

**ANALISIS STRUKTUR, TINGKAH LAKU DAN PENAMPILAN PASAR  
AGROINDUSTRI BERBASIS UBI KAYU  
DI KECAMATAN GUNUNGSARI KABUPATEN LOMBOK BARAT**

***ANALYSIS OF STRUCTURE, CONDUCT, AND PERFORMANCE OF CASSAVA  
AGROINDUSTRY IN GUNUNGSARI DISTRICT, LOMBOK BARAT REGENCY***

**Yulia Aprianti<sup>\*</sup>, Sri supartiningsih<sup>2</sup>, Johan Bachry<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*\*Email Penulis korespondensi: liyaaprianti2001@gmail.com*

**ABSTRAK**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah : (1) Menganalisis Struktur pasar agroindustri berbasis ubi kayu di Kecamatan Gunungsari. (2) Menganalisis Tingkah laku pasar agroindustri berbasis ubi kayu di Kecamatan Gunungsari. (3) Menganalisis penampilan pasar agroindustri berbasis ubi kayu di Kecamatan Gunungsari. (4) Menganalisis hambatan-hambatan atau permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran agroindustri berbasis ubi kayu di Kecamatan Gunungsari. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Gunungsari yaitu di Kecamatan Gunungsari yang ditentukan dengan *purposive sampling*. Penentuan jumlah responden ditentukan dengan *Quota Sampling* yaitu sebanyak 20 pengusaha agroindustri berbasis ubi kayu. Selanjutnya pemilihan responden dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Sedangkan Lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *Snow Ball Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Struktur Pasar pada Pemasaran agroindustri ubi kayu pada tingkat pedagang pengumpul mengarah pada pasar oligopsoni rendah ( konsentrasi rasio sebesar 43,06 %) dan untuk pedagang pengecer mengarah pada pasar oligopsoni rendah (konsentarsi rasio sebesar 2,57%) untuk produk keripik dan (konsentrasi rasio sebesar 28,19%) untuk produk tape. terdapat 2 lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran agroindustri ubi kayu yaitu lembaga pemasaran produk keripik dan tape, dalam pemasaran agroindustri ubi kayu (keripik dan tape) terdapat differensiasi produk dan terdapat hambatan keluar masuk pasar.

Kata Kunci: Agroindustri Ubi Kayu, Struktur, Tingkah Laku dan Penampilan Pasar.

**ABSTRACT**

*The aims of this research were: (1) to analyze the structure of the cassava-based agro-industry market in Gunungsari District. (2) Analyzing the behavior of the cassava-based agro-industry market in Gunungsari District. (3) Analyzing the market appearance of cassava-based agro-industry in Gunungsari District. (4) Analyze the obstacles or problems faced in the marketing of cassava-based agro-industry in Gunungsari District. This research uses a descriptive research method. Sources of data in this study were obtained from primary data and secondary data. The type of data used is quantitative data. This research was conducted in Gunungsari Village, namely in Gunungsari District which was determined by purposive sampling. Determination of the number of respondents was determined by Quota Sampling, namely as many as 20 cassava-based agro-industry entrepreneurs. Furthermore, the selection of respondents was carried out by accidental sampling. While the marketing agency is determined by the Snow Ball Sampling method. The results showed that: (1) Market structure in the marketing of cassava agroindustry at the collector level leads to a low oligopsony market (concentration ratio of 43.06%) and for retailers leads to a low oligopsony market (ratio concentration of 2.57%) for chips and (concentration ratio of 28.19%) for tape products. there are 2 marketing agencies involved in the marketing of the cassava agro-industry, namely the marketing agency for chips and tape products, in the marketing of the cassava agro-industry (chips and tape) there is product differentiation and there are barriers to entry and exit of the market.*

