

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pertanian memiliki kontribusi yang cukup besar dalam pembangunan perekonomian Indonesia terutama dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Distribusi PDB menurut sektor ekonomi atau lapangan usaha atas dasar harga berlaku menunjukkan peranan dan perubahan struktur ekonomi dari tahun ke tahun. Tiga sektor ekonomi utama Indonesia diantaranya sektor industri pengolahan, sektor pertanian dan sektor perdagangan. Dibandingkan dengan tahun 2020, pada tahun 2021 terjadi peningkatan PDB pada sektor perdagangan, sektor pertambangan dan sektor jasa kesehatan. Kontribusi sektor pertanian terhadap PDB pada tahun 2021, yakni sebesar 13,28 persen. Pertanian menjadi sektor kedua yang berkontribusi besar terhadap PDB setelah sektor industri pengolahan sebesar 19,25 persen (BPS, 2022) seperti dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Distribusi Persentase Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha, 2020-2021

No.	Lapangan Usaha	PDB (%)	
		2020	2021
1	Industri Pengolahan	19,87	19,25
2	Pertanian	13,70	13,28
3	Perdagangan	12,92	12,97
4	Konstruksi	10,71	10,44
5	Pertambangan	6,44	8,98
6	Infokom	4,51	4,41
7	Jasa Keuangan	4,51	4,34
8	Transportasi & Pergudangan	4,47	4,24
9	Adm. Pemerintahan	3,77	3,44
10	Jasa Pendidikan	3,56	3,28
11	Real Estat	2,94	2,76
12	Akomodasi & Makan Minum	2,55	2,43
13	Jasa Lainnya	1,96	1,84
14	Jasa Perusahaan	1,91	1,77
15	Jasa Kesehatan	1,30	1,34
16	Pengadaan Listrik & Gas	1,16	1,12
17	Pengadaan Air	0,07	0,07

Sumber : BPS, 2022 (Diolah)

Sektor pertanian terbagi menjadi beberapa subsektor yakni subsektor tanaman pangan, subsektor tanaman hortikultura, subsektor tanaman perkebunan, subsektor kehutanan, subsektor peternakan serta subsektor perikanan. Tanaman pangan merupakan salah satu subsektor pertanian penyumbang terbesar kedua

terhadap PDB sektor pertanian yaitu sebesar 28,59 persen setelah subsektor perkebunan sebesar 37,32 persen pada Tahun 2022 (BPS, 2022).

Tanaman pangan merupakan komoditas sektor pertanian yang menjadi kebutuhan dasar manusia, oleh karena itu pemenuhan atas pangan yang cukup, bergizi dan aman menjadi hak asasi setiap rakyat Indonesia untuk mewujudkan sumberdaya manusia yang berkualitas dalam melaksanakan pembangunan nasional. Salah satu komoditas tanaman pangan yang mempunyai potensi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah ubi kayu (Pohan, R. R. 2011).

Ubi kayu (*Manihot esculenta*) merupakan perdu tahunan tropika dan subtropika dari suku *Euphorbiaceae*. Umbinya dikenal luas sebagai makanan pokok penghasil karbohidrat dan daunnya sebagai sayuran. Ubi kayu pada umumnya tumbuh di daerah tropika termasuk di Indonesia dengan memiliki kemampuan adaptasi terhadap lingkungan yang tinggi sehingga dapat tumbuh dan berkembang pada lahan kering serta sensitif terhadap suhu yang rendah. Kandungan karbohidrat yang tinggi dapat dimiliki oleh ubi kayu dan tersedia sepanjang tahun. Ubi kayu akan memberikan hasil bahkan pada tanah yang kurang subur, dimana tanaman yang lain tidak lagi memberikan hasil, dikarenakan tanaman ubi kayu mudah menyesuaikan diri dengan tempat tumbuhnya serta jarang diserang hama dan penyakit (Aboki *et al.*, 2013).

