

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor penting yang memiliki peran multifungsi. Adapun fungsi tersebut diantaranya adalah sebagai 1) fungsi lingkungan seperti mitigasi banjir, pengendali erosi tanah, penambat gas rumah kaca, penyebar udara dan pemelihara keanekaragaman hayati, 2) pemelihara tradisi dan budaya, 3) penyedia lapangan pekerjaan, dan 4) basis ketahanan pangan serta berkontribusi dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi negara (Agus & Husen, 2005), (Sutanto, 2011).

Salah satu sub sektor strategis komoditas pertanian adalah tanaman pangan. Tanaman pangan merupakan segala jenis tanaman yang dapat menghasilkan karbohidrat dan protein sebagai sumber daya bagi manusia. Dalam praktiknya, terdapat beberapa tanaman pangan unggul termasuk didalamnya tanaman serelia (padi dan jagung), tanaman legum (kacang tanah, kedelai dan kacang hijau), tanaman umbi (ubi kayu dan ubi jalar), tanaman sagu dan talas/keladi (Hidayati, 2016).

Penganekaragaman pangan (diversifikasi pangan) merupakan salah satu jalan keluar untuk memecahkan masalah pemenuhan kebutuhan pangan (khususnya sumber karbohidrat). Melalui penataan pola makan yang tidak tergantung pada satu sumber pangan, menjadikan masyarakat dapat menetapkan pangan pilihan mereka sendiri, dengan membangkitkan ketahanan pangan keluarga masing-masing dapat berujung pada peningkatan ketahanan pangan nasional. Salah satu komoditas tanaman pangan yang dapat dikembangkan selain padi sawah adalah ubi jalar (Kementan, 2016).

Ubi merupakan salah satu jenis dari tanaman umbi-umbian yang banyak tumbuh di seluruh penjuru di Indonesia. Ubi sendiri terbagi lagi akan beberapa jenis yaitu ubi jalar (*Ipomoea batatas*), ubi rambat (*Dioscorea alatas*), ubi kayu (*Manihot esculenta*), dan talas. Ubi mengandung zat-zat gizi yang sangat bermanfaat bagi tubuh, oleh karena itu hampir semua masyarakat di dunia telah mengenal dan mengkonsumsi ubi. Ubi jalar diduga berasal dari Benua Amerika. Para ahli botani dan pertanian memperkirakan daerah asal tanaman ubi jalar adalah dari Selandia

Baru, Polinesia, dan Amerika bagian tengah. Ubi jalar mulai menyebar ke seluruh dunia, terutama negara-negara beriklim tropika pada abad ke-16. Orang-orang Spanyol menyebarkan ubi jalar ke kawasan Asia, terutama Filipina, Jepang, dan Indonesia (Marta, 2018).

Krisan (2011) dalam outlook ubi jalar tahun 2016 yang diterbitkan oleh Kementerian Pertanian menyatakan bahwa dalam setiap 100 gram ubi jalar segar mentah terdapat kandungan gizi yang cukup tinggi yaitu 562 g kalium; 107 mg kalsium; 2,8 g protein; 53,00 kal kalori, 5,56 SI vitamin A dan 32 mg vitamin C. Seusai dimasak kandungan gizi berkurang yaitu menjadi 2,6 mg kalsium, 94 mg kalium, 3.345 SI vitamin A dan 5 mg vitamin C (Kementan, 2016).

Budidaya ubi jalar dapat diusahakan di hampir seluruh wilayah yang ada di Indonesia, salah satunya adalah di wilayah Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Untuk di Kabupaten Agam ini produksi ubi jalar tertinggi berada di Kecamatan Baso tepatnya di Nagari Koto Tinggi (BPS, 2021). Petani ubi jalar di Kecamatan Baso saat ini banyak yang menanam ubi jalar varietas manohara disamping varietas madu, wali dan wortel. Banyaknya petani yang menanam varietas manohara ini dikarenakan umur panen yang jauh lebih cepat dibanding varietas lainnya. Dan juga timbulnya semangat petani dalam mengusahakan ubi manohara ini dikarenakan cukup banyaknya permintaan akan ubi manohara oleh industri pengolahan yang akan diolah menjadi gorengan, kue, saus dan stik ubi dan juga banyaknya permintaan dari luar daerah untuk konsumsi rumah tangga mereka.

