

II. KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Konsepsi Singkong (*Manihot Esculenta*)

Tanaman Singkong merupakan tanaman perdu. Singkong berasal dari Benua Amerika. Penyebarannya hampir ke seluruh dunia antara lain, Afrika, India, dan Tiongkok. Tanaman ini masuk ke Indonesia pada tahun 1852. Tanaman singkong dapat dilakukan dengan cara generatif (biji) dan vegetatif (stek batang) (Panasea, 2021). Singkong atau *cassava* sudah lama dikenal dan ditanam oleh penduduk dunia. Singkong mempunyai banyak nama daerah diantaranya adalah ketela pohon, ubi inggris, telo tepung, kasape, bodin, telo jenderal (Jawa), dan ubi prancis (padang) (Thamrin *et al.*, 2013). Dalam sistematika (taksonomi) tumbuhan, kedudukan tanaman singkong diklasifikasi sebagai berikut :

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Spermatophyta*
Subdivisi : *Angiospermae*
Kelas : *Dicotyledoneae*
Ordu : *Euphorbiales*
Famili : *Euphorbiaceae*
Species : *Manihot Esculenta Grantz Sin. Utilissima Phol*

Para petani biasanya menanam tanaman singkong dari golongan singkong yang tidak beracun untuk mencukupi kebutuhan pangan. Sedangkan untuk keperluan industri atau bahan dasar untuk industri biasanya dipilih golongan umbi yang beracun. Karena golongan ini mempunyai kadar pati yang lebih tinggi dan umbinya lebih besar serta tahan terhadap kerusakan seperti perubahan warna (Asmal, 2020).

Menurut Apriyanto, (2022) Singkong mempunyai banyak sekali manfaat, baik untuk makanan maupun non makanan, adapun untuk makanan singkong dapat di olah sebagai berikut :

- a. Gaplek
- b. Tepung tapioka
- c. Gula cair/ Gula rendah kalori

Sedangkan untuk non makanan, singkong dapat juga digunakan untuk berbagai macam produk, sebagai produk turunannya. Produk tersebut sebagai berikut :

- a. Bio Etanol
- b. Lem
- c. Pewarna Tekstil

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Singkong

a. Permintaan

Harga jual singkong dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi biaya produksi, kualitas

singkong, volume hasil panen, serta jarak ke pasar yang mempengaruhi efisiensi distribusi. Sementara itu, faktor eksternal mencakup permintaan pasar, jumlah perantara dalam rantai distribusi, kebijakan pemerintah, kondisi cuaca, serta persaingan dengan komoditas substitusi. Diantara faktor-faktor tersebut, permintaan pasar menjadi salah satu yang paling menentukan. Permintaan adalah keinginan dan kemampuan konsumen atau industri untuk membeli singkong pada tingkat harga tertentu. Apabila permintaan meningkat sementara pasokan tetap, maka harga cenderung naik. Sebaliknya, jika permintaan menurun, harga bisa jatuh. Permintaan singkong biasanya berasal dari pabrik tapioka, industri bioetanol, produsen makanan ringan, dan pasar rumah tangga. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat permintaan ini antara lain perkembangan industri pengguna akhir, harga komoditas pengganti seperti jagung, perubahan tren konsumsi masyarakat, aktivitas ekspor, serta stabilitas logistik dan distribusi. Dengan demikian, fluktuasi harga singkong di Kecamatan Martapura sangat erat kaitannya dengan dinamika permintaan pasar baik lokal maupun nasional (Dahlioni, 2020).

b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi harga jual singkong. Kualitas singkong ditentukan oleh beberapa aspek, seperti ukuran umbi, umur panen, kadar pati, kesegaran, dan tingkat kerusakan fisik. Singkong yang dipanen pada umur optimal umumnya memiliki kadar pati yang tinggi, tekstur umbi yang baik, dan tidak mudah rusak saat pengangkutan, sehingga lebih diminati oleh industri pengolahan seperti pabrik tapioka atau bioetanol. Selain itu, singkong yang bersih, bebas dari hama, dan tidak mengalami pembusukan akan

memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Dalam praktiknya, petani yang mampu menjaga kualitas hasil panen melalui teknik budidaya yang baik, pemanenan yang tepat waktu, dan penanganan pascapanen yang benar cenderung mendapatkan harga jual yang lebih tinggi dibandingkan petani yang menghasilkan singkong berkualitas rendah. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi indikator penting dalam membentuk daya saing dan menentukan harga singkong di pasar (Wahyurini & Sugandi, 2021).