Berdasarkan potensi fisik seperti kesesuaian lahan, iklim, sumber daya manusia, dan tingkat adaptasi teknologi, maka tanaman ubi kayu dapat dan cocok dibudidayakan di berbagai daerah di Indonesia. Dengan kondisi daerah yang cocok dalam mengembangkan ubi kayu akan sangat mudah mendapatkan keuntungan, disamping itu ubi kayu memiliki biaya penanaman dan pemeliharaan rendah. Dibeberapa daerah yang sulit diperoleh beras, ubi kayu digunakan sebagai bahan makanan cadangan sehingga digunakan masyarakat sebagai bahan makanan pokok (Purwono dan Purnawati, 2009).

Selain sebagai bahan makanan pokok ubi kayu juga merupakan bahan baku berbagai produk industri seperti industri makanan, farmasi, tekstil dan lain-lain. Ubi kayu pada penelitian ini adalah ubi kayu varietas manggu. Ubi kayu varietas manggu merupakan ubi kayu konsumsi atau pangan. Ubi kayu varietas manggu

berasal dari Jawa Barat yang telah dikenal sejak lama dan mempunyai diameter batang 4 - 5 cm. Jenis ubi kayu yang satu ini bisa dikonsumsi karena mempunyai rasa yang enak, manis, dan dapat diolah menjadi beragam makanan. Ubi kayu manggu mudah ditanam, mudah dikupas, dagingnya empuk, dan renyah. Ubi kayu manggu ini termasuk kelompok ubi kayu manis dan merupakan salah satu varietas ubi kayu unggulan yang sering digunakan untuk olahan seperti keripik maupun tapioka.

Pengolahan ubi kayu menjadi tepung tapioka merupakan salah satu alternatif untuk menghindari kebosanan akan ubi kayu yang hanya diolah dengan dibakar, dikukus atau digoreng. Seiring dengan berjalannya waktu, kreativitas masyarakat khususnya masyarakat sunda terus berkembang hingga menghasilkan berbagai makanan yang terbuat dari tepung tapioka seperti cilok, baso aci, cimol, cireng dan masih banyak olahan lainnya yang populer di berbagai kalangan dan sering dijadikan usaha makanan. Di sunda khususnya di kota Tasikmalaya tentu sudah tidak asing lagi mendengar jajanan berbahan dasar tepung tapioka seperti cimol, cireng, cilok dan lain sebagainya. Camilan ini bisa ditemukan di mana pun dengan harga yang sangat terjangkau. Hal tersebut merupakan salah satu faktor meningkatnya produksi ubi kayu di kota Tasikmalaya. Sentra komoditas ubi kayu di Tasikmalaya adalah di Kecamatan Kawalu (BPP Kecamatan Kawalu).

Kecamatan Kawalu merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kota Tasikmalaya. Wilayah dengan kondisi iklim yang cocok untuk ditanami oleh berbagai komoditas tanaman pangan. Produksi ubi kayu terbesar Kota Tasikmalaya tahun 2022 adalah di Kecamatan Kawalu yang mencapai 705 ton. Urutan kedua terbesar adalah Kecamatan Tamansari yang mencapai 360 ton dan urutan ketiga adalah Kecamatan Purbaratu yang mencapai 246 ton. Salah satu Kelurahan di Kecamatan Kawalu yang merupakan daerah sentra produksi ubi kayu adalah Kelurahan Gunung Tandala. Berikut pada Tabel 2 menunjukkan data jumlah produksi dari tanaman ubi kayu di setiap kecamatan Kota Tasikmalaya.

Tabel 2. Realisasi Produksi Ubi Kayu per Kecamatan di Kota Tasikmalaya Tahun 2021

No	Kecamatan	Jumlah (Ton)
1.	Kawalu	705
2.	Tamansari	360
3.	Cibeureum	30
4.	Purbaratu	246
5.	Tawang	-
6.	Cihideung	-
7.	Mangkubumi	-
8.	Indihiang	-
9.	Bungursari	47
10.	Cipedes	-

Sumber : Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Perikanan Kota Tasikmalaya, 2022 (Diolah)

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dengan lain (Kotler *et al*, 2008). Dalam proses pemasaran terdapat lembaga-lembaga pemasaran dari produsen sampai ke konsumen yang terlibat dalam saluran pemasaran, sehingga terjadi perbedaan harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Perbedaan harga tersebut disebabkan adanya biaya dan keuntungan pemasaran dan pada umumnya semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam biaya pemasaran atau rantai pemasarannya semakin panjang, maka perbedaan harga tersebut semakin besar, sehingga akan mendapat *share* (bagian harga) yang lebih rendah (Kastaman, 2006).

