

Kode>Nama Rumpun Ilmu : ILMU PERTANIAN

**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN**



**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN UBI JALAR  
DI KECAMATAN GUNUNG TALANG KABUPATEN SOLOK**

**Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun**

**TIM PENGUSUL:**

Ir. Mahmud, M.Si/0004046401 (Ketua)  
Delsi Afrini, S.P. M.Si/1013047801 (Anggota)  
Dr. Zul Irfan, M.S/(Anggota)  
Khairini Syak /(Anggota)

**UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN SOLOK  
JULI 2019**



**UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN**  
**Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M)**  
Kampus I Jln. Jendral Sudirman No. 6 Telp. 0755-20565  
Kampus II Jln. Raya Koto Baru No. 7 Kec. Kubung Kab. Solok Telp. 0755-20127

---

**SURAT PERNYATAAN KETUA PENELITI/PELAKSANA\***

---

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ir. Mahmud, M.Si  
NIDN : 0004046401  
Pangkat/Golongan : Penata III/c  
Jabatan Fungsional : Lektor

Dengan ini menyatakan bahwa proposal penelitian saya dengan judul: **Analisis Usahatani dan Pemasaran Ubi Jalar di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok** yang diusulkan dalam skema Hibah Penelitian LP3M UMMY untuk tahun anggaran 2018/2019 **bersifat original dan belum pernah dibiayai oleh lembaga / sumber dana lain.**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas UMMY.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Solok, 23 Juli 2019

Ketua,

( Ir. Mahmud, M.Si )

NIDN. 0004046401

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian

( Ir. Mahmud, M.Si )

NIP. 196404041990031004

Menyetujui,  
Kepala LP3M UMMY

( DR. Wahyu Indah Mursalini, SE. MM )

NIDN. 1019017402

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>RINGKASAN</b>	<b>1</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b>	<b>2</b>
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>3</b>
<b>3. METODE</b>	<b>5</b>
<b>4. PEMBAHASAN</b>	<b>6</b>
<b>5. PENUTUP</b>	<b>10</b>
<b>6. JADWAL</b>	<b>11</b>
<b>7. DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>11</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>13</b>

## **RINGKASAN**

Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pendapatan dan keuntungan petani dari usahatani ubi jalar, mengetahui saluran pemasaran ubi jalar, dan mengetahui besarnya margin pemasaran yang diperoleh pedagang ubi jalar di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. Penelitian menggunakan metode studi kasus. Pengambilan sampel petani dilakukan dengan cara proporsional dan pengambilan data untuk pedagang dilakukan secara sensus. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Dari hasil penelitian diketahui, penerimaan yang didapat oleh petani responden dalam usahatani ubi jalar yaitu rata-rata Rp. 42.845.000 per hektar per musim tanam, sedangkan rata-rata pendapatan petani per hektar per musim tanam adalah Rp. 30.238.615,-. Selain itu keuntungan yang diterima petani per hektar per musim tanam adalah Rp.10.209.436,-, rata-rata R/C Ratio sebesar 1,32. Analisa ini menunjukkan bahwa usahatani ubi jalar layak untuk dikembangkan karena besar dari satu. Terdapat tiga saluran pemasaran ubi jalar yang dilalui oleh petani sampai konsumen saluran1: petani-pedagang pengumpul-pedagang antar daerah- pedagang pengecer- konsumen, saluran 2: petani-pedagang pengumpul-pedagang luar daerah- pedagang pengecer-konsumen, saluran 3: petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen. Margin pemasaran yang terdapat dalam ketiga saluran pemasaran ini adalah: margin yang didapatkan saluran pemasaran 1 sebesar Rp.4.600/kg, margin yang didapatkan pada saluran pemasaran 2 sebesar Rp.5.100/kg, dan margin yang didapatkan pada saluran pemasaran 3 sebesar Rp.3.100/kg.

**Kata Kunci : Usahatani, Pemasaran, Ubi Jalar**

## **PENDAHULUAN**

### **LATAR BELAKANG**

Ubi jalar merupakan salah satu komoditas tanaman pangan unggulan daerah Sumatera Barat, sebagaimana tercantum dalam Surat Keputusan Gubernur Sumatera Barat nomor: 521.305.2013 tertanggal 26 Maret 2013. Sentra produksi ubi jalar di Sumatera Barat adalah Kabupaten Agam, Solok, dan Tanah Datar. Sedangkan sentra produksi ubi jalar di Kabupaten Solok adalah Kecamatan Gunung Talang, Kecamatan Lembang Jaya, dan Kecamatan Lembah Gumanti.

Produksi ubi jalar petani di Sumatera Barat seringkali susah untuk dipasarkan. Harga jual sering tidak menentu (labil), tergantung kemauan pedagang. Biasanya, di saat produksi sedikit maka harganya cukup tinggi, tetapi apabila produksi meningkat maka harganya turun drastis. Bahkan, di kala produksi melimpah, tidak jarang terjadi pedagang tidak mau membelinya.

Kecamatan Gunung Talang merupakan salah satu daerah sentra produksi ubi jalar di Kabupaten Solok. Pemasaran ubi jalar di daerah ini tergolong cukup lancar, karena di Kecamatan Gunung Talang terdapat jalan utama antar provinsi sehingga memungkinkan

berkembangnya pedagang- pedagang pengecer ubi jalar di tepi jalan raya. Di Kecamatan Gunung Talang ini sudah terbentuk pergiliran tanaman dengan pola usahatani padi - ubi jalar - padi, sehingga bagi masyarakat tani di kawasan ini sumber makanannya dari usahatani padi dan sumber pendapatannya dari usahatani ubi jalar. Kondisi ini telah berlangsung sejak lama, sehingga pada umumnya petani menganggap bahwa berusahatani ubi jalar tidak bisa diandalkan (Irfan *et al.*,2012).

Kecamatan Gunung Talang merupakan salah satu daerah sentra produksi ubi jalar di Kabupaten Solok. Pemasaran ubi jalar di daerah ini tergolong cukup lancar, karena di Kecamatan Gunung Talang terdapat jalan utama antar provinsi sehingga memungkinkan berkembangnya pedagang- pedagang pengecer ubi jalar di tepi jalan raya. Di Kecamatan Gunung Talang ini sudah terbentuk pergiliran tanaman dengan pola usahatani padi - ubi jalar - padi, sehingga bagi masyarakat tani di kawasan ini sumber makanannya dari usahatani padi dan sumber pendapatannya dari usahatani ubi jalar.

