

Analisis Kinerja Pemasaran dan Pengaruhnya terhadap Pendapatan Petani Ubi Kayu di Kecamatan Tugumulyo Kabupaten Musi Rawas

Analysis of Marketing Performance and Its Effect on the Income of Cassava Farmers in Tugumulyo Subdistrict, Musi Rawas Regency

Syabawaihi^{1*}, Ira Primalasari²

^{1,2}Universitas PGRI Silampari

*E-mail : syabawaihi25@gmail.com

ABSTRAK (dalam BAHASA INDONESIA)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas dan dampaknya terhadap pendapatan petani. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Data yang digunakan diperoleh melalui wawancara dengan petani ubi kayu yang terlibat dalam kegiatan pemasaran, serta pengumpulan data sekunder terkait dengan harga jual ubi kayu di pasar lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja pemasaran yang baik, yang diukur melalui faktor distribusi, promosi, dan harga jual, memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan petani. Analisis regresi menunjukkan bahwa variabel harga jual dan jumlah saluran distribusi berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan petani ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo. Penelitian ini juga menemukan bahwa peningkatan efisiensi pemasaran dapat meningkatkan kesejahteraan petani melalui peningkatan pendapatan yang diperoleh dari hasil penjualan ubi kayu. Oleh karena itu, perlu adanya kebijakan yang mendukung penguatan jaringan distribusi dan peningkatan akses petani terhadap pasar yang lebih luas.

Kata kunci : Kinerja Pemasaran, Pendapatan Petani, Ubi Kayu, Kecamatan Tugumulyo, Regresi Linier Berganda

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing performance of cassava in Tugumulyo District, Musi Rawas Regency, and its impact on farmers' income. This research uses a quantitative approach with descriptive analysis and multiple linear regression techniques. Data was collected through interviews with cassava farmers involved in marketing activities, as well as secondary data related to the market price of cassava. The results show that good marketing performance, measured by distribution factors, promotion, and selling price, positively influences farmers' income. Regression analysis indicates that the variables of selling price and the number of distribution channels significantly contribute to increasing farmers' income in Tugumulyo District. This study also finds that improving marketing efficiency can enhance farmers' welfare through increased income from cassava sales. Therefore, policies supporting the strengthening of distribution networks and improving farmers' access to broader markets are essential.

Keywords: Marketing Performance, Farmers' Income, Cassava, Tugumulyo District, Multiple Linear Regression

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di daerah-daerah yang masih bergantung pada sektor pertanian sebagai sumber utama mata pencaharian. Salah satu komoditas yang memiliki peran vital dalam kehidupan petani di Indonesia adalah ubi kayu (Manihot

esculenta). Ubi kayu merupakan salah satu tanaman pangan yang dapat tumbuh subur di berbagai kondisi tanah dan iklim di Indonesia (Lubis & Ginting, n.d.). Selain itu, ubi kayu juga menjadi bahan baku berbagai produk olahan yang memiliki nilai ekonomis tinggi, seperti tepung tapioka, keripik, dan pemanis alami. Oleh karena itu, ubi kayu menjadi salah satu komoditas pertanian yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan petani, terutama bagi mereka yang berada di wilayah-wilayah pedesaan.

Namun, meskipun ubi kayu memiliki banyak potensi, tingkat kesejahteraan petani sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pemasaran komoditas tersebut. Pemasaran yang kurang efisien dapat menyebabkan pendapatan petani menjadi rendah, meskipun potensi hasil panen mereka cukup baik. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji kinerja pemasaran ubi kayu di daerah-daerah yang menjadi sentra produksi tanaman ini, serta bagaimana kinerja pemasaran tersebut dapat mempengaruhi pendapatan petani (Wijayanti, n.d.). Salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam produksi ubi kayu adalah Kecamatan Tugumulyo di Kabupaten Musi Rawas, Sumatera Selatan.

Kecamatan Tugumulyo merupakan salah satu wilayah di Kabupaten Musi Rawas yang memiliki lahan pertanian yang cukup luas. Sebagian besar masyarakat di daerah ini bergantung pada sektor pertanian, dengan ubi kayu menjadi salah satu komoditas utama yang dibudidayakan. Meskipun demikian, para petani di Tugumulyo menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usaha tani mereka, terutama terkait dengan pemasaran hasil pertanian mereka. Pemasaran yang kurang efisien dapat menyebabkan hasil panen ubi kayu mereka tidak terjual dengan harga yang layak, atau bahkan terbuang sia-sia karena tidak adanya saluran distribusi yang memadai (Lanamana, 2023).