*Keywords: Cassava Agroindustry, Structure, Conduct and Performance*

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu sektor dibidang ekonomi yang memiliki arti dan kedudukan yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Sektor ini berperan penting sebagai sumber penghasil bahan baku bagi industri, sumber bahan makanan, mata pencaharian Sebagian besar penduduk penghasil devisa negara dari ekspor komoditasnya bahkan berpengaruh besar terhadap stabilitas dan keamanan nasional. Selain berpotensi ekonomis sektor pertanian juga memiliki manfaat ekologi, yaitu mengurangi dampak pemanasan global, membantu melestarikan lingkungan hidup yang berkelanjutan, dan pada akhirnya meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Sektor pertanian terbagi menjadi lima subsektor, yaitu subsektor tanaman hortikultura, perkebunan, peternakan, kehutanan, dan subsektor perikanan (BPS Sumatera Utara,2018).

Subsektor pertanian yang potensial dan didorong untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian nasional salah satunya yaitu tanaman hortikultura. Komoditas hortikultura meliputi berbagai macam jenis salah satunya yang memiliki peran penting dan strategis terutama sebagai penghasil vitamin, karbohidrat, protein dan sebagainya adalah tanaman ubi kayu. Tanaman Ubi kayu merupakan salah satu komoditi yang penting dan strategis sehingga bisa terbuat berbagai jenis produk agroindustri dari ubi kayu, seperti keripik, tape dan lain sebagainya. Oleh karena itu, komoditas tanaman ubi kayu di kembangkan sebagai usaha yang berorientasi agribisnis (Rachmayanti,2021).

Nusa Tenggara Barat (NTB) khususnya di Kabupaten Lombok Barat merupakan salah satu yang menghasilkan agroindustri ubi kayu cukup potensial memiliki peluang pasar dan pengembangan agroindustri yang prospektif. Ubi kayu menjadi komoditi andalan masyarakat, karena selain potensi lahan yang cukup luas, keadaan iklim, jenis tanah dan potografi yang sangat mendukung untuk perkembangan tanaman ubi kayu di NTB. Ubi kayu dimanfaatkan oleh masyarakat umumnya hanya direbus dan langsung dikonsumsi, namun sekarang ubi kayu dapat dinikmati dan diolah menjadi berbagai macam produk seperti keripik, tape dan produk lainnya (Hernanda,2018).

Kecamatan Gunungsari merupakan salah satu daerah di Kabupaten Lombok Barat yang di kenal dengan usaha ubi kayu, khususnya usaha agroindustri keripik dan tape. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Kabupaten Lombok barat 2022, pengusaha agroindustri ubi kayu di Kecamatan Gunungsari khususnya di Desa Gunungsari memiliki 42 jumlah pengusaha agroindustri ubi kayu dengan jenis produk keripik dan tape (Dinas Pertanian Lombok Barat).

## METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari metode analisis data deskriptif dan analisis data kuantitatif. Analisis data deskriptif digunakan untuk menganalisis konsep diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar, dan informasi pasar pada struktur pasar, serta digunakan untuk menganalisis semua konsep yang digunakan dalam tingkah laku pasar. Sedangkan analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis konsep konsentrasi pasar pada struktur pasar dan penampilan pasar.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengusaha dan Lembaga pemasaran agroindustri berbasis ubi kayu di kecamatan Gunungsari. Penelitian ini akan dilakukan di Desa Gunungsari Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat. Lokasi penelitian ditentukan secara "*Purposive Sampling*". Penentuan lokasi penelitian tersebut atas dasar pertimbangan Desa Gunungsari merupakan sentra terbesar agroindustri berbasis ubi kayu terbanyak. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pengusaha dan Lembaga pemasaran

yang terlibat dalam pemasaran agroindustri berbasis ubi kayu. Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini dilakukan secara *Quota Sampling* yaitu dengan mendata 10 pengusaha keripik dan 10 pengusaha tape. Selanjutnya pemilihan responden dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Sedangkan responden Lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *Snow Ball Sampling*.