Pemasaran merupakan hal yang penting dalam menjalankan usaha pertanian, karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan petani. Produksi yang baik akan sia-sia apabila harga jual rendah. Karena itu, tingginya produksi tidak mutlak memberikan hasil atau keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang baik dan efisien (Kotler, 2000).

Lembaga pemasaran biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, eksportir, importir atau lainnya. Lembaga pemasaran ini, khususnya bagi negara berkembang yang dicirikan lemahnya pemasaran hasil pertanian, akan menentukan mekanisme pasar. Bila mekanisme pemasaran berjalan dengan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan (Soekartawi, 2003).

Sebagai salah satu bidang agribisnis, banyak pihak yang dapat memperoleh manfaat dan keuntungan dari usahatani dan pemasaran ubi jalar. Petani diperkirakan memperoleh keuntungan dari usahatani ubi jalar yang dilakukannya. Para pedagang, mulai dari pedagang pengumpul, akan memperoleh keuntungan dari perdagangan ubi jalar yang dijalankannya.

Akan tetapi, belum ada data yang jelas mengenai nilai ekonomi usahatani dan pemasaran ubi jalar di Kabupaten Solok, khususnya di Kecamatan Gunung Talang, sebagai salah satu daerah sentra produksinya.

Berdasarkan hal di atas, maka dirasa perlu melakukan suatu penelitian, yang berjudul **“Analisis Usahatani dan Pemasaran Ubi Jalar di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok”**.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Ubi jalar memiliki peranan yang besar dalam pembangunan pertanian sehingga prospeknya sangat cerah apabila dikelola dan dikembangkan dengan pola agribisnis. Di negara-negara yang sudah maju, ubi jalar dipergunakan sebagai bahan baku dalam kegiatan aneka industri, seperti industri fermentasi, industri tekstil, industri lem, industri kosmetika, industri farmasi, industri makanan dan pembuatan sirup (Balipost.com, 2003).

Di Indonesia, ubi jalar umumnya digunakan sebagai bahan makanan sampingan. Namun di beberapa daerah seperti di Irian Jaya dan Maluku, ubi jalar digunakan sebagai makanan pokok. Di bidang industri, kegunaannya sangat terbatas karena kadar tepungnya jauh lebih rendah dibandingkan singkong (Balipost.com, 2003).

Sampai tahun 1968, Indonesia merupakan negara penghasil ubi jalar nomor 4 di dunia. Namun, karena penggunaan dan pemasarannya yang terbatas, produksinya cenderung menurun. Menurut Biro Pusat Statistik (2012), produksi total ubi jalar di

Indonesia pada tahun 2012 adalah 2.483.460 ton/tahun. Pada tahun 2015, angka itu turun menjadi 2.297.634 ton/tahun.

Secara nasional, pertumbuhan produksi ubi jalar selama periode 2009-2012 cukup signifikan hingga mencapai 21 persen, dengan pertumbuhan produksi terbesar atau lebih dari 100 persen dicapai oleh Provinsi Jambi dan Provinsi Jawa Timur. Pertumbuhan produksi terbaik ubi jalar dimiliki oleh Pulau Sumatera dengan tingkat pertumbuhan sebesar 46 persen pada periode yang sama (2009-2012), diikuti oleh Pulau Jawa dengan tingkat pertumbuhan sebesar 28 persen. Sementara pertumbuhan produksi terendah terdapat di Papua, hanya sebesar satu persen selama kurun waktu empat tahun (Biro Pusat Statistik, 2012).

#### A. Analisis Usahatani

Ilmu usahatani merupakan ilmu mengenai cara petani mendapatkan kesejahteraan (keuntungan), menurut pengertian yang dimilikinya tentang kesejahteraan. Jadi, ilmu usahatani mempelajari cara-cara petani menyelenggarakan pertanian (Mosher, 1987).

Salah satu ciri usahatani adalah ketergantungan pada keadaan alam atau lingkungan (Ali dan Rahayu, 2003). Salah satu cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan pendapatan petani adalah meningkatkan produksi usahatannya. Petani berusaha memadukan faktor-faktor produksi, seperti tanah, modal, tenaga kerja, dan kemampuan manajemen.

Menurut Soekartawi (2003), dalam melakukan analisis usahatani, ada tiga hal yang perlu diperhatikan. Pertama adalah kehati-hatian dalam menghitung produk pertanian, karena tidak semua panen dilakukan secara serentak atau bersamaan. Kedua adalah kehati-hatian dalam menghitung penerimaan usahatani yang dikaitkan dengan penjualan produksi beberapa kali, sehingga dibutuhkan frekuensi penjualan pada tingkat harga yang berbeda. Ketiga adalah setiap peneliti usahatani memerlukan teknik wawancara yang baik dalam menggali informasi dari petani tentang produksi dan hasil penjualan yang diperolehnya.

Dalam melakukan analisis usahatani dihitung seluruh biaya yang dikeluarkan dan yang diperhitungkan, meliputi:

1. Biaya yang dibayarkan:
  - a. Tenaga kerja. Tenaga kerja terdiri dari tenaga kerja luar keluarga, yaitu tenaga kerja upah yang dikonversikan dalam satuan orang kerja (HOK).
  - b. Sarana produksi, meliputi: bibit, pupuk, penyusutan alat, pajak, karung, dan tali.
2. Biaya yang diperhitungkan. Terdiri dari sewa tanah milik sendiri, bunga modal milik sendiri, dan tenaga kerja dalam keluarga.

Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya, atau dengan kata lain pendapatan meliputi pendapatan kotor atau penerimaan total dan pendapatan bersih. (Firdaus, 2007).

Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Penerimaan total merupakan hasil kali produksi total dengan harga. Biaya yang dimaksud dalam pengertian ini adalah biaya keseluruhan, baik itu biaya tetap (misalnya: sewa tanah, pembelian alat-alat pertanian, dan lain-lain) maupun biaya tidak tetap (misalnya: biaya yang diperlukan untuk membeli bibit, pupuk, obat-obatan, dan lain-lain). Masing-masing input produksi tersebut dikalikan dengan harganya. Pendapatan dalam usahatani tidak selamanya harus dinyatakan dengan rupiah atau dalam bentuk uang. Usahatani subsistem lebih mementingkan keuntungan dalam bentuk maksimisasi produk (Mosher, 1987).