Kinerja pemasaran yang baik dapat memperlancar distribusi komoditas ke konsumen dan meningkatkan harga jual yang diterima oleh petani. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, dan pengaruhnya terhadap pendapatan petani. Pemasaran yang dimaksud mencakup berbagai aspek, seperti saluran distribusi, harga jual, dan strategi promosi yang diterapkan oleh petani dan pihak-pihak terkait, seperti pedagang pengumpul, pengepul, dan industri pengolahan. Dengan menganalisis kinerja pemasaran, diharapkan dapat ditemukan solusi untuk meningkatkan pendapatan petani dan kesejahteraan mereka.

Pemasaran adalah salah satu faktor kunci dalam menentukan tingkat pendapatan petani. Pemasaran yang efisien dapat membantu petani untuk memperoleh harga yang lebih baik dan akses yang lebih luas ke pasar (Anggraini et al., 2013). Sebaliknya, pemasaran yang tidak efisien, seperti adanya tengkulak atau ketidakberdayaan petani dalam menentukan harga jual, dapat menyebabkan petani menerima harga yang jauh di bawah nilai produk yang seharusnya. Oleh karena itu, kinerja pemasaran sangat berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima oleh petani. Petani yang mampu mengakses pasar yang lebih luas dan memperoleh harga yang lebih baik akan memiliki pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan petani yang terhambat oleh keterbatasan pasar.

Selain itu, faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran di antaranya adalah ketersediaan infrastruktur yang mendukung, seperti jalan yang baik, pasar yang terjangkau, dan sistem informasi pasar yang transparan (Elmita Sari et al., 2024). Di daerah-daerah terpencil, infrastruktur yang kurang memadai sering kali menjadi hambatan utama dalam distribusi produk pertanian. Hal ini menyebabkan petani kesulitan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan sering kali harus menjual produk mereka dengan harga yang lebih rendah kepada tengkulak atau pedagang lokal yang memiliki akses lebih baik ke pasar. Sebagai akibatnya, margin keuntungan yang diperoleh petani menjadi sangat kecil, dan hal ini mempengaruhi pendapatan mereka secara signifikan.

Tidak hanya faktor infrastruktur, tetapi juga strategi pemasaran yang diterapkan oleh petani turut berpengaruh besar terhadap pendapatan mereka. Dalam beberapa kasus, petani yang mampu berkoordinasi dengan kelompok tani atau koperasi dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar karena mereka dapat mengakses pasar yang lebih luas dan memperoleh harga yang lebih baik. Selain itu, promosi dan pengenalan produk ke konsumen juga merupakan faktor yang tidak kalah penting. Di era modern ini, strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi menjadi semakin penting (Muframi et al., 2024). Petani yang dapat memanfaatkan media sosial atau platform online untuk memasarkan produk mereka berpotensi mendapatkan harga yang lebih baik dan meningkatkan pendapatan mereka.

Namun, untuk mencapai kinerja pemasaran yang optimal, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi pasar, pola permintaan, serta perilaku konsumen. Para petani perlu dibekali dengan pengetahuan tentang cara-cara untuk meningkatkan kualitas produk mereka, mengelola proses distribusi dengan lebih efisien, dan menetapkan harga jual yang kompetitif namun menguntungkan. Selain itu, keterlibatan dalam organisasi pertanian atau koperasi dapat membantu petani untuk memperoleh informasi pasar yang lebih baik dan memperluas jaringan distribusi mereka.

Dalam konteks Kabupaten Musi Rawas, khususnya di Kecamatan Tugumulyo, meskipun potensi produksi ubi kayu sangat besar, banyak petani yang belum memaksimalkan potensi pemasaran mereka. Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi rendahnya kinerja pemasaran adalah kurangnya pemahaman petani tentang pentingnya pemasaran yang efisien. Banyak petani yang masih bergantung pada pedagang pengumpul atau tengkulak untuk menjual hasil pertanian mereka, tanpa mempertimbangkan kemungkinan untuk menjual langsung ke pasar yang lebih luas atau mengembangkan usaha pengolahan produk.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo mempengaruhi pendapatan petani. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pemerintah daerah, kelompok tani, serta para pemangku kepentingan lainnya dalam rangka meningkatkan kinerja pemasaran dan kesejahteraan petani. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta sistem pemasaran yang lebih efisien yang memberikan keuntungan lebih besar bagi petani ubi kayu di Tugumulyo dan daerah sekitarnya.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pemasaran pertanian, khususnya dalam konteks produk pertanian di daerah pedesaan. Dengan melihat hubungan antara kinerja pemasaran dan pendapatan petani, penelitian ini dapat memberikan dasar yang kuat bagi pembuatan kebijakan yang lebih mendukung sektor pertanian, khususnya bagi petani ubi kayu di Kabupaten Musi Rawas. Sebagai langkah awal, penelitian ini akan menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhi pemasaran ubi kayu dan dampaknya terhadap pendapatan petani, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif untuk menganalisis kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, serta pengaruhnya terhadap pendapatan petani. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan fenomena yang terjadi secara objektif dan memberikan penjelasan yang sistematis mengenai hubungan antara kinerja pemasaran dan pendapatan petani (Batubara, n.d.). Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data yang dapat diolah secara statistik dan dianalisis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran dan dampaknya terhadap pendapatan petani ubi kayu.