Jenis data dalam penelitian ini meliputi data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dengan angka, seperti struktur dan perilaku pasar yang meliputi saluran penentuan harga, pangsa pasar, konsentrasi pasar, hambatan-hambatan pemasaran penjualan dan pembelian serta yang lainnya. Data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dengan angka seperti margin pemasaran, share produsen, distribusi keuntungan, volume penjualan, konsentrasi rasio dan elastisitas transmisi harga.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data skunder. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui wawancara langsung dengan berpedoman pada daftar pertanyaan (koesioner) yang telah disiapkan. Data skunder, yaitu data yang diperoleh dari data yang telah dikumpulkan atau data yang diperoleh dari sumber lain yang terkait dengan penelitian terdahulu.

Analisis data Untuk mengetahui struktur pasar dalam pemasaran agroindustri berbasis ubi kayu dilakukan secara deskriptif dengan melihat :

- a. Differensiasi produk, hal ini dapat diketahui dengan melihat ada tidaknya penggolongsn berdasarkan ukuran, atau warna, yang dilakukan oleh pengusaha tape dan keripik ubi kayu.
- b. Jumlah Lembaga pemasaran yang terlibat
- c. Hambatan keluar masuk pasar,
- d. Analisis struktur pasar secara kuantitatif yaitu dengan melihat konsentrasi rasio ( $Kr$ ) dan volume jual masing-masing Lembaga adalah perbandingan antara volume yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan volume yang diperdagangkan dipasar. Hay dan Morris (1991) dalam Nurmala,E (2008) dengan Rumus sebagai berikut:

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang di perdagangkan}} \times 100\%$$

Kriteria keputusan :

1. Jika ada satu pedagang yang memiliki konsentrasi ratio minimal 95%, maka pasar tersebut mengarah pada pasar monopsoni.
2. Jika ada empat pedagang yang memiliki konsentrasi ratio minimal 80%, maka pasar tersebut cenderung mengarah pada pasar oligopsoni dengan konsentrasi yang tinggi.
3. Jika ada delapan pedagang yang memiliki konsentrasi ratio 80%, maka pasar tersebut cenderung mengarah pada pasar oligopsoni dengan konsentrasi yang sedang.

Analisis data Elastisitas Transmisi Harga, rasio perubahan harga rata-rata di tingkat konsumen dengan harga di tingkat pengusaha. Elastisitas transmisi harga digunakan untuk memenuhi respon harga di tingkat pengusaha karena perubahan harga di tingkat konsumen melalui informasi harga (Azzaino, 1981). Pendekatan ini melihat respon harga di tingkat produsen jika terjadi perubahan harga di tingkat konsumen dengan model :

$$Pf = bo Pr^{bl}$$

$$\ln Pf = \ln bo + bl \ln Pr$$

Keterangan :

$P_f$  = Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)  
 $P_r$  = Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)  
 $b_0$  = Konstanta  
 $b_1$  = Koefisien elastisitas transmisi harga

Analisis Margin Pemasaran merupakan perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Jika margin pemasaran semakin rendah, maka pemasaran dikategorikan semakin efisien. Menurut Hudson dalam ikhral (2018) margin pemasaran secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$M = P_r - P_f$$

Keterangan :

$M$  = Margin pemasaran masing-masing pengusaha  
 $P_r$  = Harga beli konsumen akhir  
 $P_f$  = Harga jual produsen

Untuk mengetahui share produsen agroindustri ubi kayu masing-masing pengusaha pemasaran, dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Azzaino,1998).

$$X = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :

$X$  = Share produsen agroindustri ubi kayu  
 $P_f$  = Harga di tingkat produsen  
 $P_r$  = Harga ditingkat konsumen

Kriteria keputusan : Jika share produsen lebih dari 60% berarti biaya penyampaian hasil produksi agroindustri ubi kayu dari produsen murah, maka pemasaran dapat dikatakan adil. Untuk mengetahui distribusi keuntungan di hitung dengan menggunakan rumus berikut (Tajidan,1996).

$$Dk = \frac{\left(\frac{\pi}{c}\right)_{\text{terkecil}}}{\left(\frac{\pi}{c}\right)_{\text{terbesar}}}$$

Keterangan :

$DK$  : Distribusi Keuntungan  
 $\pi$  : Keuntungan  
 $c$  : Biaya Pemasaran

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden pengusaha Agroindustri ubi kayu di Desa Gunungsari Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat, Tahun 2023.

