

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sektor pertanian merupakan penopang utama pembangunan ekonomi Indonesia, karena hampir seluruh kegiatan perekonomian Indonesia terkonsentrasi pada sektor tersebut. Keberhasilan peningkatan pembangunan sektor pertanian dapat tercapai jika adanya kerjasama antara berbagai kalangan yang terkait langsung dengan bidang pertanian baik itu dari pelaku pertanian dalam hal ini petani, pemerintah, lembaga peneliti, ilmuwan, inovator, kalangan akademik maupun pihak swasta sebagai kalangan industri, dengan demikian diharapkan dapat memecahkan masalah pertanian yang dihadapi, dan akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan petani (Hamidah, Yusra, & Sudrajat, 2015).

Pertanian menurut Suratiyah (2015) diartikan sebagai kegiatan manusia membuka lahan dan menanamnya dengan berbagai jenis tanaman. Secara umum, pertanian dapat diartikan sebagai kegiatan pemanfaatan sumber daya alam baik tumbuhan maupun hewan guna memenuhi kebutuhan manusia. Badan Pusat Statistik (2022) menyebutkan bahwa subsektor tanaman pangan menjadi urutan pertama di sektor pertanian dalam membantu perekonomian dan berkontribusi dalam Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 3,79% pada tahun 2021.

Tanaman pangan dibagi menjadi dua bagian, yaitu padi dan palawija. Pembagian ini dipengaruhi oleh dominansi tanaman padi (beras) pada pertanian Indonesia, khususnya di Indonesia bagian barat. Padi dianggap tanaman pangan utama dan tanaman non-padi, yang biasanya ditanam setelah padi disebut dengan palawija (tanaman sekunder). Salah satu tanaman palawija yaitu ubi jalar atau dikenal juga dengan istilah ketela rambat, dapat berfungsi sebagai makanan pokok karena mengandung banyak sumber karbohidrat (Suharyon & Edi, 2020).

Ubi jalar termasuk salah satu komoditi tanaman penting yang terus dikembangkan oleh pemerintah dalam upaya mewujudkan kemandirian pangan melalui peningkatan diversifikasi pangan lokal. Hal tersebut sejalan dengan Peraturan Menteri Pertanian No. 15 Tahun 2013 tentang Program Peningkatan Diversifikasi dan Ketahanan Pangan. Ubi jalar memiliki peranan yang sangat penting dan strategis, karena tidak hanya dimanfaatkan sebagai bahan baku pangan, tetapi juga sebagai bahan baku lainnya. Ubi jalar bisa digunakan sebagai

pakan ternak, bahan baku industri pangan, dan bioetanol, sehingga terdapat peluang untuk pengembangan lebih lanjut ke segmen pasar yang lebih luas. Ubi jalar merupakan tanaman pangan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB dan terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Komoditas ubi jalar juga memberikan kontribusi terhadap devisa negara melalui ekspor dalam bentuk tepung. Pada Tabel 1 menunjukkan kandungan gizi pada ubi jalar per 100 gram.

Tabel 1. Kandungan Gizi Pada Ubi Jalar Per 100 Gram

No	Kandungan Gizi	Proporsi Kandungan Gizi
1	Kalori (kal)	136,00
2	Protein (g)	1,10
3	Lemak (g)	0,40
4	Karbohidrat (g)	32,30
5	Kalsium (g)	57,00
6	Vitamin A (SI)	900,00
7	Vitamin B1 (mg)	0,10
8	Vitamin C (mg)	35,00
9	Air (g)	68,50
10	Serat kasar (g)	1,40
11	Abu (g)	0,30
12	Kadar gula (g)	0,30

Sumber: Direktorat Gizi Depkes RI (2009)

Ubi jalar menjadi salah satu komoditas pertanian yang dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik dan internasional, karena ubi jalar merupakan salah satu dari 20 jenis tanaman pangan yang berperan sebagai sumber karbohidrat. Seperti halnya pada Tabel 1 disebutkan beberapa macam kandungan gizi pada ubi jalar. Bagian yang digunakan adalah akarnya, yang membentuk umbi dengan kadar gizi (karbohidrat) yang tinggi (Hartoyo, 2004).

Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura (2022) menyatakan bahwa luas panen ubi jalar di Jawa Barat mengalami penurunan pada tahun 2018 dari 19.519 hektar menjadi 19.112 hektar pada tahun 2019 kemudian ada kenaikan menjadi 19.965 pada tahun 2020, lalu diikuti penurunan kembali menjadi 18.507 hektar pada tahun 2021. Meskipun demikian, Provinsi Jawa Barat menjadi sentra produksi ubi jalar terbesar di Indonesia, dengan jumlah produksi ubi jalar mencapai 489.920 ton. Produksi ubi jalar berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi Ubi Jalar Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat (Ton)

No	Kabupaten/Kota	Tahun				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Kabupaten Bogor	69.057	70.622	49.929	53.373	57.859
2	Kabupaten Sukabumi	14.669	13.502	8.921	14.321	19.429
3	Kabupaten Cianjur	6.758	7.628	7.076	10.161	9.495
4	Kabupaten Bandung	40.908	33.120	33.248	49.908	91.689
5	Kabupaten Garut	139.164	155.336	109.791	102.099	120.793
6	Kabupaten Tasikmalaya	20.717	19.363	11.642	16.001	12.487
7	Kabupaten Ciamis	4.597	5.034	2.713	2.741	2.929
<b>8</b>	<b>Kabupaten Kuningan</b>	<b>196.334</b>	<b>147.945</b>	<b>139.820</b>	<b>106.123</b>	<b>121.978</b>
9	Kabupaten Cirebon	4.553	8.024	10.786	8.213	7.350
10	Kabupaten Majalengka	18.044	13.328	9.848	17.521	6.741
11	Kabupaten Sumedang	14.984	13.631	13.360	14.484	20.018
12	Kabupaten Indramayu	34	68	-	-	-
13	Kabupaten Subang	1.724	2.181	1.664	1.364	1.662
14	Kabupaten Purwakarta	4.391	3.084	2.052	1.960	2.816
15	Kabupaten Karawang	30	60	617	-	-
16	Kabupaten Bekasi	187	213	79	-	-
17	Kabupaten Bandung Barat	6.368	11.584	13.089	8.450	9.222
18	Kabupaten Pangandaran	727	738	437	531	790
19	Kota Bogor	2.206	2.565	2.883	3.056	3.473
20	Kota Sukabumi	420	407	357	220	44
21	Kota Bandung	111	162	22	123	75
22	Kota Cirebon	-	-	-	-	-
23	Kota Bekasi	56	56	34	-	-
24	Kota Depok	152	50	24	124	103
25	Kota Cimahi	113	148	96	154	149
26	Kota Tasikmalaya	605	618	448	336	393
27	Kota Banjar	971	1.130	1.480	909	425
<b>Jumlah</b>		<b>547.880</b>	<b>510.597</b>	<b>420.416</b>	<b>412.172</b>	<b>489.920</b>