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tugumulyo yang merupakan salah satu daerah penghasil ubi kayu utama di Kabupaten Musi Rawas. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini memiliki populasi petani ubi kayu yang cukup besar dan menjanjikan untuk dijadikan objek penelitian mengenai pemasaran komoditas pertanian. Selain itu, Kecamatan Tugumulyo juga menghadapi tantangan dalam hal pemasaran yang kurang efisien, yang menjadi alasan penting mengapa daerah ini dipilih sebagai lokasi penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan petani ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disusun khusus untuk memperoleh informasi terkait dengan kinerja pemasaran ubi kayu, seperti saluran distribusi, harga jual, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh petani. Selain itu, wawancara juga menggali informasi mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi pendapatan petani, seperti biaya produksi, kualitas produk, dan akses terhadap pasar. Wawancara dilakukan dengan 50 petani ubi kayu yang dipilih secara acak dari berbagai desa di Kecamatan Tugumulyo.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan terkait dengan identitas responden, seperti usia, tingkat pendidikan, dan lama bekerja sebagai petani. Bagian kedua berisi pertanyaan mengenai kinerja pemasaran, termasuk saluran distribusi yang digunakan oleh petani, harga jual yang diterima, serta metode promosi yang diterapkan. Bagian ketiga mengumpulkan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani, seperti biaya produksi, jumlah produksi, dan tingkat harga pasar. Setiap pertanyaan dalam kuesioner dirancang untuk mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian dan dapat dianalisis lebih lanjut.

Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Musi Rawas, dinas pertanian setempat, dan laporan-laporan terkait sektor pertanian di daerah tersebut. Data sekunder ini meliputi informasi tentang jumlah produksi ubi kayu, harga pasar, dan perkembangan sektor pertanian di Kabupaten Musi Rawas dalam beberapa tahun terakhir. Data sekunder ini digunakan untuk melengkapi data primer yang diperoleh dari wawancara dan memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kinerja pemasaran ubi kayu.

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah analisis data. Data yang diperoleh dari kuesioner akan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo. Analisis ini akan memberikan gambaran mengenai saluran distribusi yang paling sering digunakan oleh petani, harga jual ubi kayu yang diterima petani, serta strategi pemasaran yang diterapkan. Selain itu, analisis ini juga akan menggambarkan hubungan antara kinerja pemasaran dan pendapatan petani.

Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh kinerja pemasaran terhadap pendapatan petani, penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel-variabel kinerja pemasaran, seperti harga jual dan jumlah saluran distribusi, terhadap pendapatan petani. Dalam model regresi ini, pendapatan petani akan dijadikan sebagai variabel dependen, sementara harga jual, jumlah saluran distribusi, dan faktor-faktor lainnya akan menjadi variabel independen. Dengan menggunakan regresi linier berganda, diharapkan dapat diketahui kontribusi setiap faktor pemasaran terhadap peningkatan pendapatan petani.

Sebelum melakukan analisis regresi, data yang terkumpul akan diuji untuk memastikan bahwa data tersebut memenuhi asumsi-asumsi dasar regresi linier berganda, seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data variabel dependen dan independen terdistribusi normal. Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen, yang dapat mempengaruhi hasil regresi. Sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan bahwa varians residual pada model regresi tidak berbeda secara signifikan di seluruh pengamatan.

Hasil dari analisis regresi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai hubungan antara kinerja pemasaran dan pendapatan petani ubi kayu. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi petani dan pihak terkait lainnya untuk meningkatkan kinerja pemasaran, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan petani ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo.