No	Uraian	Jumlah (org)	Persentase (%)
1	Usia Responden (thn)		
	a. 15 – 40	6	30
	b. 41 – 60	12	60
	c. > 60	2	10
	Jumlah	20	100
2	Tingkat Pendidikan		
	a. Tidak sekolah	4	20
	b. SD	14	70
	c. SMP	1	5
	d. SMA	1	5
	Jumlah	20	100
3	Jumlah Anggota Keluarga (org)		
	a. 1-2	4	20
	b. 3-4	9	45
	c. 5 >	7	35
	Jumlah	20	100
4	Pengalaman Berusaha (thn)		
	a. 1-5	5	25
	b. 6-10	5	25
	c. 11-15	4	20
	d. 16-20	3	15
	e. 20-30	3	15
	Jumlah	20	100

Sumber : Data Primer diolah, Tahun 2023.

Tabel 2. Karakteristik Responden Lembaga pemasaran Agroindustri ubi kayu di Desa Gunungsari Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat, Tahun 2023.

No	Uraian	Jumlah (org)	Persentase (%)
1	Usia Responden (thn)		
	a. 15 - 40	20	67
	b. 41 – 60	10	33
	Jumlah	30	100
2	Tingkat Pendidikan		
	a. SD	12	40
	b. SMP	5	17
	c. SMA	13	43
	Jumlah	30	100
4	Pengalaman Berusaha (thn)		
	a. 1-5	20	66
	b. 6-10	8	27
	c. 11-15	2	07
	Jumlah	30	100

## 2. Analisis Struktur pasar keripik dan tape

Tabel 3. Hasil perhitungan variabel-variabel dari analisis struktur pasar keripik dan tape di desa Gunungsari Tahun 2023.

No	Uraian	Hasil	Struktur Pasar
1	Konsentrasi rasio		
	a. Pedagang Pengumpul keripik	43,06% Oligopsoni konsentrasi rendah	Pasar persaingan sempurna
	b. Pedagang pengecer keripik	2,57% oligopsoni konsentrasi rendah	
	c. Pedagang Pengecer tape	28,19% Oligopsoni konsentrasi rendah	
2	Elastisitas transmisi harga	H1 diterima dan Ho ditolak yang artinya perubahan harga ditingkat konsumen tidak ditransmisikan secara sempurna ke tingkat produsen	Pasar persaingan sempurna
3	Jumlah Lembaga pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 pedagang pengumpul</li> <li>• 20 pedagang pengecer</li> <li>• 21 pedagang luar kecamatan</li> </ul>	Pasar persaingan sempurna
4	Differensiasi produk	Ditemukan adanya differensiasi produk	Pasar persaingan tidak sempurna
5	Hambatan keluar masuk pasar	Terdapat hambatan keluar masuk pasar	Pasar persaingan tidak sempurna

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2023

### 1. Konsentrasi Rasio

#### Konsentrasi rasio produk Keripik

- a. Konsentrasi rasio untuk Pedagang Pengumpul keripik

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang di perdagangkan}} \times 100\%$$

$$Kr = \frac{3650}{8475} \times 100\%$$

$$Kr = 43,06\%$$

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh perhitungan konsentrasi rasio untuk pedagang pengumpul di desa gunungsari adalah sebesar 43,06%.