Sedangkan keuntungan adalah selisih penerimaan terhadap biaya (tenaga kerja dalam keluarga dihitung sebagai biaya). Kemudian ditambah lagi oleh Mosher (1987), ukuran

pendapatan dan keuntungan adalah salah satu cara untuk mengukur keberhasilan suatu usahatani.

Untuk memperoleh keuntungan usahatani yang maksimum, maka petani akan selalu berusaha dengan berbagai cara untuk meningkatkan produksinya, karena besar kecilnya jumlah produksi akan mempengaruhi jumlah pendapatan. Pendapatan usahatani adalah jumlah yang tersisa setelah semua biaya atau nilai input produksi benar-benar dibayar atau diperhitungkan (Soekartawi, 2003).

#### **B. Pemasaran**

Pemasaran adalah sejumlah kegiatan bisnis barang atau jasa yang ditujukan untuk memberi kepuasan kepada konsumen atau pemakai (Kotler, 2000). Selanjutnya, produsen juga dapat menggunakan lebih dari satu pedagang, sehingga barang-barang dapat terdistribusi dari satu pedagang ke pedagang yang lain, sehingga dalam hal ini terdapat dua jalur perdagangan. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi sebagai berikut:

1. Produsen -> Konsumen
2. Produsen -> Pengecer -> Konsumen
3. Produsen -> Pedagang Besar -> Pengecer -> Konsumen
4. Produsen -> Agen -> Pengecer -> Konsumen
5. Produsen -> Agen -> Pedagang Besar -> Pengecer -> Konsumen

Karakteristik yang terdapat pada barang industri dan barang konsumsi berbeda, karena itu saluran distribusi yang dipergunakan juga berbeda. Saluran distribusi pada barang industri memiliki kemungkinan yang sama bagi produsen untuk menggunakan cabang penjualan seperti pada saluran distribusi barang konsumsi. Terdapat empat macam saluran yang dapat dipergunakan untuk mencapai pemakai barang industri, sebagai berikut:

1. Produsen -> Pemakai
2. Produsen -> Distributor -> Pemakai
3. Produsen -> Agen -> Pemakai
4. Produsen -> Agen -> Distributor -> Pemakai

Menurut Sudiyono (2002), fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pemasaran bermacam-macam. Pada prinsipnya terdapat tiga fungsi pemasaran, yaitu:

1. Fungsi pertukaran, meliputi kegiatan yang menyangkut pengalihan pemilikan dalam sistem pemasaran.
2. Fungsi fisik, meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diperlakukan terhadap komoditas, sehingga komoditas tersebut mengalami tambahan guna tempat dan guna waktu.
3. Fungsi penyedia fasilitas, merupakan usaha-usaha perbaikan sistem pemasaran untuk meningkatkan efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga.

#### **C. Sistem pemasaran hasil pertanian**

Sistem pemasaran hasil pertanian merupakan suatu kesatuan urutan lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk pertanian dari produsen ke tangan konsumen, dan sebaliknya memperlancar aliran uang atau nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dari tangan konsumen ke tangan produsen dalam suatu sistem komoditas (Sudiyono, 2002).

#### **D. Analisis pemasaran**

Ada lima pendekatan yang dapat digunakan dalam melakukan analisis pemasaran, sebagai berikut:

- a. Pendekatan fungsional

Pendekatan fungsional adalah metode untuk mempelajari sistem pemasaran dengan mengklasifikasikan proses pemasaran produk pertanian berdasarkan fungsinya. Pendekatan ini berupaya menjawab pertanyaan *what* dan *who does what?*

b. Pendekatan kelembagaan

Metode untuk menganalisis berbagai lembaga dan struktur kelembagaan yang terlibat dalam proses tataniaga dikenal sebagai pendekatan institusional atau kelembagaan.

c. Pendekatan sistem

Pendekatan ini dilakukan untuk mengukur penampilan pasar (*market performance*). Dari *market performance* inilah dapat dianalisis ketidakefisienan pasar. Tiga sumber ketidakefisienan adalah: panjangnya saluran atau rantai pemasaran, tingginya biaya pemasaran, dan kegagalan pasar dalam mempertemukan *supply* dan *demand* (Sudiyono, 2002).

d. Pendekatan komoditas

Salah satu pendekatan yang biasa digunakan untuk menganalisis kinerja pasar produk pertanian adalah pendekatan komoditas (*comodity oriented*) dengan fokus kajian pada fungsi pemasaran yang berlangsung saat itu (*marketing function oriented*).

e. Pendekatan manajerial

Manajemen tata niaga adalah proses yang dilakukan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan program pemasaran dengan tujuan meraih keuntungan dan memuaskan konsumen. (Sudiyono,2002).

**E. Marjin pemasaran dan marjin keuntungan**

Marjin pemasaran didefinisikan sebagai perbedaan atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani produsen atau dapat pula dinyatakan sebagai nilai dari jasa-jasa kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen sampai ke titik konsumen akhir.

Secara matematis, marjin keuntungan dapat ditulis sebagai berikut:

$$n = Pa - Pb - C$$

dimana:

n = keuntungan yang diterima oleh setiap pelaku (aktor) Pa = harga jual di setiap pelaku (Rp)

Pb = harga beli produk di setiap pelaku (Rp)

C = biaya pemasaran pada setiap pelaku (Rp)

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi pemasaran adalah dengan membandingkan persentase atau bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar konsumen akhir.

**F. Saluran pemasaran**

Saluran tataniaga/distribusi adalah serangkaian lembaga yang melakukan semua fungsi yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih saluran tataniaga (Limbong dan Sitorus, 1987), yaitu:

a. Pertimbangan pasar konsumen sasaran akhir yang mencakup pembeli potensial, konsentrasi pasar secara geografis, volume pesanan, dan kebiasaan pembeli.



b. Pertimbangan barang yang meliputi nilai barang per unit, besar dan berat barang, tingkat kerusakan, sifat teknis barang, dan apakah barang tersebut memenuhi pesanan atau pasar.

c. Pertimbangan internal perusahaan yang meliputi sumber permodalan, kemampuan, dan pengalaman penjualan.

d. Pertimbangan terhadap lembaga perantara, yang meliputi pelayanan lembaga perantara, kesesuaian lembaga perantara dengan kebijaksanaan produsen, dan pertimbangan biaya.