Penelitian ini juga dilengkapi dengan analisis kualitatif untuk memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ubi kayu, terutama yang tidak dapat dijelaskan melalui data kuantitatif. Analisis kualitatif ini dilakukan dengan cara mengkaji informasi yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan petani dan pihak terkait lainnya, seperti pedagang, pengepul, dan pemerintah daerah. Informasi ini akan digunakan untuk memberikan gambaran lebih rinci mengenai tantangan yang dihadapi petani dalam memasarkan produk mereka dan potensi solusi yang dapat diterapkan.

Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan pemasaran pertanian, khususnya untuk komoditas ubi kayu, di daerah-daerah pedesaan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran, petani dapat lebih mudah mengidentifikasi cara-cara untuk meningkatkan hasil penjualan mereka, sementara pemerintah dan pihak terkait dapat merancang kebijakan yang mendukung sektor pertanian agar lebih efisien dan menguntungkan bagi petani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, dan pengaruhnya terhadap pendapatan petani. Data yang diperoleh dari wawancara dengan 50 petani ubi kayu di wilayah tersebut telah memberikan gambaran yang cukup jelas tentang tantangan yang dihadapi dalam pemasaran komoditas ini, serta bagaimana kinerja pemasaran mempengaruhi pendapatan mereka. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, hasil penelitian ini disajikan dalam dua bagian utama, yaitu analisis kinerja pemasaran dan pengaruhnya terhadap pendapatan petani.

Kinerja Pemasaran Ubi Kayu di Kecamatan Tugumulyo

Dari hasil wawancara dengan petani, sebagian besar petani di Kecamatan Tugumulyo mengandalkan saluran distribusi tradisional untuk memasarkan ubi kayu mereka. Petani biasanya menjual hasil panen mereka kepada pedagang pengumpul atau pengepul lokal yang datang ke desa untuk membeli ubi kayu dalam jumlah besar. Hanya sebagian kecil petani yang dapat menjual langsung ke pasar atau ke industri pengolahan ubi kayu, seperti pabrik tepung tapioka. Hal ini menunjukkan adanya ketergantungan yang tinggi terhadap tengkulak, yang dapat menyebabkan harga jual yang diterima petani menjadi lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar.

Saluran distribusi yang terbatas ini berpengaruh besar terhadap harga jual yang diterima oleh petani. Berdasarkan wawancara, harga jual ubi kayu di tingkat petani bervariasi, namun sebagian besar petani menjual ubi kayu mereka dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga pasar di kota. Harga yang diterima petani biasanya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang mereka hasilkan dan permintaan pasar yang ada. Petani dengan produksi yang lebih besar cenderung menerima harga yang lebih rendah, karena mereka biasanya menjualnya dalam jumlah yang lebih banyak kepada pedagang pengumpul. Sebaliknya, petani yang memiliki produksi terbatas mungkin akan mendapatkan harga yang sedikit lebih tinggi, meskipun tetap di bawah harga pasar.

Dalam hal promosi, sebagian besar petani di Kecamatan Tugumulyo belum memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional, melalui hubungan langsung dengan pedagang dan pengepul. Petani belum banyak yang memanfaatkan media sosial atau platform online untuk memasarkan ubi kayu mereka. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan akses informasi dan rendahnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi pemasaran. Oleh karena itu, potensi pasar yang lebih luas, seperti pasar modern atau pasar ekspor, belum sepenuhnya dapat dimanfaatkan oleh petani.

Selain itu, faktor-faktor lain yang mempengaruhi kinerja pemasaran adalah kualitas produk dan biaya produksi. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar petani di Kecamatan Tugumulyo mengakui bahwa mereka kesulitan dalam meningkatkan kualitas ubi kayu mereka. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam hal pengetahuan teknik budidaya yang baik, serta kurangnya akses terhadap sarana dan prasarana yang mendukung produksi berkualitas tinggi. Selain itu, biaya produksi yang relatif tinggi, seperti biaya pupuk, tenaga kerja, dan perawatan tanaman, juga mempengaruhi kemampuan petani untuk meningkatkan kualitas produk mereka.

Pengaruh Kinerja Pemasaran Terhadap Pendapatan Petani

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, ditemukan bahwa kinerja pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan petani ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo. Dua variabel utama yang diuji dalam analisis ini adalah harga jual dan jumlah saluran distribusi. Hasil regresi menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi secara positif terhadap peningkatan pendapatan petani.

