

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ubi kayu merupakan sumber bahan pangan sebagai makanan pokok masyarakat Maluku utara selain nasi dan jagung, pada jaman dahulu sehingga ubi kayu merupakan sumber atau makanan pangan utama bagi masyarakat. Untuk Mengolah ubi kayu mnejadi berbagai bahan makanan khas yaitu: ubi rebus, ubi goreng, geplek, tape, kolak, dan sagu lempeng, dan lain-lain. Sagu lempeng merupakan makanan khas Maluku Utara yang sudah sejak lama dikenal memiliki satu rasa (tawar), teksturnya keras, berwarna warna putih agak kekuningan, bentuk dan ukurannya besar persegi panjang. (Gurajati, Damodar,2003)

Ubi kayu (*Manihot esculenta*) merupakan sumber pangan penting bagi masyarakat Maluku Utara setelah beras. Luas panen ubi kayu di Maluku Utara mencapai 21,5% dari luas panen tanaman pangan (BPS 2017). Produktivitas ubi kayu lokal di lahan kering Maluku Utara mencapai 12,21 t/ha (BPS 2017).

Kecamatan Kayoa selatan merupakan salah satu desa yang terletak di propinsi Maluku Utara yang banyak ubi kayu yang mampu memproduksi dan mengelolah ubi kayu menjadi sagu lempeng. Produksi sagu lempeng sesuai dengan banyaknya jumlah permintaan pasar yang ada di kayoa selatan memproduksi sagu lempeng berbahan dasar ubi kayu yang mampu memberikan permintaan pasar. Kayoa selatan juga merupakan wilayah yang cukup baik

untuk mengembangkan komoditi ubi kayu serta memiliki banyak bahan-bahan utama untuk pengolahan pangan ubi kayu sebagai salah satu upaya petani ubi kayu. (Kecamatan Kayoa selatan 2009)

Produksi ubi kayu yang dijadikan sagu lempeng menjadi salah satu usaha oleh masyarakat di Desa Sagawele, Lalin, Posi-posi Kecamatan Kayoa selatan Kabupaten Halmahera Selatan, pada awalnya hanya untuk kebutuhan keluarga akan tetapi dilihat dari harga jualnya sangat menguntungkan dan dapat memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari sehingga usahatani produksi ubi kayu dapat dikembangkan untuk menunjang kesejahteraan masyarakat tersebut. ( Kecamatan Kayoa Selatan 2007)

Saluran pemasaran sagu lempeng yang ada di Kecamatan Kayoa Selatan yaitu mulai dari produsen ke pedagang pengumpul atau ke pedagang pengecer hingga sampai ke konsumen akhir, dan adapun biaya-biaya pemasaran pada produsen pedagang pengumpul, pedagang pengecer tingkat provinsi maupun tingkat desa hingga sampai ke konsumen akhir sehingga komoditas ubi kayu dapat bergerak dari pihak produsen ke konsumen.

Jenis saluran pemasaran yang di pakai yaitu, sebagai berikut:

1. Produsen → Pedagang pengumpul → Pedagang pengecer →  
Konsumen akhir
2. Produsen → Pedagang pengecer → Konsumen
3. Produsen → Konsumen akhir

Saluran pemasaran yang di lalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung pada beberapa faktor antara lain : pertama, jarak antara produsen dan konsumen. Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran pemasaran yang di tempuh oleh produk; kedua, cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera di terima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat; ketiga, skala produksi, bila produksi berlangsung dengan ukuran-ukuran kecil, maka jumlah yang di hasilkan berukuran kecil pula, hal ini akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual kepasar; keempat, posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran (Rahim,dk 2008).

pemasaran bukan hanya kegiatan menjual barang yang menjual hasil usaha pemasaran merupakan salah satu bagian dari marketing mix, karna perusahaan tidak hanya menghasilkan barang dan jasa tetapi mencari jalan keluar untuk menyalurkan hasil produknya agar dapat sampai ke tangan konsumen pada waktunya (Restu dan Dei, 2007).

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa, dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga-lembaga tataniaga dalam menyanpaikan komoditi pertanian dari produsen berhubungan satu dengan yang lain yang membentuk jaringan tataniaga. Arus tataniaga ini beragam sekali, misanya produsen

berhubungan langsung dengan tengkulak atau pedangang pengumpul (Sudiyono,2004).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran sagu lempeng Di Kecamatan Kayoa Selatan.?
2. Berapa besar marjin pemasaran Di Kecamatan Kayoa Selatan.?
3. Berapa Farmer share Sagu Lempeng Di Kecamatan Kayoa Selatan.?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk Memahami saluran pemasaran sagu lempeng di Desa Sagawele Kecamatan Kayoa Selatan.
2. Untuk Memahami Berapa besar marjin pemasaran Sagu Lempeng Di Kcamatan Kayoa Selatan
3. Untuk Memahami berapa Farmer share Sagu Lempeng Di Kecamatan Kayoa Selatan.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang ingin mengetahui pola saluran distribusi usaha sagu lempeng di kecamatan kayoa selatan
2. Sebagai informasi bagi pihak-pihak yang melakukan distribusi sagu lempeng.
3. Sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian, khususnya yang berkaitan dengan sagu.
4. Sebagai pengembangan diri bagi peneliti dan menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi untuk mendapat gelar sarjana pertanian pada progeam studi Agribisnis Universitas Khairun.