298.077
2007	79.409	117	929.027
2008	65.059	121	787.214
2009	105.922	129	1.361.750
2010	151.414	126	1.915.140

Sumber : Kantor Statistik Propinsi Lampung, 2010.

Berdasarkan Tabel 2 diatas total produksi yang paling tinggi dihasilkan pada tahun 2010 dengan jumlah total produksi sebanyak 1.915.140 ton dengan luas lahan 151.414 ha. Sedang luas panen, rata-rata produksi dan produksi ubi kayu di setiap kabupaten di Propinsi Lampung pada tahun 2010 dapat dilihat pada Tabel 3, berikut ini

Tabel 3. Luas panen, rata-rata produksi dan produksi ubi kayu di setiap Kabupaten di Propinsi Lampung pada tahun 2010

Daerah	Luas Panen (ha)	Produktivitas (Kg/ha)	Total Produksi (ton)
Lampung Selatan	17.885	126,42	266.099
Lampung Tengah	72.507	127,44	924.023
Lampung Utara	61.022	125,37	765.018
Propinsi Lampung	151.414	126	1.915.140

Sumber : Kantor Statistik Propinsi Lampung, 2010.

Berdasarkan Tabel 3 di atas, produksi ubi kayu terbesar di Propinsi Lampung terutama berasal dari Kabupaten Lampung Tengah dengan total produksi sebesar 924.023 ton, tempat kedua ditempati oleh Lampung Utara sebesar 765.018 ton, sedangkan tempat terakhir di tempati oleh Lampung Selatan sebesar 226.099 ton. Umumnya petani ubi kayu dalam memasarkan hasil produksinya ke pabrik tepung tapioka melalui berbagai macam lembaga pemasaran. Hal ini disebabkan antara lain jauhnya jarak antara produsen dengan lokasi pabrik tepung tapioka, sehingga tidak memungkinkan bagi petani untuk menjual langsung hasil produksinya ke pabrik karena adanya biaya transportasi yang tinggi.

Faktor yang mempengaruhi pertumbuhan tanaman ubi kayu antara lain adalah faktor lingkungan seperti tingkat kesuburan tanah dan iklim. Masalah utama yang dihadapi dalam perdagangan ubi kayu baik produsen maupun konsumen adalah sifat perdagangan yang tidak stabil.

B. Rumusan Masalah

Umumnya petani ubi kayu yang ada di Lampung menjual hasil produksinya ke pabrik tepung tapioka melalui berbagai saluran pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran ubi kayu cukup banyak, hal ini menyebabkan saluran

pemasaran menjadi panjang, sehingga mengakibatkan harga jual petani rendah, biaya pemasaran tinggi dan bagian yang diterima petani terhadap harga jual ditingkat konsumen menjadi rendah (Wargino dan Diane, 2001).

Menurut Saefuddin (2004), saluran pemasaran yang panjang menyebabkan rendahnya harga jual di tingkat petani. Hal ini dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut masing-masing menginginkan keuntungan. Agar lembaga pemasaran tersebut memperoleh keuntungan biasanya mereka menekan harga beli di tingkat produsen, sehingga harga jual tingkat produsen menjadi rendah.

Kegiatan pemasaran dalam menyampaikan komoditi dari produsen ke konsumen terakhir pada umumnya akan melibatkan kegiatan lembaga pemasaran, apabila fungsi tersebut memerlukan biaya. Sehingga semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran akan mengakibatkan semakin banyak pula biaya yang harus dikeluarkan (Saefuddin, 2004).

Menurut Setiawan (2004), pada umumnya bagian yang diterima petani (*farmer's share*) akan lebih kecil, jika jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran itu bertambah panjang. Hal ini dikarenakan untuk sampainya suatu komoditi ke tangan konsumen melalui berbagai lembaga pemasaran. Semakin panjang lembaga pemasaran maka semakin jauh perbedaan bagian yang diterima petani terhadap harga beli di tingkat konsumen.

Umumnya petani akan menjual hasil ubi kayunya di atas harga pokok, karena apabila petani menjual di bawah harga pokok maka petani tersebut akan menderita kerugian. Hal ini tentunya akan menyebabkan petani enggan untuk melanjutkan lagi usahanya. Tetapi ada juga petani yang terpaksa harus menjual hasilnya sama atau

bahkan di bawah harga pokok dikarenakan berbagai faktor, misalnya : adanya kebutuhan rumah tangga yang harus dipenuhi oleh petani pada saat itu juga. Apabila harga ubi kayu pada saat itu rendah, sedangkan petani harus menjualnya juga maka petani itu harus menanggung resiko kerugian.

