

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN UBI JALAR
DI KABUPATEN KARANGANYAR**

Rahmitha Laelawati, Wiwit Rahayu, R. Kunto Adi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract : This study aimed to analyze the channel and marketing agencies, analyze cost, profit and marketing margins of sweet potato and know the most efficient marketing channel economically in Karanganyar district. The data analysis for this study are cost analysis, profit and marketing margins of sweet potato and efficiency analysis of marketing channel economically. The results of the study show that there are four marketing channel, I (Farmer → Middlemen → Wholesaler → Retailer → End Consumers), II (Farmer → Middlemen → Wholesaler → Consumers), III (Farmer → Middlemen → Consumers) and IV (Farmer → Consumers). Total cost of marketing at channel I is Rp.350/Kg, total profit Rp.650/Kg, and total marketing margin is Rp.1.000/Kg. Total cost of marketing at channel II is Rp.355/Kg, total profit Rp.145/Kg, dan total marketing margin is Rp.500/Kg. Total cost of marketing at channel III is Rp.325/Kg, total profit Rp.175/Kg, dan total marketing margin is Rp.500/Kg. Total cost of marketing at channel IV is Rp.130/Kg, total profit Rp.1.470/Kg, dan total marketing margin is Rp.0/Kg. From the economic analysis of marketing margin and farmer share, we found that the most efficient channel is channel IV.

Keywords: Marketing Efficiency, Farmer's Share, Marketing Margin, Marketing Channels, Sweet Potatoes

Abstrak : Penelitian bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran ubi jalar, besarnya biaya, keuntungan dan marjin pemasaran ubi jalar, dan mengetahui saluran pemasaran ubi jalar yang paling efisien secara ekonomis. Analisis data yang digunakan adalah analisis usahatani, analisis biaya, keuntungan dan marjin pemasaran, analisis efisiensi ekonomis pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat saluran pemasaran ubi jalar yaitu I (Petani → Penebas → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir), II (Petani → Penebas → Pedagang Besar → Konsumen Antara), III (Petani → Penebas → Konsumen Antara) dan IV (Petani → Konsumen Antara). Total biaya pemasaran pada saluran I adalah Rp.350/Kg, total keuntungan Rp.650/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp.1.000/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran II adalah Rp.355/Kg, total keuntungan Rp.145/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp.500/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran III adalah Rp.325/Kg, total keuntungan Rp.175/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp.500/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran IV adalah Rp.130/Kg, total keuntungan Rp.1.470/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp.0/Kg. Ditinjau dari segi ekonomis, saluran pemasaran ubi jalar yang paling efisien yaitu saluran pemasaran IV.

Kata kunci: Efisiensi Pemasaran, *Farmer's Share*, Marjin Pemasaran, Saluran Pemasaran, Ubi Jalar

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara agraris memiliki wilayah yang kaya akan sumber daya alam, baik yang berasal dari daratan maupun lautan. Kondisi wilayah ini, mendukung sebagian besar masyarakatnya untuk berprofesi sebagai petani. Pada perekonomian yang belum berkembang, sektor pertanian sangat penting, sebagian besar dari produksi nasional merupakan hasil pertanian dan sebagian besar pendapatan rumah tangga dibelanjakan untuk membeli hasil-hasil pertanian (Sukirno, 2012). Pembangunan pertanian memiliki tujuan untuk meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industri dalam negeri.

Salah satu komoditas pertanian pangan yang mempunyai prospek untuk dikembangkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar domestik maupun internasional adalah ubi jalar (Litbang Deptan, 2010). Namun demikian, ubi jalar di Indonesia belum dianggap sebagai komoditas penting, sementara di negara maju ubi jalar telah dimanfaatkan sebagai bahan baku pangan dan non pangan.

Kabupaten Karanganyar memiliki luas panen, produksi dan produktivitas terbesar di Soloraya. Pada tahun 2014 luas panen 860 Ha, produksi sebesar 23.882 ton dan

tingkat produktivitas sebesar 277,69 ku/Ha (BPS Jawa Tengah, 2015). Kabupaten Karanganyar terbagi menjadi 17 kecamatan dan terdapat sebelas kecamatan di Kabupaten Karanganyar yang melakukan kegiatan budidaya ubi jalar dan Kecamatan Tawangmangu memiliki jumlah produksi sebesar 7.951 ton (BPS Kabupaten Karanganyar, 2014).