Ubi jalar manohara merupakan ubi jalar yang memiliki umbi berwarna putih, berukuran besar dan panjang dengan kulit umbi yang mulus, serta memiliki kadar air yang lebih rendah dibanding ubi lain sehingga cocok digunakan oleh industri pengolahan untuk dijadikan produk turunan ubi. Ubi jalar manohara memiliki umur masa panen yang lebih singkat dari varietas lainnya yaitu selama 3,5-4 bulan saja. Sedangkan untuk varietas lain seperti madu dan wortel membutuhkan waktu selama 6-7 bulan hingga panen. Selain itu hasil panen ubi jalar manohara pun tidak jauh berbeda dengan varietas lain yaitu dengan kisaran hasil 35 ton/ha.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan proses manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui

penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dengan yang lain (Kotler, Wong, Saunders, & Armstrong, 2005). Pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam suatu sistem agribisnis, disamping menentukan keberhasilan kegiatan bisnis, pemasaran juga menciptakan nilai tambah dan membentuk mata rantai distribusi produk yang menghubungkan petani dengan konsumen akhir (Farid, 2017).

Menurut Usman (Usman, 2018) pemasaran adalah “Pelaksanaan kegiatan dan usaha yang bertujuan untuk mengalirkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi”. Dalam pemasaran sering terjadi panjangnya rantai pemasaran, artinya banyak terlibat pelaku pemasaran yang dapat menimbulkan pemasaran yang kurang atau tidak efisien (Hanafie, 2010). Lemahnya efisiensi pemasaran juga dapat disebabkan karena fungsi-fungsi pemasaran seperti pembelian, grading, penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan, sering berjalan tidak sesuai dengan yang diharapkan, ditambah lagi keterampilan untuk melaksanakan efisiensi pemasaran masih terbatas (Soekartawi, 2002).

Sebagai salah satu komoditas pertanian komersial, pemasaran ubi jalar akan sangat menentukan keberhasilan dan keberlanjutan usahatani ubi jalar yang diusahakan oleh petani. Proses pemasaran ini perlu diamati karena akan mempengaruhi kesejahteraan petani melalui pendapatan yang akan diterima dari harga jual produk pertaniannya (Sandra, 2019). Agar petani dapat memperoleh keuntungan yang maksimal, pemasaran yang dilakukan hendaklah pemasaran yang efisien, dimana biaya pemasaran yang dikeluarkan ialah yang seminimum mungkin dan dapat memberikan balas jasa yang adil ke setiap lembaga pemasaran yang terlibat.

B. Rumusan Masalah

Ubi jalar manohara merupakan salah satu komoditas tanaman pangan yang memiliki banyak manfaat, diantaranya dapat menghasilkan pendapatan bagi para petani ubi jalar, memberikan kontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi negara, dan kandungan gizi ubi jalar dapat bermanfaat bagi kesehatan tubuh diantaranya untuk melindungi kulit, peradangan, menyeimbangkan cairan tubuh, mencegah diabetes, bronchitis dan penyakit lambung, menjaga kesehatan mata dan melawan kanker (Marta, 2018).

Kabupaten Agam merupakan salah satu daerah pengusaha ubi jalar terbesar di Provinsi Sumatera Barat (BPS, 2021) (Lampiran 1). Produksi ubi jalar tertinggi di Kabupaten Agam terletak di wilayah Kecamatan Baso dengan jumlah produksi sebanyak 7.930 ton pada tahun 2020 (BPS, 2021) (Lampiran 2). Wilayah terluas yang mengusahakan ubi jalar di Kecamatan Baso ini terletak di Nagari Koto Tinggi dengan luas lahan tanam seluas 80 ha (BPP, 2021) (Lampiran 3). Di Nagari Koto Tinggi ini mayoritas masyarakatnya mengusahakan padi sawah dan ubi jalar. Kebanyakan petani mengusahakan ubi jalar dilahan persawahan mereka, sehingga penanaman ubi dan padi ditanam secara bergilir yaitu satu kali panen padi, kemudian dilanjutkan dengan menanam ubi jalar dua kali panen dengan varietas ubi jalar yang banyak diusahakan adalah varietas manohara.

Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan petani ubi jalar manohara, yaitu hasil produksi dan harga. Untuk meningkatkan pendapatannya, hasil produksi ubi jalar petani hendaknya dipasarkan melalui pemasaran yang efisien. Jika terjadi pemasaran yang efisien maka akan didapatkan harga yang tepat, sehingga dapat menguntungkan tidak hanya petani namun juga konsumen.