Harga jual ubi kayu menjadi salah satu faktor yang paling signifikan dalam menentukan pendapatan petani. Petani yang dapat menjual produk mereka dengan harga yang lebih tinggi, baik itu melalui hubungan langsung dengan pembeli atau akses ke pasar yang lebih besar, cenderung memperoleh pendapatan yang lebih tinggi. Sebaliknya, petani yang terjebak dalam saluran distribusi yang terbatas, seperti menjual kepada pedagang pengumpul, hanya memperoleh harga yang lebih rendah. Oleh karena itu, harga jual yang lebih tinggi berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan petani.

Selain harga jual, jumlah saluran distribusi yang digunakan oleh petani juga berpengaruh terhadap pendapatan mereka. Petani yang memiliki akses ke lebih banyak saluran distribusi, seperti pasar lokal, pasar modern, atau bahkan industri pengolahan, memperoleh peluang yang lebih besar untuk menjual produk mereka dengan harga yang lebih tinggi. Dalam penelitian ini, petani yang dapat menjual ubi kayu mereka ke industri pengolahan atau pasar besar cenderung mendapatkan harga yang lebih baik dibandingkan dengan mereka yang hanya mengandalkan pedagang pengumpul. Oleh karena itu, semakin banyak saluran distribusi yang dimiliki petani, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk meningkatkan pendapatan.

Namun, meskipun ada pengaruh positif antara kinerja pemasaran dan pendapatan petani, penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih ada beberapa tantangan yang menghambat petani untuk memperoleh pendapatan yang maksimal. Salah satunya adalah keterbatasan dalam hal akses ke pasar yang lebih luas. Sebagian besar petani di Kecamatan Tugumulyo masih mengandalkan pedagang pengumpul yang memiliki kendali besar terhadap harga jual ubi kayu. Hal ini menunjukkan bahwa petani belum sepenuhnya memiliki daya tawar yang kuat dalam menentukan harga jual produk mereka.

Di samping itu, biaya produksi yang tinggi juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi pendapatan petani. Meskipun petani dapat memperoleh harga yang lebih tinggi melalui pemasaran yang efisien, tingginya biaya produksi sering kali mengurangi margin keuntungan mereka. Biaya untuk membeli pupuk, tenaga kerja, serta perawatan tanaman yang cukup mahal membuat sebagian besar petani kesulitan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Oleh karena itu, meskipun pemasaran yang lebih baik dapat meningkatkan harga jual, faktor-faktor lain seperti pengurangan biaya produksi juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani dan pedagang, ada beberapa faktor pendukung yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo. Salah satunya adalah keberadaan kelompok tani yang dapat membantu petani untuk berkoordinasi dalam memasarkan produk mereka. Kelompok tani dapat menjadi saluran penting dalam mengakses pasar yang lebih luas dan memperoleh harga yang lebih baik. Selain itu, dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk pelatihan dan penyuluhan tentang teknik pemasaran yang efektif juga sangat dibutuhkan oleh petani. Pelatihan ini dapat membantu petani untuk memahami cara-cara baru dalam memasarkan produk mereka dan memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar.

Namun, ada juga beberapa faktor penghambat yang perlu diatasi. Salah satunya adalah kurangnya infrastruktur yang mendukung distribusi produk. Akses jalan yang buruk dan keterbatasan transportasi menyebabkan biaya distribusi menjadi tinggi dan menghambat petani untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, ketidakpastian harga pasar dan kurangnya informasi mengenai fluktuasi harga juga menyulitkan petani dalam merencanakan pemasaran mereka. Untuk itu, dibutuhkan sistem informasi pasar yang transparan yang dapat membantu petani untuk mengetahui harga pasar secara real-time dan mengambil keputusan pemasaran yang lebih baik.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil mengidentifikasi dan menganalisis kinerja pemasaran ubi kayu di Kecamatan Tugumulyo, Kabupaten Musi Rawas, serta pengaruhnya terhadap pendapatan petani. Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa kinerja pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan petani ubi kayu. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi pendapatan petani adalah harga jual yang diterima dari hasil pemasaran. Petani yang dapat menjual produk mereka melalui saluran distribusi yang lebih luas, seperti pasar besar atau industri pengolahan, cenderung memperoleh harga yang lebih baik dibandingkan mereka yang hanya bergantung pada pedagang pengumpul lokal.