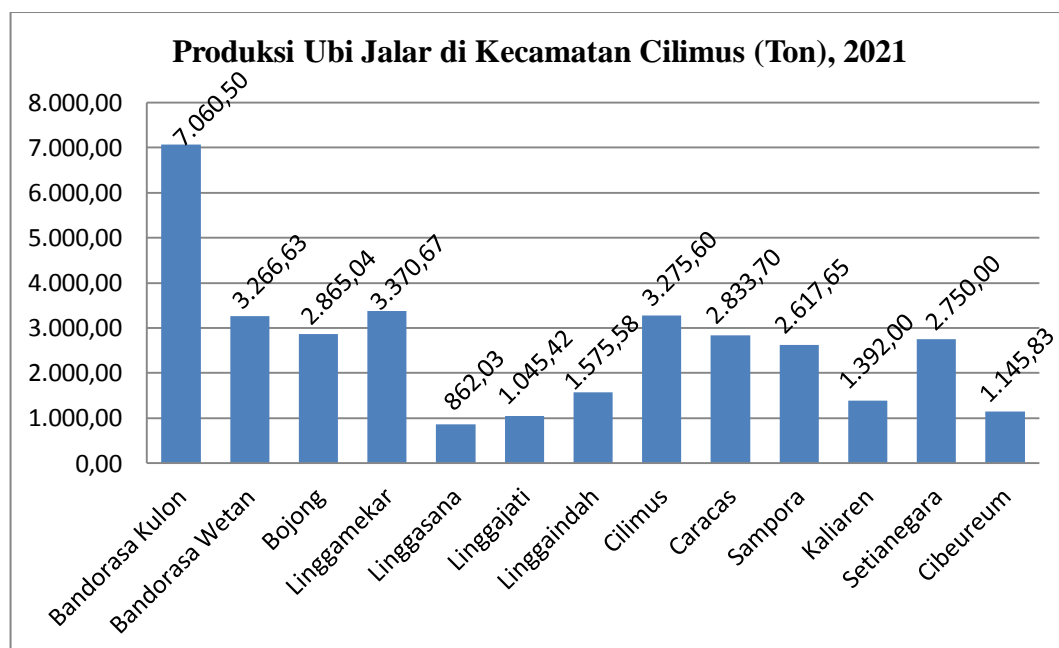
Sumber: Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura (2022)

Salah satu daerah yang menjadi sentra produksi ubi jalar terbesar di Jawa Barat yaitu Kabupaten Kuningan, dengan luas panen mencapai 4.561 ha dan produksi ubi jalar sebanyak 121.978 ton pada tahun 2021 (Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kabupaten Kuningan, 2022). Kabupaten Kuningan merupakan salah satu daerah sentra produksi ubi jalar di Indonesia yang berkomitmen untuk menjadikan ubi jalar sebagai produk unggulan daerah. Hal ini didukung dengan ditetapkannya ubi jalar sebagai komoditas utama dalam Masterplan Agropolitan Kabupaten Kuningan, Perda Kabupaten Kuningan No. 11

Tahun 2005. Kabupaten Kuningan mempunyai potensi sumber daya alam sehingga dapat menunjang pengembangan budidaya ubi jalar dan didukung dengan adanya luas lahan sawah yang cukup melimpah baik berupa sawah irigasi, sawah tadah hujan maupun lahan kritis yang belum dimanfaatkan (Khotimah & Nurmalina, 2012).

Kabupaten Kuningan juga memiliki kondisi iklim tropis dengan suhu musim kemarau berkisar 18-32°C dan kelembaban berkisar antara 80%-90%. Selain potensi wilayah dan kondisi agroklimat yang mendukung budidaya ubi jalar, terdapat pula industri pengolahan ubi jalar formal dengan produk utamanya berupa pasta ubi jalar yang ditujukan untuk pasar Jepang dan Korea. Selain industri formal, terdapat juga beberapa industri informal (*home industry*) yang mengolah ubi jalar menjadi berbagai produk seperti tepung ubi jalar, keripik ubi dan berbagai olahan makanan lainnya.

Salah satu wilayah di Kabupaten Kuningan yang memiliki potensi besar untuk pengembangan budidaya ubi jalar yaitu Kecamatan Cilimus tepatnya di Desa Bandorasa Kulon sebagai salah satu sentra produksinya dengan produksi sebanyak 7.060,50 ton pada tahun 2021. Khotimah & Nurmalina (2012), menyatakan bahwa luas area tanam dan produksi ubi jalar di Kecamatan Cilimus mewakili lebih dari 35 % dari luas dan produksi ubi jalar di Kabupaten Kuningan.



Gambar 1. Produksi Ubi Jalar di Kecamatan Cilimus (Ton), 2021  
Sumber: Badan Pusat Statistik Kecamatan Cilimus, 2022.

Arianty & Masyhura (2019), mengemukakan bahwa pemasaran merupakan parameter untuk menilai berhasil atau tidaknya suatu usaha, karena tujuan akhir dari proses produksi adalah penjualan dan mendapatkan keuntungan. Dalam proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut dengan lembaga pemasaran, dimana peran dari lembaga pemasaran akan sangat mempengaruhi rantai pemasaran. Lembaga pemasaran menjadi salah satu faktor penting dalam mempengaruhi tingkat harga suatu komoditas.

Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen sampai ke konsumen yaitu efisiensi pemasaran (Sudiadnyana, Haris, & Meitriana, 2015). Farid, Sidiq, dan Pardani (2017), mengungkapkan bahwa sistem pemasaran yang efisien adalah yang mampu mengalirkan produk dari produsen sampai konsumen akhir dengan biaya wajar, serta mampu mengadakan pembagian yang adil dan keuntungan yang sesuai dengan tingkat pengorbanan yang telah dilakukan oleh masing-masing pihak.

Pada dasarnya motivasi utama seorang petani dalam berusahatani adalah untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Memilih menggunakan bibit ubi jalar yang berkualitas baik diharapkan akan meningkatkan produksi ubi jalar sehingga akan meningkatkan pendapatan. Namun pada kenyataannya harga jual ubi jalar yang diterima petani masih rendah apabila dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan dalam proses produksi (Pradika, Hasyim, & Soelaiman, 2013).

Petani ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon sebagian besar tidak menjual langsung hasil produksinya ke pasar di kota besar. Hal ini dikarenakan adanya keterbatasan yang dimiliki petani, seperti alat transportasi, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran ubi jalar. Kondisi ini mendorong petani untuk menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul. Selain itu, permasalahan yang sering dihadapi oleh petani ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon adalah harga jual yang fluktuatif dan relatif murah. Pada tahun 2021 harga ubi berkisar Rp1.000,- sampai Rp1.500,- per kilogram dan pada tahun 2022 harga ubi menjadi Rp3.000,- per kilogram (Ismaya & Suseno, 2022). Harga ini terus berubah seiring dengan adanya faktor-faktor eksternal lainnya. Hal ini sesuai dengan temuan Widi & Isyanto (2020), bahwa efisiensi teknis di Desa Bandorasa

Kulon hanya berkisar antara 0,36-0,99 dengan rata-rata 0,66 yang menunjukkan bahwa usahatani ubi jalar belum mencapai tingkat efisiensi.

Harga jual yang rendah dapat diakibatkan oleh ketidaktahuan informasi pasar yang dimiliki petani, sehingga menyebabkan lemahnya petani dalam rantai pemasaran. Azzaino (1985), menyebutkan bahwa gejala rendahnya harga yang diterima petani erat kaitannya dengan keadaan pasar yang kurang efisien. Dapat ditunjukkan dengan gejala terlalu besarnya margin pemasaran dan struktur pasar yang bersaing kurang sempurna. Untuk memperoleh nilai jual yang baik, maka mekanisme pemasaran harus berjalan dengan baik dengan tujuan agar semua pihak yang terlibat diuntungkan. Tingginya margin pemasaran juga dapat menyebabkan selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani menjadi besar. Oleh karena itu penelitian efisiensi pemasaran ubi jalar perlu dilakukan.

Berdasarkan uraian dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian “**Kajian Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar di Desa Bandorasa Kulon Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan**”, dengan harapan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi terkait saluran pemasaran, fungsi pemasaran, besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan, identifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon?
2. Apa saja fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon?
3. Berapa besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon?
4. Bagaimana efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam melaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon.
2. Mendeskripsikan fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon.
3. Menganalisis besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon.
4. Menganalisis efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran ubi jalar di Desa Bandorasa Kulon.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, untuk menambah wawasan, pengalaman, pengetahuan, dan mengembangkan kemampuan berpikir mengenai efisiensi pemasaran ubi jalar.
2. Bagi petani ubi jalar dan lembaga pemasaran, sebagai bahan informasi dan masukan untuk menunjang aktivitasnya dalam melaksanakan kegiatan pemasaran ubi jalar.
3. Bagi pemerintah, sebagai informasi, bahan pertimbangan, masukan dan referensi dalam menentukan kebijakan khususnya dalam pemasaran ubi jalar.
4. Bagi pembaca, dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian lanjutan yang berhubungan dengan penelitian ini.