Menurut Hanafiah dan Saefudin (1983), panjang pendeknya saluran pemasaran tergantung pada:

a. Jarak antara produsen dan konsumen

Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen makin panjang saluran pemasaran yang terjadi.

b. Skala produksi

Semakin kecil skala produksi, saluran yang terjadi cenderung panjang karena memerlukan pedagang perantara dalam penyalurannya.

c. Cepat atau tidaknya produk rusak

Produk yang mudah rusak menghendaki saluran pemasaran yang pendek, karena harus segera diterima konsumen.

d. Posisi keuangan pengusaha

Pedagang yang posisi keuangannya kuat cenderung dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dan memperpendek saluran pemasaran.

#### **G. Efisiensi pemasaran**

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat seperti produsen, konsumen, dan lembaga-lembaga pemasaran. Menurut Sudiyono (2002), pengukuran efisiensi pemasaran dapat dilakukan melalui pendekatan struktur, keragaan, dan tingkah laku pasar. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output dan mengurangi biaya pemasaran.

## **METODE**

### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Nagari Koto Gadang Guguk Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. Penentuan lokasi penelitian secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu sentra produksi ubi jalar di Kabupaten Solok. Penelitian akan dilakukan selama 2 bulan.

### **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menggunakan metode studi kasus. Menurut Nazir (2005), metode studi kasus adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas yang bertujuan untuk memberikan detail tentang latar belakang sifat serta karakter-karakter yang dijadikan sesuatu yang bersifat umum.

### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini ada dua golongan, yaitu petani ubi jalar dan pedagang ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk Kecamatan Gunung Talang. Petani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk berjumlah 128 orang yang tergabung dalam empat kelompok tani, yaitu: kelompok tani Karya Tani, Batu Data, Karya Sari, dan KWT Karya Tani. Sedangkan pedagang ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk berjumlah 21 orang, terdiri

dari 6 orang pedagang pengumpul, 13 orang pedagang pengecer, dan 2 orang pedagang antar daerah.

Pengambilan sampel untuk petani dilakukan secara *proportional*. Menurut Wirartha (2005), *proportional sampling* adalah pengambilan sampel yang mempertimbangkan unsur-unsur atau kategori dalam populasi penelitian. Sampel penelitian untuk petani diambil 25% dari masing-masing kelompok tani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk yaitu 128 orang, maka diambil sampel sebanyak 32 orang.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Jenis data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan responden dan observasi langsung di lapangan. Pengumpulan data primer menggunakan kuesioner sebagai pedoman wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi-instansi terkait, seperti BPTP Sumatera Barat, Dinas Pertanian Kabupaten Solok, dan Balai Penyuluhan Kecamatan Gunung Talang.

#### **E. Analisis Data**

##### **1. Analisis usahatani**

Total biaya merupakan penjumlahan dari biaya yang dibayarkan dan biaya yang diperhitungkan, yang digunakan bersama-sama dalam proses produksi. Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produksi dengan harga jual produk yang dihasilkan. Menurut Mubyarto pendapatan dihitung dengan cara mengurangkan total penerimaan dengan biaya yang dibayarkan. Sedangkan keuntungan dipengaruhi oleh pendapatan dikurangi biaya yang dikeluarkan petani (Mubyarto, 2003).

##### **2. Efisiensi usahatani ubi jalar**

Efisiensi adalah perbandingan antara penerimaan dan biaya dimana penerimaan lebih besar dibandingkan dengan total biaya.

$R/C \text{ ratio} > 1$  = Berarti usaha yang dilakukan secara ekonomi efisien atau menguntungkan.

$R/C \text{ ratio} < 1$  = Berarti usaha yang dilakukan secara ekonomi tidak efisien atau tidak menguntungkan.

$R/C = 1$  = Berarti usaha mengalami titik impas.

##### **3. Analisis saluran pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang terlibat dalam proses penyampaian produk dari produsen hingga konsumen akhir. Gambaran mengenai saluran pemasaran ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk Kecamatan Gunung Talang diketahui dengan menelusuri lembaga- lembaga pemasaran dan pedagang yang terlibat dalam proses pemasaran ubi jalar pada daerah tersebut.

##### **4. Analisis lembaga dan fungsi-fungsi pemasaran**

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui lembaga-lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Analisis fungsi pemasaran dilakukan untuk mengetahui fungsi-fungsi atau kegiatan yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat serta mengetahui kebutuhan biaya dan fasilitas yang dibutuhkan. Untuk lebih lanjut, dari analisis ini dapat dihitung besarnya margin pemasaran.

##### **5. Analisis Margin Pemasaran**

Analisis ini untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran dari petani sampai ke konsumen. Margin merupakan perbedaan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Analisis Usahatani Ubi Jalar**

#### **1. Sarana produksi**

Sarana produksi yang digunakan dalam usahatani ubi jalar di lokasi penelitian adalah pupuk dan karung. Pupuk yang digunakan petani di Nagari Koto Gadang Guguk adalah Urea, SS, dan NPK Phonska. Rata-rata harga pupuk yang dibeli petani untuk 1 kg pupuk Urea yaitu Rp. 3.500, SS Rp. 7.000, dan NPK Phonska Rp. 7.500. Jadi, biaya pemakaian pupuk usahatani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk sebanyak Rp.2.302.015. Karung termasuk kebutuhan sarana produksi dan biaya yang dibayarkan dalam usahatani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk. Karung dibutuhkan sebagai wadah untuk menempatkan bibit ubi jalar sebelum ditanam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah karung yang dibutuhkan per hektar per musim tanam sebanyak 49,82 buah dengan rata-rata harga 1 karung Rp. 2.000. Jadi, rata-rata biaya karung per hektar per musim tanam sebanyak Rp. 99.640.