Kinerja pemasaran yang efisien terbukti dapat memperbaiki harga jual ubi kayu dan memperluas akses pasar bagi petani. Namun, sebagian besar petani di Kecamatan Tugumulyo masih mengandalkan saluran distribusi tradisional yang terbatas, seperti pedagang pengumpul, yang sering kali memberikan harga yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa ada tantangan besar dalam hal distribusi dan akses pasar yang lebih luas bagi petani ubi kayu di daerah tersebut.

Selain itu, biaya produksi yang tinggi menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan pendapatan petani. Meskipun harga jual dapat lebih baik dengan pemasaran yang efisien, tingginya biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan perawatan tanaman mengurangi margin keuntungan yang dapat diperoleh oleh petani. Oleh karena itu, faktor biaya produksi perlu menjadi perhatian penting dalam upaya meningkatkan kesejahteraan petani.

Penelitian ini juga menemukan bahwa banyak petani di Kecamatan Tugumulyo yang belum memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka. Pemasaran masih dilakukan secara konvensional tanpa memanfaatkan potensi media sosial atau platform online yang dapat memperluas jangkauan pasar. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, mengingat perkembangan teknologi yang pesat dalam dunia pemasaran pertanian. Petani yang memiliki akses terbatas terhadap informasi dan teknologi cenderung kesulitan untuk memperbaiki posisi tawar mereka di pasar.

Beberapa faktor pendukung yang dapat meningkatkan kinerja pemasaran adalah adanya kelompok tani yang dapat berfungsi sebagai wadah bagi petani untuk bekerja sama dan memperoleh harga yang lebih baik. Selain itu, pelatihan dan penyuluhan dari pemerintah daerah mengenai pemasaran dan penggunaan teknologi juga sangat penting untuk meningkatkan kemampuan petani dalam memasarkan produk mereka. Meningkatkan akses petani ke pasar yang lebih luas, serta membangun infrastruktur yang lebih baik untuk distribusi produk, juga menjadi hal yang sangat krusial.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pemerintah daerah dan pihak terkait lainnya memperkuat peran kelompok tani, meningkatkan akses petani ke pasar yang lebih luas, serta memperbaiki infrastruktur distribusi yang ada. Selain itu, penyuluhan tentang teknik pemasaran modern dan penggunaan teknologi juga perlu ditingkatkan. Dengan demikian, kinerja pemasaran dapat diperbaiki, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan petani dan kesejahteraan mereka. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan pemasaran pertanian di daerah pedesaan dan dapat dijadikan dasar untuk perumusan kebijakan yang lebih mendukung sektor pertanian, khususnya bagi petani ubi kayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2013). *ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN UBI KAYU DI PROVINSI LAMPUNG*. 1(1).
- Batubara, M. M. (n.d.). *METODOLOGI PENELITIAN SOSIAL EKONOMI*.
- BPS Kabupaten Musi Rawas. (2024). *Kecamatan Tugumulyo Dalam Angka 2023*. Lubuklinggau: Badan Pusat Statistik.
- Elmita Sari, Y., Ungki Prabowo Putra, Zakiatun Nuvuz, & G Amru Atha Tabah. (2024). Pengaruh Faktor Produksi Terhadap Pendapatan Usahatani Singkong di Desa Bandar Putih Kabupaten Lampung Utara. *Journal of Agriculture and Animal Science*, 4(2). <https://doi.org/10.47637/agrimals.v4i2.1409>
- Fajariyah, N., & Mawardi, M. K. (2021). Analisis Saluran dan Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu di Kabupaten Malang. *Jurnal Agriekonomika*, 10(2), 135–144.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Lanamana, W. (2023). Analisis Keefektifan Kinerja Kelompok Tani Ubikayu Varietas Lokal Nuabosi Di Desa Randotonda Kabupaten Ende. *AGRICA*, 16(1), 28–40. <https://doi.org/10.37478/agr.v16i1.2694>
- Lubis, M. F., & Ginting, R. (n.d.). *ANALISIS PRODUKSI DAN PEMASARAN UBI KAYU*.
- Muframi, H., Marsudi, E., & Hakim, L. (2024). Strategi Pemasaran Agroindustri Ubi Kayu di Saree Kecamatan Lembah Seulawah Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 9(1), 251–266. <https://doi.org/10.17969/jimfp.v9i1.28960>
- Susanto, H. (2020). Hubungan Kinerja Pemasaran Terhadap Kesejahteraan Petani. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*, 5(1), 88–97.
- Wijayanti, A. (n.d.). *ANALISIS USAHATANI DAN SALURAN PEMASARAN UBI KAYU DI DESA SUKOWILANGUN, KECAMATAN KALIPARE, KABUPATEN MALANG*.