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran dapat memberikan kepuasan kepada semua pihak yang terlibat dalam lembaga pemasaran. Pemasaran disebut efisien, apabila tercipta keadaan dimana produsen, lembaga pemasaran dan konsumen memperoleh kepuasan terhadap adanya aktivitas pemasaran yang dilaksanakan (Sa'id dan Intan 2001). Efisiensi pemasaran dengan harga di tingkat petani menunjukkan bahwa pasar yang efisien belum tentu memberikan pendapatan yang lebih tinggi bagi produsen karena efisiensi pemasaran tidak hanya dilihat dari sudut pandang produsen tetapi juga lembaga pemasaran dan konsumen. Pemasaran yang

efisien adalah yang mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran barang itu (Mubyarto, 1985 dalam Pranatagama, 2015).

Pemasaran ubi kayu melibatkan lembaga pemasaran dalam penyalurannya agar dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir. Hal tersebut mengharuskan adanya aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dan menyebabkan adanya perbedaan margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Nilai margin pemasaran yang berbeda akan berpengaruh pada harga ditingkat konsumen. Saluran pemasaran dapat dikatakan efisien bila nilai margin pemasarannya tidak tinggi. selain itu, saluran pemasaran yang panjang dapat menyebabkan terjadinya penambahan biaya karena banyak melalui lembaga pemasaran. Perkembangan harga ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala pada tahun 2018-2023 di tingkat petani masih fluktuatif. Berikut tabel 3 yang menunjukkan harga ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala pada tahun 2018-2022.

Tabel 3. Harga ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala pada tahun 2018-2022

TAHUN	HARGA
2018	Rp. 2.500
2019	Rp. 1.500
2020	Rp. 1.800
2021	Rp. 1.800
2022	Rp. 2.500

Sumber : BPP Kecamatan Kawalu, 2023 (Diolah)

Harga yang fluktuatif tersebut disebabkan oleh tinggi rendahnya permintaan pasar serta karakteristik ubi kayu yang tidak tahan lama dan bervolume besar. Tahun 2019 pada saat pandemi covid-19 melanda permintaan konsumen pada ubi kayu menurun sehingga menyebabkan harga ubi kayu yang murah, karena menurut Syahputra (2019) pembentukan harga terjadi melalui keseimbangan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Serta karakteristik ubi kayu yang tidak tahan lama dan bervolume besar, sehingga mendorong petani harus segera menjualnya dengan keadaan posisi tawar petani menjadi rendah. Rendahnya posisi tawar petani menyebabkan harga yang diterima petani menjadi rendah. Adanya fluktuasi harga

pada ubi kayu dan sifat ubi kayu yang mudah rusak juga akan berpengaruh pada saluran pemasaran yang terbentuk (BPP Kecamatan Kawalu, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut diatas maka, agar petani dan lembaga pemasaran dapat memilih pola saluran pemasaran yang tepat maka perlu adanya analisis mengenai pola saluran pemasaran yang efisien sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan bagi semua pihak secara adil. Berdasarkan uraian tersebut maka perlu diteliti mengenai “Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ubi Kayu” di Kelurahan Gunung Tandala Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran dan fungsi pemasaran komoditas ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya?
2. Berapa besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya dilihat dari biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis saluran pemasaran dan fungsi pemasaran komoditas ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya.

2. Menganalisis biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ubi kayu di Kelurahan Gunung Tandala, Kecamatan Kawalu, Kota Tasikmalaya yang dilihat dari biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, distribusi margin dan *farmer's share*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan untuk melatih dalam penerapan ilmu yang telah diperoleh serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.
2. Lembaga pemasaran ubi kayu, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang pentingnya saluran pemasaran yang efisien sehingga dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk meningkatkan pendapatan petani ubi kayu.
3. Pembaca, untuk menambah wawasan pembaca dalam mengetahui analisis efisiensi saluran pemasaran ubi kayu.
4. Bagi pihak lain, dapat dijadikan sebagai bahan kajian guna menambah wawasan dan pengetahuan serta sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan saluran pemasaran pada komoditi ubi kayu.