#### **2. Tenaga kerja**

##### **a. Tenaga kerja dalam keluarga**

Tenaga kerja dalam keluarga yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan usahatani ubi jalar meliputi tenaga kerja laki-laki dan perempuan. Perhitungan biaya tenaga kerja didasarkan tingkat upah yang berlaku di Nagari Koto Gadang Guguk. Satu (1) HOK diperhitungkan selama 8 jam kerja dengan biaya tenaga kerja laki-laki sebesar Rp. 70.000 dan perempuan Rp. 50.000.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tenaga kerja dalam keluarga untuk usahatani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk per hektar per musim tanam berjumlah 42,46 HOK terdiri dari 26,63 HOK tenaga kerja laki-laki dan 15,83 HOK tenaga kerja perempuan. Penggunaan tenaga kerja luar keluarga merupakan biaya yang dibayarkan dalam usahatani ubi jalar. Perhitungan biaya tenaga kerja didasarkan tingkat upah yang berlaku di Nagari Koto Gadang Guguk. Satu HOK diperhitungkan selama 8 jam kerja dengan biaya tenaga kerja laki-laki sebesar Rp. 70.000, perempuan Rp. 50.000.

Besarnya biaya penggunaan tenaga kerja luar keluarga rata-rata per hektar per musim tanam adalah Rp.9.957.000 terdiri dari biaya penggunaan tenaga kerja laki-laki Rp. 7.357.000 dan tenaga kerja perempuan Rp.2.600.000.

#### **3. Pajak dan penyusutan alat**

##### **a. Pajak lahan**

Pajak lahan merupakan biaya yang dibayarkan oleh petani karena lahan mempunyai hubungan langsung dengan proses produksi usahatani, walaupun lahan tersebut milik sendiri. Rata-rata pajak lahan yang dikeluarkan petani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk sebesar Rp.138.230 per hektar per musim tanam.

b. Penyusutan alat. Alat-alat pertanian yang digunakan oleh petani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk adalah cangkul. Biaya penyusutan alat-alat pertanian yang digunakan selama usahatani dibebankan ke dalam biaya. Rata-rata biaya penyusutan alat adalah sebesar Rp.109.500 per hektar per musim tanam.

#### **4. Sewa tanah dan bunga modal**

##### **a. Biaya sewa tanah**

Sewa tanah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah biaya sewa lahan yang diperhitungkan atau dibayar oleh petani selama proses produksi usahatani ubi jalar. Dari hasil survai diketahui bahwa biaya sewa lahan ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk untuk

rata-rata luas lahan 0,19 ha adalah Rp. 3.095.000 per musim tanam. Jadi, biaya sewa lahan untuk usahatani ubi jalar per hektar per musim tanam adalah Rp.16.000.000.

b. Bunga modal milik sendiri

Dalam penelitian ini, bunga modal dihitung dengan asumsi bahwa modal yang dipakai dalam usahatani ubi jalar merupakan modal yang dapat diinvestasikan, karena itu bunga modal diperhitungkan sebagai unsur biaya. Biaya bunga modal didapatkan dari rata-rata biaya yang dibayarkan yaitu total dari biaya pupuk, alat, TKLK, dan pajak adalah Rp. 15.261.985 dikalikan dengan 0,09 sebagai bunga ketentuan dari bank. Hasil perhitungan bunga modal milik sendiri yang dibayarkan per hektar per musim tanam ubi jalar adalah sebesar Rp. 1.373.579.

## **5. Produksi**

Menurut Mubyarto (1996), produksi adalah hasil yang diperoleh sebagai akibat bekerjanya faktor produksi seperti tanah, modal, tenaga kerja, dan lain-lain secara simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi ubi jalar petani di Nagari Koto Gadang Guguk rata-rata Rp. 22.550 kg/ha. Harga jual ubi rata-rata Rp. 1.900/kg. Secara keseluruhan, usahatani ubi jalar petani di Nagari Koto Gadang Guguk menghasilkan penerimaan rata-rata Rp. 42.845.000 per hektar per musim tanam.

## **6. Analisis usahatani**

Dalam analisis usahatani, semua biaya diperhitungkan sebagai masukan (input) usahatani, termasuk biaya yang diperhitungkan seperti: upah tenaga kerja dalam keluarga (TKDK), sewa lahan milik sendiri, dan bunga modal milik sendiri. Biaya total usahatani merupakan biaya yang dikeluarkan oleh petani selama proses produksi, terdiri dari biaya yang dibayarkan dan biaya yang diperhitungkan.

Hasil analisis usahatani menggambarkan bahwa biaya total usahatani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk berjumlah Rp. 32.635.564 per hektar per musim tanam. Dari penjualan hasil panen ubi jalar dengan harga jual 1.900/kg petani memperoleh penerimaan sebesar Rp. 42.845.000 per hektar per musim tanam. Penerimaan dihitung berdasarkan perkalian produksi ubi jalar dengan harga jual ubi jalar. Nilai pendapatan diperoleh dari penerimaan dikurangkan dengan biaya yang dibayarkan. Rata-rata pendapatan usahatani ubi jalar petani di Nagari Koto Gadang Guguk per hektar per musim tanam adalah sebesar Rp.30.238.615. Selanjutnya, nilai keuntungan usahatani didapatkan dari pendapatan dikurangi biaya yang diperhitungkan seperti biaya TKDK, sewa lahan, dan bunga modal. Hasilnya, rata-rata keuntungan usahatani ubi jalar petani di Nagari Koto Gadang Guguk sebesar Rp. 10.209.436 per hektar per musim tanam.

Analisis rasio R/C digunakan untuk melihat perbandingan antara total penerimaan dengan total biaya. Apabila nilai rasio R/C  $> 1$  maka usaha tersebut layak untuk dikembangkan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rasio R/C usahatani ubi jalar sebesar 1,32. Nilai tersebut menggambarkan bahwa usahatani ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk layak untuk dikembangkan.

## **F. Analisis Pemasaran**

### **1. Lembaga Pemasaran**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan ubi jalar, mulai dari petani hingga ke konsumen, di Nagari Koto Gadang Guguk Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok. Lembaga pemasaran yang ikut terlibat terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan pedagang antar daerah.

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang langsung melakukan pembelian ubi jalar ke lahan petani. Biasanya pedagang ini membeli ubi jalar dalam keadaan ubi masih berada di dalam tanah, selanjutnya pedagang pengumpul inilah yang melakukan proses

panen dan pascapanen ubi jalar yang dibelinya, bukan petani. Biaya panen dan pascapanen ditanggung oleh pedagang pengumpul.