- b. Konsentrasi rasio untuk Pedagang Pengecer keripik

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang di perdagangan}} \times 100\%$$

$$Kr = \frac{218}{8475} \times 100\%$$

$$Kr = 2,57\%$$

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh perhitungan konsentrasi rasio untuk pedagang pengecer di desa gunungsari adalah sebesar 2,57%.

c. Konsentrasi rasio untuk Pedagang Luar kecamatan keripik

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang di perdagangan}} \times 100\%$$

$$Kr = \frac{4607}{8475} \times 100\%$$

$$Kr = 54,35\%$$

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh perhitungan konsentrasi rasio untuk pedagang luar kecamatan gunungsari adalah sebesar 54,35%.

### Konsentrasi Rasio Produk Tape

#### 1. pedagang pengecer

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang di perdagangan}} \times 100\%$$

$$Kr = \frac{530}{1880} \times 100\%$$

$$Kr = 28,19\%$$

Pada Gambar 5. Dapat dilihat dari nilai konsentrasi rasio tersebut, 10 orang pedagang pengecer yang mengarah pada pasar oligopsoni dengan konsentrasi rendah (28,19%) Sehingga struktur pasar keripik termasuk pasar persaingan sempurna.

#### 2. pedagang Luar Kecamatan

$$Kr = \frac{\text{Volume beli}}{\text{Volume yang di perdagangan}} \times 100\%$$

$$Kr = \frac{800}{1880} \times 100\%$$

$$Kr = 42,55\%$$

Pada Gambar 5. Dapat dilihat dari nilai konsentrasi rasio tersebut, 10 orang pedagang pengecer yang mengarah pada pasar oligopsoni dengan konsentrasi rendah (42,55%) Sehingga struktur pasar keripik termasuk pasar persaingan sempurna.

### 2. Elastisitas Transmisi Harga

Elastisitas transmisi harga adalah rasio perubahan harga rata-rata di tingkat produsen dengan perubahan harga rata-rata ditingkat konsumen akhir.

Berdasarkan hasil analisis regresi model double logaritma didapatkan koefisien regresi sebesar 1,765 untuk produk tape dan sebesar 0,876 untuk produk keripik dengan nilai t tabel sebesar 2,109 Sehingga artinya H1 diterima dan Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan harga ditingkat konsumen tidak dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat produsen.

### 3. Analisis Tingkah Laku pasar

Untuk mengetahui tingkah laku pasar pada pemasaran keripik dan tape di kecamatan gunungsari dilakukan dengan analisis deskriptif yaitu dengan melihat pratek penentuan harga terbentuk dan ada tidaknya Kerjasama antar pedagang dalam pemasaran keripik dan tape baik berupa modal, transfortasi dan lainnya.

#### 4. Analisis Penampilan Pasar

Tabel 4. Margin pemasaran, share petani, distribusi keuntungan dan volume penjualan pada saluran pemasaran keripik dan tape di desa Gunungsari Tahun 2023

No	Uraian	Saluran pemasaran Keripik		Saluran pemasaran Tape	
		I	II	I	II
1	Margin pemasaran (Rp/bungkus)	100	150	0	500
2	Share produsen (%)	88	75%	100	84%
3	Distribusi keuntungan				
	a. Pedagang pengumpul	0,55			
	b. Pedagang pengecer	0,20		0,42	
4	Volume penjualan Pedagang pengepul (bungkus)		100%		
5	Volume penjualan Pedagang pengecer (bungkus)		95%		99%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

#### 1. Margin Pemasaran

Tabel 5. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Keripik Di Desa Gunungsari Kabupaten Lombok Barat Tahun 2023

Saluran	Harga Rata-rata (Rp/bungkus)		Margin Pemasaran
	Tingkat Produsen	Tingkat Konsumen	
I	750	850	100
II	850	1000	150
III	750	750	0

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Pada Tabel 5. di atas dapat diketahui bahwa dari ketiga saluran pemasaran keripik, saluran pemasaran III memiliki nilai margin terendah, yakni sebesar Rp. 0. Hal ini disebabkan produsen langsung menjual keripik ke konsumen akhir. Selanjutnya margin pemasaran pada saluran II dan III secara berturut-turut bernilai Rp. 100 dan Rp. 150. Sedangkan saluran pemasaran I memiliki nilai margin tertinggi, yakni sebesar Rp. 150.