Dari hasil pra penelitian terdapat 3 saluran pemasaran yang terjadi dalam pemasaran ubi jalar manohara di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso pada masa periode panen Juli-Agustus 2021, yaitu: 1) Petani ke konsumen, 2) Petani ke pedagang pengumpul lalu ke konsumen, dan 3) Petani ke pedagang pengumpul lalu ke pedagang pengecer baru ke konsumen. Hasil produksi ubi jalar manohara yang dijual oleh petani langsung ke konsumen dijual seharga Rp 3.000/kg untuk ukuran besar dan Rp 1.000/kg untuk ukuran kecil, sedangkan ubi yang dijual ke pengumpul dihargai sebesar Rp 1.500/kg untuk ukuran besar dan Rp 600/kg untuk ukuran kecil. Ubi jalar yang telah diterima pengumpul nantinya bisa dijual langsung ke konsumen atau dijual lagi ke pedagang pengecer dengan harga Rp 3.000/kg untuk ukuran besar dan Rp 1.000/kg untuk ukuran kecil yang akan diteruskan oleh pedagang pengecer untuk dijual ke konsumen akhir seharga Rp 6.000/kg untuk ukuran besar dan Rp 3.300/kg untuk ukuran kecil.

Dari paparan diatas dapat terlihat bahwa disetiap saluran pemasaran ubi jalar manohara ini terlibat beberapa lembaga pemasaran yang berbeda-beda. Hal ini dapat menyebabkan fungsi pemasaran yang dilakukan di setiap saluran pemasaran

juga beragam dan biaya yang dikeluarkan dalam pemasarannya juga berbeda dan harga yang diterima petani ubi jalar pun juga berbeda di masing-masing saluran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, semakin banyak fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga tersebut, maka akan semakin bertambah biaya pemasarannya. Dari paparan harga diatas juga dapat terlihat cukup tingginya margin pemasaran yang terbentuk antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen akhir yaitu sebesar Rp 4.500 untuk ukuran besar dan Rp 2.700 untuk ukuran kecil. Tingginya margin pemasaran ini dapat disebabkan karena panjangnya rantai pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sehingga selisih harga yang diterima petani dengan yang dibayarkan konsumen semakin besar. Tingginya margin pemasaran dan adanya fluktuasi harga dalam pemasaran ubi jalar manohara ini menunjukkan adanya permasalahan yang terjadi dalam pemasaran ubi jalar manohara.

Oleh karena itu penelitian mengenai analisis pemasaran ubi jalar manohara ini perlu dilakukan untuk melihat bagaimana saluran, lembaga dan fungsi pemasaran yang terbentuk selama proses pemasaran ubi jalar nya. Kemudian dengan dilakukannya penelitian ini akan terlihat biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dan dapat diketahui efisiensi pemasarannya di setiap saluran pemasaran. Dengan adanya nilai efisiensi pemasaran ini dapat dilihat pada saluran mana pemasaran ubi jalar yang paling efisien yang dapat memberikan keuntungan lebih kepada para petani dan bisa dijadikan acuan bagi petani ubi jalar dalam mengambil keputusan dalam memasarkan produk ubi jalar mereka kedepannya.

Berdasarkan uraian diatas maka ditemukan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran, lembaga, dan fungsi-fungsi pemasaran ubi jalar manohara yang terbentuk di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam?
2. Bagaimana margin dan *farmer's share* pemasaran ubi jalar manohara yang terbentuk di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran ubi jalar manohara yang terbentuk di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan saluran, lembaga, dan fungsi-fungsi pemasaran ubi jalar manohara yang terbentuk di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam
2. Menganalisis marjin dan *farmer's share* pemasaran ubi jalar manohara yang terbentuk di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran ubi jalar manohara yang terbentuk di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso, Kabupaten Agam.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi petani ubi jalar manohara, hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran dan dijadikan referensi dalam mengambil keputusan saat melakukan pemasaran ubi mereka kedepannya.
2. Bagi pemerintah, sebagai dasar pengambilan kebijakan, hasil penelitian ini semoga dapat memberikan sumbangan pemikiran, bahan pertimbangan dan evaluasi terhadap penetapan kebijakan yang tepat dalam aktivitas pemasaran ubi jalar di Nagari Koto Tinggi, Kecamatan Baso.
3. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan terkait bidang pemasaran produk pertanian.