Pedagang pengecer adalah para pedagang yang menjual ubi jalar pada kedai-kedai atau kios yang terdapat di pinggir jalan raya Padang-Solok di kawasan Nagari Koto Gadang Guguk dan di Pasar Guguk. Pedagang pengecer ini merupakan penjual tetap. Pedagang antar daerah adalah pedagang yang membeli ubi jalar dari pedagang pengumpul dan memasarkannya ke Kota Padang. Selanjutnya, pedagang luar daerah adalah pedagang yang membeli ubi jalar dari pedagang pengumpul, pedagang ini berada di daerah luar Sumatera Barat seperti di Pekanbaru dan Jambi.

## **2. Saluran Pemasaran**

Saluran 1 : Petani - pedagang pengumpul - pedagang antar daerah - pedagang pengecer - konsumen

Saluran 2 : Petani - pedagang pengumpul - pedagang luar daerah - pedagang pengecer - konsumen

Saluran 3 : Petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen

## **3. Analisis Fungsi Pemasaran**

Fungsi-fungsi pemasaran merupakan semua tindakan yang dapat memperlancar proses penyampaian barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran tersebut terdiri dari fungsi pertukaran (fungsi pembelian dan penjualan), fungsi fisik (fungsi penyimpanan, fungsi pengangkutan, dan fungsi pengolahan), dan fungsi fasilitas (fungsi sortasi, fungsi standarisasi/grading, fungsi penanggungan resiko, fungsi pembiayaan, dan fungsi informasi pasar).

### **a. Fungsi pemasaran pada petani**

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani adalah fungsi pertukaran dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran oleh petani berupa aktivitas penjualan. Pada umumnya petani di Nagari Koto Gadang Guguk menjual ubi jalar hasil panennya hanya ke pedagang pengumpul dan tidak menjualnya ke pasar, dengan pertimbangan dapat menghemat waktu dan biaya. Biasanya petani menjual ubi jalar ke pedagang pengumpul yang sudah berlangganan atau karena adanya ikatan kekeluargaan. Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh petani berupa aktivitas penanggungan resiko. Pada umumnya, resiko yang ditanggung oleh petani adalah harga ubi jalar yang berfluktuasi dan hasil panen yang tidak optimal.

### **b. Fungsi pemasaran pedagang pengumpul**

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran oleh pedagang pengumpul terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian. Pedagang pengumpul membeli ubi jalar kepada petani dengan sistem tunai berdasarkan berat ubi jalar setelah panen. Pada umumnya pedagang pengumpul adalah warga yang tinggal di Nagari Koto Gadang Guguk. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual ubi jalar ke pedagang pengecer, dan ada juga pedagang pengumpul yang membawa ubi jalar tersebut ke Padang dan Pekanbaru untuk di jual ke pedagang antar dan luar daerah.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pedagang pengumpul berupa aktivitas panen dan pasca panen, pengangkutan, serta penyimpanan. Proses pemanenan ubi jalar dilakukan oleh buruh yang sudah disediakan oleh pedagang pengumpul. Buruh tersebut akan melakukan panen dan mengangkut ubi jalar dari lahan petani ke tempat pengumpulan, semua biaya panen dan biaya angkut sudah menjadi tanggungan pedagang pengumpul. Biasanya pedagang pengumpul membawa ubi jalar dari lahan petani menggunakan ojek motor ke rumahnya. Selanjutnya pedagang pengecer akan mengambil ubi jalar langsung ke rumah pedagang pengumpul. Untuk penjualan ke pedagang antar daerah, khususnya di Padang, biasanya pedagang langsung mengantarkan ubi jalar menggunakan

mobil pickup miliknya. Untuk pedagang luar daerah di Jambi dan Pekanbaru, ubi jalar dikirim menggunakan truk dan biasanya ongkosnya dibebankan ke pedagang luar daerah yang membelinya.

Fungsi fasilitas yang dilakukan oleh pedagang pengumpul berupa aktivitas sortasi, standarisasi, pembiayaan, penanggungan resiko, dan informasi pasar. Aktivitas standarisasi dilakukan oleh pedagang pengumpul karena adanya permintaan ubi yang bagus-bagus dari pedagang pengecer. Standarisasi akan mempengaruhi harga jual kepada pedagang pengecer. Aktivitas sortasi yang dilakukan pedagang pengumpul adalah aktivitas pemisahan dan pemilihan ubi yang bagus-bagus dengan yang agak kurang bagus.

Aktivitas pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah penyediaan modal untuk melakukan pembelian ubi jalar dari petani dan untuk membayar upah tenaga kerja. Fungsi informasi pasar diperoleh pedagang pengumpul dari sesama pedagang pengumpul dan ada yang berasal dari pedagang antar daerah. Pertukaran informasi perkembangan harga dilakukan pada saat saling bertemu antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lain.

c. Fungsi pemasaran pedagang antar daerah

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang antar daerah adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang antar daerah adalah aktivitas pembelian dan penjualan. Pedagang antar daerah akan membeli ubi jalar dari pedagang pengumpul sebagai pemasok ubi jalar. Aktivitas penjualan yang dilakukan pedagang antar daerah adalah pedagang antar daerah akan menjual ubi jalar tersebut kepada pedagang-pedagang pengecer ataupun konsumen yang berada di pasar raya Padang.

d. Fungsi pemasaran pedagang pengecer

Fungsi pemasaran pedagang pengecer adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran oleh pedagang pengecer berupa aktivitas pembelian dan penjualan. Ubi jalar dibeli oleh pedagang pengecer dari pedagang pengumpul yang sebelumnya antar mereka sudah terjalin kesepakatan dan sudah saling berlangganan. Selanjutnya pedagang pengecer langsung menjual ubinya ke konsumen.

Fungsi fisik yang dilakukan pedagang pengecer berupa aktivitas penyimpanan. Pedagang pengecer melakukan aktivitas penyimpanan ketika ubi jalar pada hari tersebut tidak terjual semuanya, sehingga masih terdapat sisa yang dapat dijual kembali keesokan harinya. Kondisi ini maksimal seminggu sebelum ubi jalar tersebut mengalami pembusukan dan kualitasnya semakin menurun. Penyimpanan dilakukan di kios-kios pedagang pengecer tersebut.

e. Fungsi pemasaran pedagang luar daerah

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang luar daerah adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang luar daerah adalah aktivitas pembelian dan penjualan. Pedagang luar daerah akan membeli ubi jalar dari pedagang pengumpul sebagai pemasok ubi jalar. Aktivitas penjualan yang dilakukan pedagang luar daerah adalah pedagang luar daerah akan menjual ubi jalar tersebut kepada pedagang pengecer yang berada di Jambi dan Pekanbaru.