Tabel 6. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Tape Di Desa Gunungsari Kabupaten Lombok Barat Tahun 2023

Saluran	Harga Rata-rata (Rp/bungkus)		Margin Pemasaran
	Tingkat Produsen	Tingkat Konsumen	
I	2.700	2.700	0
II	2.700	3.200	500

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Pada Tabel 6. di atas dapat diketahui bahwa dari ketiga saluran pemasaran keripik, saluran pemasaran I memiliki nilai margin terendah, yakni sebesar Rp. 0. Hal ini disebabkan produsen langsung menjual keripik ke konsumen akhir. Selanjutnya margin pemasaran pada saluran II bernilai Rp. 500.

## 2. Share Produsen

Tabel 7. Share Produsen Pada Saluran Pemasaran Keripik Dan Tape Di Kecamatan Gunungsari Tahun 2023

No.	Uraian	Saluran pemasaran keripik		Saluran pemasaran tape	
		I	II	I	II
1	Harga produsen	750	750	2.700	2.700
2	Harga akhir	850	1000	2.700	3.200
3	Share produsen	88%	75%	100%	84%

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 4.10. di atas menunjukkan share produsen Pada saluran pemasaran keripik memiliki share produsen sebesar 88% dan 75%, dan pada saluran pemasaran tape memiliki share produsen sebesar 100% dan 84%. Maka saluran pemasaran keripik dan tape tersebut lebih dari 60%, sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran keripik dan tape dapat dikatakan adil.

### 3. Distribusi Keuntungan

Tabel 8. Distribusi Keuntungan Antar Lembaga Pemasaran Pada Pemasaran Keripik Dan Tape Di Desa Gunungsari Kabupaten Lombok Barat tahun 2023

No	Uraian	$\pi/c$	DK
1	Saluran pemasaran pengumpul keripik		0,55
	- Terendah (Rp/bungkus)	0,10	
	- Tertinggi (Rp/bungkus)	0,18	
	Saluran pemasaran pengecer keripik		0,20
	- Terendah (Rp/bungkus)	0,03	
	- Tertinggi (Rp/bungkus)	0,15	
2	Saluran pemasaran tape		0,42
	- Terendah (Rp/bungkus)	0,08	
	- Tertinggi (Rp/bungkus)	0,19	

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan Tabel 8. di atas menunjukkan bahwa, pada saluran pemasaran keripik nilai distribusi keuntungannya pedagang pengumpul sebesar 0,55 dan pedagang pengecer sebesar 0,20, nilai tersebut mendekati satu yang artinya bahwa pembagian keuntungan Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran keripik dapat dikatakan adil. Pada saluran pemasaran tape nilai distribusi keuntungan pedagang pengecer sebesar 0,42, nilai tersebut mendekati satu yang artinya bahwa pembagian keuntungan di katakan adil.

### 4. Volume Penjualan

Tabel 9. Volume Penjualan Saluran Pemasaran Keripik Dan Tape Di Desa Gunungsari Kabupaten Lombok Barat Tahun 2023

No	Uraian	Volume pembelian (bungkus)	Volume penjualan (bungkus)	Persentase (%)
1	Produsen			
	a. Keripik	8.475	8.475	-
	b. Tape	1.880	1.880	-
2	Pedagang pengepul			
	Keripik	3.650	3.650	100
3	Pedagang pengecer			
	a. Keripik	230	218	95
	b. Tape	530	525	99

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 9. menunjukkan bahwa volume penjualan pada saluran pengepul keripik yaitu sebanyak 3.650 bungkus atau 100%, sedangkan volume penjualan pada saluran pemasaran keripik yaitu sebanyak 218 bungkus atau 95%, dan saluran pemasaran tape yaitu sebanyak 525 bungkus atau 99%, saluran tersebut melewati satu lembaga pemasaran yaitu dari produsen kepada pedagang pengecer dan langsung kepada konsumen.