Produksi ubi jalar yang tinggi akan bisa diterima konsumen akhir dalam keadaan baik harus diimbangi dengan pemasaran yang baik dan efisien. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan hal yang penting dalam menjalankan usaha pertanian serta pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan petani. Oleh karena itu, diperlukan adanya pemasaran yang efisien untuk menyalurkan produk ke konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya dan pendapatan usahatani ubi jalar, mengetahui pola saluran pemasaran ubi jalar, mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran ubi jalar serta mengetahui saluran pemasaran ubi jalar di Kabupaten Karanganyar yang paling efisien secara ekonomis.

METODE PENELITIAN

Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik. Penelitian dilakukan dengan teknik survey.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Karanganyar karena berdasarkan data BPS tahun 2015, produksi ubi jalar di Kabupaten Karanganyar pada tahun 2014 sebesar 23.882 ton. Lokasi kecamatan dipilih secara *purposive sampling*. Kecamatan Tawangmangu merupakan kecamatan dengan jumlah produksi sebesar 7.951 ton dan luas panen 286 Ha. Penelitian dilakukan di Desa Karanglo dan Desa Nglebak dikarenakan jumlah petani ubi jalar varietas prambanan paling banyak diantara desa lain di Kecamatan Tawangmangu.

Jumlah responden petani pada penelitian ini berjumlah 30 orang secara *accidental sampling*. Pengambilan responden lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling*.

Data yang digunakan merupakan data primer dan data sekunder.

Analisis total biaya usahatani ubi jalar dengan rumus :

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots (1)$$

Dimana : **TC** adalah Total *cost* usahatani ubi jalar (Rp); **TFC** adalah Total *fixed cost* usahatani ubi jalar (Rp); **TVC** adalah Total *variable cost* usahatani ubi jalar (Rp).

Analisis penerimaan dan pendapatan usahatani ubi jalar dengan rumus :

$$TR = Q \times P \dots\dots\dots (2)$$

$$\Pi = TR - TC \dots\dots\dots (3)$$

Dimana : **TR** adalah Total penerimaan usahatani ubi jalar (Rp); **Q** adalah Jumlah produksi usahatani ubi jalar (Kg); **Π** adalah Pendapatan usahatani ubi jalar (Rp); **P** adalah Harga jual usahatani ubi jalar (Rp/kg); **TC** adalah Total biaya usahatani ubi jalar (Rp).

Biaya Pemasaran dihitung dengan rumus :

$$BP = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn. (4)$$

Dimana : **Bp** adalah biaya pemasaran; **Bp1, Bp2, Bpn** adalah biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran.

Keuntungan Pemasaran dihitung dengan rumus :

$$KP = Kp1 + Kp2 + \dots + Kpn \dots\dots (5)$$

Dimana : **Kp** adalah keuntungan pemasaran; **Kp1, Kp2, Kpn** adalah keuntungan tiap lembaga.

Marjin Pemasaran dihitung dengan rumus :

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots (6)$$

Dimana : **M** adalah marjin pemasaran; **Pr** adalah harga ditingkat konsumen; **Pf** adalah harga ditingkat produsen.

Persentase Marjin Pemasaran dihitung dengan rumus :

$$Mp = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

Dimana : **Mp** adalah Marjin Pemasaran Ubi Jalar (%); **Pf** adalah Harga di tingkat petani Ubi Jalar (Rp);

Pr = Harga di tingkat konsumen Ubi Jalar (Rp).