### 3. Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran merupakan salah satu indikator untuk menentukan efisiensi ekonomis suatu komoditas. Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

a. Margin pemasaran saluran pemasaran I

Distribusi persentase margin pemasaran terbesar saluran I terdapat pada pedagang pengecer 67,39%, diikuti pedagang pengumpul 20,65%, dan pedagang antar daerah 11,69%. Distribusi keuntungan pemasaran ubi jalar terbesar terdapat pada pedagang pengecer yaitu

sebesar Rp. 845/kg, diikuti pedagang pengumpul sebesar Rp. 318/kg, dan pedagang antar daerah sebesar Rp. 263/kg. Sedangkan keuntungan yang diperoleh petani dari usahatani ubi jalar selama 4,5-5 bulan sebesar Rp. 453/kg. Jadi, pada saluran pemasaran 1 keuntungan terbesar terdapat pada pedagang pengecer.

b. Margin pemasaran saluran pemasaran 2

Distribusi persentase margin pemasaran terbesar saluran 2 terdapat pada pedagang luar daerah 56,25%, diikuti pedagang pengecer 26,79%, dan pedagang pengumpul 16,96%. Distribusi keuntungan pemasaran ubi jalar terbesar terdapat pada pedagang luar daerah yaitu sebesar Rp. 1.650/kg, diikuti pedagang pengecer 445/kg, dan pedagang pengumpul sebesar Rp.318/kg. Petani memperoleh keuntungan dari usaha tani ubi jalar dan hasil ubi jalarnya sebanyak 632/kg. Jadi, pada saluran pemasaran 2 keuntungan terbesar terdapat pada pedagang luar daerah. Margin pemasaran ubi jalar pada saluran pemasaran 2 sebesar 5.100/kg.

c. Margin pemasaran saluran pemasaran 3

Distribusi keuntungan pemasaran terbesar pada saluran pemasaran 3 ini adalah pada pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 845, diikuti oleh petani sebesar Rp. 453 dan pedagang pengumpul sebesar Rp. 318. Jadi pada saluran ini keuntungan terbesar terdapat pada pedagang pengecer. Saluran pemasaran 3 ini merupakan saluran terpendek pemasaran ubi jalar di Nagari Koto Gadang Guguk Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok dengan margin pemasaran terkecil dari ketiga saluran yaitu sebesar 3.100/kg. Hal ini dikarenakan hasil panen dari petani diambil langsung oleh pedagang pengumpul ke lahan petani tersebut. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu biaya transportasi, pembelian karung dan biaya tenaga kerja. Lembaga pemasaran selanjutnya pedagang antar daerah, biaya yang dikeluarkan terdiri atas: biaya transportasi, biaya muat/bongkar, dan biaya pengepakan. Sementara biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer berupa sewa lapak dan biaya transportasi. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang luar daerah adalah biaya transportasi, biaya muat/bongkar, dan biaya pengepakan.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Rata-rata pendapatan usahatani ubi jalar petani di Nagari Koto Gadang Guguk Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok per hektar per musim tanam adalah sebesar Rp. 30.238.615 dan keuntungan yang didapatkan petani dari usahatani ubi jalar sebesar Rp. 10.209.436 per hektar per musim tanam.
2. Terdapat tiga saluran pemasaran ubi jalar yang diproduksi oleh petani di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok, sebagai berikut:
  - a. Saluran 1: petani - pedagang pengumpul - pedagang antar daerah - pedagang pengecer - konsumen
  - b. Saluran 2: petani - pedagang pengumpul - pedagang luar daerah - pedagang pengecer - konsumen
  - c. Saluran 3: petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen
3. Margin pemasaran yang terdapat dalam ketiga saluran pemasaran ini adalah:
  - a. Margin yang didapatkan saluran pemasaran 1 sebesar Rp. 4.600/kg.

Distribusi persentase margin pemasaran terbesar saluran 1 terdapat pada pedagang pengecer 67,39%, diikuti pedagang pengumpul 20,65%, dan pedagang antar daerah 11,69%. Distribusi keuntungan pemasaran ubi jalar terbesar terdapat pada pedagang pengecer yaitu 75 sebesar Rp. 845/kg, diikuti pedagang pengumpul sebesar Rp. 318/kg, dan pedagang antar daerah sebesar Rp. 263/kg.

Sedangkan keuntungan yang diperoleh petani dari usahatani ubi jalar selama 4,5- 5 bulan sebesar Rp. 453/kg. Jadi, pada saluran pemasaran 1 keuntungan terbesar terdapat pada pedagang pengecer.

- b. Margin yang didapatkan pada saluran pemasaran 2 sebesar Rp.5.100/kg. Distribusi persentase margin pemasaran terbesar saluran 2 terdapat pada pedagang luar daerah 56,25%, diikuti pedagang pengecer 26,79%, dan pedagang pengumpul 16,96%. Distribusi keuntungan pemasaran ubi jalar terbesar terdapat pada pedagang luar daerah yaitu sebesar Rp. 1.650/kg, diikuti pedagang pengecer 1.245/kg, dan pedagang pengumpul sebesar Rp. 318/kg. Sedangkan keuntungan yang diperoleh petani dari usahatani ubi jalar selama 4,5-5 bulan sebesar Rp. 453/kg. Jadi, pada saluran pemasaran 2 keuntungan terbesar terdapat pada pedagang luar daerah.
- c. Margin yang didapatkan pada saluran pemasaran 3 sebesar Rp.3.100/kg. Distribusi persentase margin pemasaran terbesar saluran 3 terdapat pada pedagang pengecer 51,61%, dan pedagang pengumpul 48,39%. Distribusi keuntungan pemasaran terbesar pada saluran ini adalah pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 845, diikuti oleh petani sebesar Rp. 453 dan pedagang pengumpul sebesar Rp. 318. Jadi pada saluran ini keuntungan terbesar terdapat pada pedagang pengecer.