## 5. Hambatan Dalam Pemasaran

### a. Hambatan produsen

Tabel 10. Hambatan produsen dalam pemasaran agroindustri ubi kayu di Kecamatan Gunungsari tahun 2023

No	Hambatan	Produsen Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Kurangnya informasi pasar	6	30
2	Tidak ada hambatan	14	70
Jumlah		20	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

### b. Hambatan Pedagang Perantara

Tabel 11. Hambatan Pedagang perantara dalam pemasaran agroindustri ubi kayu di Kecamatan Gunungsari tahun 2023

No	Hambatan	Produsen Responden	
		Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Kualitas kemasan yang rendah	18	60
2	Daya simpan produk yang rentan	10	33
3	Tidak ada hambatan	2	7
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2023

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta mengacu pada tujuan penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Struktur Pasar : (1) Pemasaran agroindustri ubi kayu pada tingkat pedagang pengumpul mengarah pada pasar oligopsony dengan tingkat konsentrasi rendah (konsentrasi rasio sebesar 43,06%) dan tingkat pedagang pengecer mengarah pada pasar oligopsoni rendah (konsentarsi rasio sebesar 2,57%) untuk produk keripik dan (konsentrasi rasio sebesar 28,19%) untuk produk tape.
2. Tingkah laku dalam pemasaran agroindustri ubi kayu terdapat 2 lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran agroindustri ubi kayu, yaitu Lembaga pemasaran keripik dan tape. Dalam pemasaran agroindustri ubi kayu ( keripik dan tape) terdapat differensiasi produk dan terdapat hambatan keluar masuk pasar.
3. Penampilan pasar keripik dan tape di Kecamatan Gunungsari dapat dikatakan adil dan efisien karena share produsen dari keripik dan tape lebih dari 60% dan nilai distribusi keuntungannya mendekati 1.

4. Hambatan dalam pemasaran agroindustri ubi kayu yang dihadapi oleh produsen adalah kurangnya informasi pasar, dan yang dialami oleh pedagang perantara adalah kualitas kemasan yang rendah dan daya simpan produk yang rentan.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti menyarankan :

1. Diharapkan produsen lebih kreatif dan teliti dalam pengemasan produk yang di jual untuk menghindari produk yang di kembalikan karena rusak.
2. Diharapkan kepada pedagang untuk memperbanyak kerjasama dengan pedagang-pedagang yang lain sehingga dapat memperlancar pemasaran keripik dan tape dan meningkatkan keuntungan.
3. Diharapkan kepada pemerintah untuk membeikan peluang kepada pengusaha dan lembaga pemasaran dalam memasarkan produknya hingga sampai ke luar daerah bahkan internasional.

### DAFTAR PUSTAKA

Azzaino, Z, 1981. *Pengantar Tata Niaga Pertanian*. IPB. Bogor.

Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara.2018. *Provinsi Sumatera Utara Dalam Angka 2018*. [Http://sumut.bps.go.id](http://sumut.bps.go.id)

Dinas Pertanian kabupaten Lombok Barat.2022.

Rachmayanti.2021.<https://www.idxchannel.com/economics/tingkat-konsumsi-buahnasional-di-bawah-standar-ternyata-ini-penyebabnya>. [30Oktober 2022]

Tajidan dan Amry, 1996. Studi Agribisnis Gula Aren di Lombok Barat. Kerjasama Proyek Pembinaan Kelembagaan Penelitian dan pengembangan pertanian (P2KP3) dengan Lembaga Penelitian *Universitas Mataram, Laporan Penelitian*. Mataram.

Yogi Hernanda,2018. Analisis rantai nilai dan nilai tambah agroindustri berbahan baku ubi kayu. Kabupaten Lombok Barat.