Farmer's Share dihitung dengan rumus :

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots\dots\dots (8)$$

Dimana : **Fs** adalah *Farmer's Share* (%); **Pf** adalah Harga ubi jalar ditingkat petani produsen (Rp/kg); **Pr** adalah Harga ubi jalar ditingkat konsumen (Rp/kg).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Petani Responden

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa petani yang melakukan usahatani ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu memiliki umur rata-rata 51 tahun, maka responden petani termasuk dalam usia yang produktif

(15-64 tahun). Sebanyak 43,33% responden petani ubi jalar memiliki pendidikan hingga Tamat SLTP. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan petani responden cukup tinggi maka petani dapat menerima inovasi mengenai usahatani ubi jalar dengan baik dan apabila menurut petani inovasi tersebut menguntungkan maka akan diterapkan dan begitupun sebaliknya. Rata-rata jumlah anggota keluarga petani adalah 4 orang dimana keluarga yang aktif dalam usahatani hanya 2 orang. Petani di Kecamatan Tawangmangu rata-rata hanya memiliki luas lahan garapan 0,354 Ha. Kecilnya luas lahan garapan petani tersebut menyebabkan hasil yang diperoleh petani juga kecil.

Tabel 1. Identitas Petani Usahatani Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

No	Identitas Petani	Keterangan	Persentase (%)
1	Jumlah petani responden (orang)	30	
2	Rata-rata umur (th)	51	
3	Pendidikan		
	a. Tidak Sekolah	4	13,33
	b. SD	12	40,00
	c. SLTP	13	43,33
	d. SLTA	1	3,33
	e. Perguruan Tinggi	-	
4	Rata-rata jumlah anggota keluarga (orang)	4	
5	Rata-rata luas tanam	0,354	

Sumber data: Analisis data primer, 2016

Biaya dan Pendapatan Usahatani Ubi Jalar

Tabel 2. Rata-Rata Luas Tanam, Produksi, Produktivitas dan Modal Petani Ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar

No	Uraian	Rata-rata
1	Luas Tanam (ha)	0,354
2	Produksi (kg)	7.525,00
3	Produktivitas (kg/ha)	19.101,08
4	Modal	
	a. Dalam (Rp)	4.663.117,00
	b. Campuran (Rp)	-

Sumber data: Analisis Data Primer, 2016

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui rata-rata luas tanam petani ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu adalah 0,354 ha. Rata-rata produksi ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu sebesar 7.525 kg dan rata-rata produktivitas sebesar 19.101,08 kg/ha. Produksi ubi jalar yang dihasilkan dipengaruhi oleh manajemen petani. Pola tanam di Kecamatan

Tawangmangu yaitu padi – palawija – padi. Modal usahatani petani ubi jalar menggunakan dana pribadi. Rata-rata modal yang harus dikeluarkan petani dalam satu kali usahatani ubi jalar sebesar Rp. 4.663.117,00. Biaya untuk usahatani ubi jalar dengan luas tanam 1 ha membutuhkan modal sebesar Rp. 13.172.646,00.

Tabel 3. Rata-Rata Biaya Usahatani, Penerimaan dan Pendapatan Petani Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

No	Uraian	Per Usahatani	Per Hektar
1	Biaya Variabel	5.634.117	15.339.635
	Biaya Tetap		
	a. Pajak Tanah (per tahun)	354.000	1.000.000
	b. Penyusutan Peralatan	382.750	1.494.018
	Total Biaya	6.370.867	17.833.653
2	Volume Penjualan (Kg)	7.525	21.257
3	Harga Jual	2.290	2.290
4	Penerimaan	17.232.250	48.678.530
5	Pendapatan	10.861.383	30.844.877

Sumber data : Analisis Data Primer, 2016

Rata-rata biaya total usahatani ubi jalar per hektar sebesar Rp. 17.833.653,00 yang merupakan penjumlahan dari biaya pupuk, biaya tenaga kerja, biaya pajak tanah dan juga biaya penyusutan peralatan. Rata-rata produksi ubi jalar 21.257 kg per hektar. Harga jual ubi jalar rata-rata sebesar Rp. 2.290/kg. Sedangkan HPP dari ubi jalar yaitu Rp. 840/kg, maka petani ubi jalar mendapatkan keuntungan sebesar Rp. 1.450/kg. Akan tetapi pada keuntungan tersebut masih harus dikurangi dengan biaya

transportasi pada saat proses pemasaran ubi jalar.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui penerimaan dan pendapatan petani ubi jalar. Rata-rata penerimaan yang diterima petani ubi jalar sebesar Rp 48.678.530,00 per hektar. Rata-rata pendapatan yang diterima petani sebesar Rp. 30.844.877,00 per hektar dalam sekali usahatani. Rata-rata pendapatan petani responden penelitian dengan luas lahan rata-rata 3.540 m² sebesar Rp. 10.861.383,00.