Berdasarkan uraian di atas maka persoalan pokok yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapa besar keuntungan usahatani petani ubi kayu di daerah kawasan Desa Karta Sari dalam pemasaran ubi kayu ?
2. Bagaimana arus pemasaran ubi kayu dari daerah kawasan Desa Karta Sari serta lembaga-lembaga apa saja yang terlibat ?
3. Berapa besar margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran serta *farmer's share* dan *trader's share* (bagian yang diterima petani dan pedagang)

C. Tujuan dan Kegunaan

Sesuai dengan permasalahan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis tingkat keuntungan usahatani petani ubi kayu di daerah kawasan Desa Karta Sari.
2. Mendeskripsikan arus pemasaran ubi kayu dari daerah kawasan Desa Karta Sari serta lembaga-lembaga yang terlibat didalamnya.
3. Menganalisis besar margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran ubi kayu serta menghitung *farmer's share* dan *trader's share*.

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan :

1. Dapat memberikan masukan bagi pemerintah khususnya pemerintah Desa Karta Sari dalam menentukan strategi dalam arus memasarkan ubi kayu.
2. Berguna sebagai masukan bagi petani dan lembaga pemasaran dalam memasarkan ubi kayu secara efisien.
3. Berguna sebagai sumber informasi kepada semua pihak yang membutuhkan dan sebagai acuan tambahan pustaka bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Propinsi Lampung. 2009. BPS. Lampung.
- Cahyono, B. 2006. Budidaya Intensif Tanaman Kentang. Teknik : Teknik Pengembangan Analisa Kelayakan Potensi Pasar. CV Aneka Solo.
- Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. 2009. Laporan Tahunan Mengenai Luas Areal dan Produksi Perkebunan. Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Dirjen Bina Produksi Perkebunan. 2009. Statistik Perkebunan Indonesia, Ubi Kayu 2007/2008. Dirjen Bina Produksi Perkebunan. Jakarta.
- Haslan. 2007. Efisiensi Tataniaga Ubi Kayu dan Jagung di Daerah Transmigrasi way Abung II, Lampung Utara. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Hermanto, F. 2005. Ilmu Usaha Tani. Penebar Swadaya. Yogyakarta.
- Kartasapoetra. G. R. G. Kartasapoetra dan A. G. Kartasapoetra. 2006. Manajemen Pertanian (Agribisnis). Bina Aksara. Jakarta.
- Mubyarto. 2006. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Mulyana, W. 1983. Bercocoktanam Ubi kayu. Aneka Ilmu. Semarang.
- Mursid. 1993. Lembaga Pemasaran. CV Aneka Solo. Solo.
- Najiyati, S. dan Danarti. 2001. Budidaya dan Pembangunan Lepas Panen Ubi Kayu. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahardi, F, R. N. Setyowati dan I. Satyawibawa. 2008. Agribisnis Tanaman Perkebunan. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Retnandari, N. D. dan M. Tjokrowinoto. 2006. Kajian Sosial Ekonomi. Aditya Medya. Yogyakarta
- Saefuddin. A. 2004. Pemasaran Produk Pertanian. Institut pertanian Bogor. Bogor.
- Sarina. 2006. Analisis Efisiensi Pemasaran Gula Aren. Program Pasca Sarjana Universitas Sriwijaya, Palembang.

- Setiawan. 2004. Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian. Rajawali Pers. Jakarta.
- Sjarkowi. F. 2005. Metode Penelitian Sosial. Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya. Palembang (tidak dipublikasikan).
- Syafruddin, H. 2006. Analisis Usaha dan Tingkat Pendapatan Peternak Pola Kemitraan Inti-Plasma pada Agribisnis Ayam Pedaging. Program Pasca Sarjana. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Susanto, R. Cicilia, N. Chairil, A.Andi, Mustika, E.A.Imron,Z. Solichin,M. S. Agus, 2004. Arah dan Kebijakan Jangka Panjang Pembangunan Perkebunan Sumatera Selatan 2020. Dinas Perkebunan Propinsi Sumatera Selatan.
- Wargino, J. dan M. Diane. 2005. Budidaya Ubi Kayu Yayasan Obor Indonesia dan Gramedia, Jakarta.