## JADWAL

No	Nama Kegiatan	Minggu											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Persiapan Penelitian	■	■	■	■								
2	Pelaksanaan Penelitian					■	■	■					
3	Pengumpulan dan Analisa Data					■	■	■					
4	Penyusunan Laporan Penelitian								■	■	■	■	
5	Seminar								■	■	■	■	

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali dan R. Rahayu. 2003. *Ubi Jalar*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Arene, O.B. and Nwankiti. 1978. *Sweet Potato Diseases in Nigeria*. PANS 24(3): 294-305.
- Azzaino, Z. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Diktat Kuliah Fakultas Pertanian Unila, Bandar Lampung
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Kabupaten Solok dalam Angka*. BPS Kabupaten Solok.
- Bali Post.com. 2003. *Uji Varietas Ubi Jalar*. Diakses 25 September 2016.
- Basuki, N., Y. Widodo, Sudaryono, dan S. Brotonegoro. 1987. *Penelitian Teknik Tanaman Ubi Jalar*. Mimeograph. Hlm. 1-23.
- Biro Pusat Statistik. 2012. *Data Produksi Ubi Jalar Sumatera Barat*. Indonesia. Dahl, D.C. dan Hammond. 1977. *Market and Price Analysis The Agricultural Industries*. Mc Graw-Hill Inc, New York.
- Firdaus, M. 2007. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hanafiah dan A, M. Saefuddin. 1983. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Hernanto, F. 2003. *Ilmu Usaha Tani*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Irfan, Z., F. Artati, Aryawaita, dan Zulrasdi. 2012. *Ubi Jalar Semakin Berkibar*.



- Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sumatera Barat, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian*. Erlangga, Jakarta.
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, IPB, Bogor. 183 hlm.
- Mosher. AT. 1987. *Menggerakkan dan Mengembangkan Pertanian*. CV Yasaguna, Jakarta.
- Mubyarto. 2003. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES, Jakarta.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Rasuli, N., M.A. Saade, dan K. Ekasari. 2007. *Analisis Margin Pemasaran*. Grafindo, Jakarta.
- Sarwono, B. 2005. *Ubi Jalar*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Suparman. 2007. *Bercocok Tanam Ubi Jalar*. Azka Mulia Media, Jakarta.
- Surat Keputusan Gubernur Sumatera Barat Nomor: 521.305.2013 Tanggal 26 Maret 2013 tentang Penetapan Kawasan Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Barat. Soekartawi.
2003. *Analisis Usahatani*. UI Press, Jakarta.
- Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.
- Wirartha, I. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Andi Offset, Yogyakarta.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Justifikasi Anggaran Penelitian

<b>1. Honor</b>				
<b>Honor</b>	<b>Honor/Jam (Rp)</b>	<b>Waktu (jam/minggu)</b>	<b>Minggu</b>	<b>Honor</b>
Pengolah Data	25.000	8 jam/minggu	2 minggu	400.000
<b>Sub Total (Rp.)</b>				<b>400.000</b>
<b>2. Peralatan Penunjang</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi Pemakaian</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Total Biaya</b>
<b>Jumlah</b>				
<b>3. Bahan Habis Pakai</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi Pemakaian</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Total Biaya</b>
Persiapan Questioner	Pengambilan Data Penelitian Lapangan			
Penjilidan Laporan Kemajuan dan Lap. Akhir				
Surat Menyurat				
Foto Copy				
ATK				
Print Laporan				
Materai 6000				
<b>Jumlah</b>				
<b>4. Perjalanan</b>				
<b>Material</b>	<b>Justifikasi Perjalanan</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Total Biaya</b>
<b>Jumlah</b>				
<b>5. Lain-lain</b>				
<b>Kegiatan</b>	<b>Justifikasi</b>	<b>Kuantitas</b>	<b>Harga Satuan (Rp)</b>	<b>Total Biaya</b>

<b>Sub Total (Rp)</b>				
<b>TOTAL ANGGARAN YANG DIPERLUKAN (RP)</b>				<b>4.500.000,-</b>

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Usahatani dan Pemasaran Ubi Jalar di  
Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok

Peneliti/Pelaksana :  
Nama Lengkap : Ir. Mahmud, M.Si  
NIDN : 0004046401  
Jabatan Fungsional : Lektor  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
No HP : 081371576219  
Alamat surel (e-mail) :  
Anggota Tim :  
Nama Lengkap : Delsi Afrini, S.P. M.Si/1013047801  
Dr. Zul Irfan, M.S  
Khairini Syak

Perguruan Tinggi : Universitas Mahaputra Muhammad Yamin  
Tahun Pelaksanaan : 2019  
Sumber Dana : UMMY  
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 4.500.000,-  
Biaya Keseluruhan : Rp. 4.500.000,-

Solok, Juli 2019

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian

Ketua,



(Ir. Mahmud, M.Si)  
NIP. 196404041990031004



( Ir. Mahmud, M.Si )  
NIDN. 0004046401

Menyetujui,  
Kepala LP3M UMMY



( Dr. Wahyu Indah Mursalini, S.E. M.M )  
NIDN. 1019017402



**UNIVERSITAS MAHAPUTRA MUHAMMAD YAMIN**  
**Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M)**  
Kampus I Jln. Jendral Sudirman No. 6 Telp. 0755-20565  
Kampus II Jln. Raya Koto Baru No. 7 Kec. Kubung Kab. Solok Telp. 0755-20127

---

## Surat Tugas

No.27/ST-P/LP3M-UMMY/III-2019

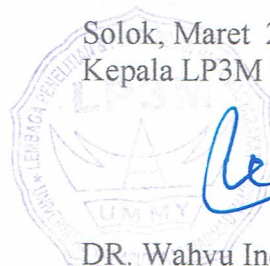
Kepala Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat (LP3M) Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Solok, dengan ini menugaskan kepada:

Nama : Ir. Mahmud, M.Si  
NIDN : 0004046401  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta / 4 April 1964  
Pangkat/Golongan Ruang : Penata III/c  
Prodi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Alamat : Jalan Jenderal Sudirman No. 6 Kota Solok

Untuk melaksanakan kegiatan Penelitian dengan judul **Analisis Usahatani dan Pemasaran Ubi Jalar di Kecamatan Gunung Talang Kabupaten Solok** pada Tahun Akademik 2018/2019.

Demikian Surat Tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Solok, Maret 2019  
Kepala LP3M UMMY



DR. Wahyu Indah Mursalini, SE. MM.  
NIDN. 1019017402