Identitas Pedagang Ubi Jalar

Tabel 4. Identitas Pedagang Ubi Jalar dalam Lembaga Pemasaran Ubi Jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

No	Identitas Petani	Keterangan	Persentase (%)
1	Jumlah pedagang yang terlibat dalam saluran pemasaran (orang)	16	
2	Rata-rata umur (th)	57	
3	Pendidikan		
	a. Tidak Sekolah	-	
	b. SD	9	56,25
	c. SLTP	7	43,75
	d. SLTA	-	
	e. Perguruan Tinggi	-	
5	Rata-rata lama usaha	33	

Sumber data: Analisis data primer, 2016

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa rata-rata pedagang yang menjadi sampel memiliki umur 57 tahun. Sebanyak 56,25% pedagang ubi jalar memiliki pendidikan hingga SD. Pedagang ubi jalar memiliki rata-rata lama usaha selama 33 tahun.

Saluran Pemasaran Ubi Jalar

Saluran pemasaran ubi jalar merupakan gabungan dari beberapa lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran ubi jalar.

Tujuan dari adanya saluran pemasaran ubi jalar, agar ubi jalar yang diproduksi oleh petani ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dapat sampai ditangan konsumen akhir. Beberapa saluran pemasaran ubi jalar yang ada akan membentuk pola saluran pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah

dilakukan, pola saluran pemasaran ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar seperti berikut : (a) Pola saluran pemasaran I : Petani → Penebas → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen Akhir; (b) Pola saluran pemasaran II: Petani → Penebas → Pedagang Besar → Konsumen Antara; (c) Pola saluran pemasaran III: Petani → Penebas → Konsumen Antara; (d) Pola saluran pemasaran IV: Petani → Konsumen Antara

Jumlah petani paling banyak berada pada saluran pemasaran ubi jalar III yaitu 12 orang. Kemudian saluran pemasaran II dengan jumlah petani ubi jalar 9 orang. Kemudian saluran pemasaran I dengan jumlah petani 7 orang dan saluran pemasaran IV dengan jumlah petani 1 orang.

Biaya, Marjin dan Keuntungan Pemasaran Ubi jalar

Kegiatan pemasaran ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar memerlukan campur tangan beberapa lembaga pemasaran. Setiap lembaga pemasaran yang termasuk dalam saluran pemasaran ubi jalar menginginkan keuntungan yang maksimal. Namun dalam kegiatan pemasaran ubi jalar yang dilakukan akan membutuhkan biaya-biaya yang mendukung kegiatan pemasaran ubi jalar yang dilakukan. Biaya pemasaran yang akan dikeluarkan antara lain biaya tenaga kerja dan biaya transportasi. Keuntungan yang didapat dengan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran setiap lembaga pemasaran berbeda-beda. Perbedaan inilah yang akan menunjukkan marjin pemasaran ubi jalar. Setiap saluran pemasaran ubi jalar, terdapat biaya,

keuntungan dan marjin pemasaran yang berbeda-beda. Berdasarkan Tabel 5. dapat diketahui total biaya pemasaran, keuntungan dan marjin pemasaran tiap saluran. Total biaya pemasaran pada saluran I adalah Rp. 350/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 650/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp. 1.000/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran II adalah Rp. 355/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 145/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp. 500/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran III adalah Rp. 325/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 175/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp. 500/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran IV adalah Rp. 130/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 1.470/Kg, dan total marjin pemasaran adalah Rp. 0/Kg.

Tabel 5. Biaya, Keuntungan, dan Marjin Pemasaran Ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu

No	Saluran	Total biaya	Keuntungan	Marjin pemasaran
1	I	350	650	1.000
2	II	355	145	500
3	III	325	175	500
4	IV	130	1.470	0

Sumber data : Analisis data primer, 2016

Efisiensi Ekonomi Pemasaran Ubi Jalar

Setiap lembaga pemasaran yang ikut dalam kegiatan pemasaran selalu menginginkan keuntungan yang maksimal dengan biaya yang dikeluarkan paling rendah. Perbedaan ini menyebabkan perbedaan harga yang diterima petani dengan harga yang harus dibayarkan konsumen akhir. Besar kecilnya margin yang terjadi akan mempengaruhi efisiensi pemasaran ubi jalar tersebut. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila pembagian keuntungan dalam setiap lembaga pemasaran yang ikut dikatakan adil. Guna mengetahui efisiensi pemasaran ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar secara ekonomis salah

satunya dengan menggunakan persentase margin pemasaran dan juga *farmer share* pada setiap pola saluran pemasaran ubi jalar yang ada..

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar terbentuk empat pola saluran pemasaran. Pola pemasaran yang paling efisien berada pada saluran pemasaran IV dengan *farmer share* sebesar 100% dan nilai persentase margin sebesar 0%. Sedangkan saluran pemasaran yang kurang efisien berada pada saluran pemasaran I dengan *farmer share* terkecil 66,67% dan persentase margin sebesar 33,33%.

Tabel 6. Persentase Margin Pemasaran dan *Farmer Share* Ubi jalar di Kecamatan Tawangmangu

No	Saluran	Persentase margin pemasaran(%)	<i>Farmer's share</i> (%)
1	I	33,33	66,67
2	II	17,86	82,14
3	III	16,67	83,33
4	IV	0	100,00

Sumber data : Analisis data primer, 2016

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada pemasaran ubi jalar di Kabupaten Karanganyar yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Total biaya pada usahatani ubi jalar per usahatani sebesar Rp. 6.370.867,00 dan pendapatan petani sebesar Rp. 10.861.383,00. Total biaya pada usahatani ubi jalar per hektar sebesar Rp. 17.833.533,00 dan pendapatan petani sebesar Rp. 30.844.877,00. Saluran pemasaran ubi jalar di Kabupaten Karanganyar terdapat empat saluran. Setiap saluran pemasaran ubi jalar, terdapat biaya, keuntungan dan margin pemasaran yang berbeda-beda. Total biaya pemasaran pada saluran I adalah Rp. 350/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 650/Kg, dan total margin pemasaran adalah Rp. 1.000/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran II adalah Rp. 355/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 145/Kg, dan total margin pemasaran adalah Rp. 500/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran III adalah Rp. 325/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 175/Kg, dan total margin pemasaran adalah Rp. 500/Kg. Total biaya pemasaran pada saluran IV adalah Rp. 130/Kg, total keuntungan yang diperoleh Rp. 1.470/Kg, dan total margin pemasaran adalah Rp. 0/Kg. Saluran pemasaran ubi jalar yang paling efisien adalah saluran

pemasaran IV dengan presentase margin pemasaran 0% dan farmer share 100%. Sedangkan saluran pemasaran yang kurang efisien berada pada saluran pemasaran I dengan *farmer share* terkecil 66,67% dan presentase margin sebesar 33,33%.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka saran yang dapat disampaikan adalah : Bagi petani, sebaiknya mencari informasi mengenai harga ditingkat konsumen dan bersama-sama menentukan harga jual yang harus disepakati dan dipatuhi dengan adanya perjanjian pada kelompok tani tiap desa agar posisi produsen lebih kuat dalam tawar menawar dengan penebas. Sehingga dapat meningkatkan *farmer share* pada petani. Bagi lembaga pemasaran, sebaiknya lebih meminimalisir biaya pemasaran yang dikeluarkan salah satunya dengan cara menekan biaya transportasi. Bagi pemerintah, sebaiknya melakukan pemantauan terhadap proses tata niaga ubi jalar di Kabupaten Karanganyar.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistika 2015. Statistika Daerah Kabupaten Karanganyar 2015. *www.bpskaranganyar.com*. Diakses pada tanggal 26 April 2016.
- BPS Provinsi Jawa Tengah. 2015. *Jawa Tengah Dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik. Jawa Tengah.
- Litbang Departemen Pertanian 2010. Prospek Pengembangan Ubi Jalar Mendukung Diversifikasi Pangan dan Ketahanan Pangan
- Sukirno, S 2012. *Mikro Ekonomi edisi ketiga*. PT Raja grafindo Persada. Jakarta.