Menurut Indariawati, *et al* (2011), Adapun komponen-komponen mutu yang telah diidentifikasi dalam singkong segar dan singkong kering. Komponen mutu singkong segar meliputi kadar air, kotoran atau pupuk, bentuk dan ukuran umbi serta ketebalan kulit singkong. Cara penilaian mutu saat ini, penilaian tentang singkong dibawah pengawasan Departemen Industri untuk konsumsi dalam negeri dan Departemen Perdagangan untuk memenuhi ekspor. Departemen Industri mempunyai ketetapan standar untuk kualitas umbi singkong, seperti dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Spesifikasi mutu singkong dari Kementerian Perindustrian RI

| No | Komponen | Kriteria |
|----|---------------|--|
| 1 | Kadar Air | Maksimal 70% |
| 2 | Kotoran/Pupuk | Maksimal 2% |
| 3 | Ukuran Umbi | Seragam, utuh, tidak bercabang, panjang minimal 20 cm, diameter 4–8 cm |

Sumber : Badan Standarisasi Nasional Indonesia, 2022

c. Cuaca

Menurut Hanafie (2010), Cuaca adalah kondisi atmosfer yang terjadi dalam jangka waktu pendek pada suatu wilayah, mencakup unsur-unsur seperti suhu, curah hujan, kelembapan, dan kecepatan angin. Dalam konteks pertanian,

khususnya pada budidaya singkong, cuaca memainkan peran yang sangat penting karena secara langsung memengaruhi produktivitas dan kualitas hasil panen. Cuaca yang ideal, seperti musim kemarau yang tidak terlalu ekstrem, cenderung mendukung pertumbuhan tanaman singkong karena mengurangi risiko busuk pada umbi dan mempermudah proses panen. Sebaliknya, curah hujan yang tinggi pada musim hujan dapat menyebabkan genangan air dan serangan penyakit, sehingga menurunkan kualitas dan kuantitas singkong. Akibatnya, pasokan singkong di pasar menurun dan harga jual pun bisa naik. Oleh karena itu, perubahan cuaca dari musim ke musim menjadi salah satu determinan penting dalam fluktuasi harga singkong di tingkat petani maupun pasar.

Menurut Astuti, (2013) curah hujan yang sesuai untuk ketela pohon/singkong antara 1.500-2500 mm/tahun sedangkan untuk sinar matahari yang dibutuhkan bagi tanaman singkong sekitar 10 jam/hari yang bertujuan untuk kesuburan daun dan perkembangan umbinya.

d. Biaya Produksi

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi harga jual singkong adalah biaya produksi. Biaya produksi mencakup seluruh pengeluaran yang dikeluarkan oleh petani mulai dari proses pengolahan lahan, pembelian bibit, pemupukan, penyiraman, hingga panen. Ketika biaya produksi mengalami kenaikan “misalnya karena harga pupuk yang naik atau upah tenaga kerja yang meningkat” maka secara logika, petani akan menaikkan harga jual singkong untuk menutupi biaya tersebut dan memperoleh keuntungan yang layak. Sebaliknya, jika biaya produksi dapat ditekan melalui penggunaan teknologi pertanian yang efisien atau dukungan subsidi

dari pemerintah, maka harga jual singkong dapat lebih kompetitif. Oleh karena itu, biaya produksi tidak hanya menentukan besarnya keuntungan yang diperoleh petani, tetapi juga menjadi komponen strategis dalam pembentukan harga di tingkat pasar. Dalam konteks ini, efisiensi biaya produksi menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing singkong lokal di pasaran (Amrin,*et al.*, 2024).

e. Pilihan Saluran Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2016), saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Dalam konteks pertanian, saluran pemasaran menghubungkan petani sebagai produsen utama dengan konsumen akhir atau industri pengolahan.

Menurut Ariyani dan Mulyani (2022), saluran pemasaran yang efektif tidak hanya mempercepat distribusi hasil pertanian, tetapi juga menentukan bagian keuntungan yang diterima oleh petani. Saluran pemasaran yang panjang dengan banyak perantara cenderung menurunkan bagian keuntungan yang diterima petani, sedangkan saluran langsung memungkinkan petani memperoleh nilai tambah yang lebih tinggi.

3. Konsepsi Pemasaran

Menurut Masnah, *et al.* (2016), pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, distribusi suatu ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Kegiatan pemasaran produk pertanian mencakup banyak hal, tetapi

umumnya terdiri dari pengumpulan informasi, pengangkutan, pengumpulan dan penyimpanan, penjualan serta promosi produk agribisnis pertanian.

Menurut Putritamara, *et al.* (2016), tataniaga atau pemasaran adalah kegiatan menyalurkan produk-produk pertanian dan sarana produksi pertanian dari titik produksi sampai ke titik konsumsi disertai penciptaan kegunaan waktu, tempat, bentuk dan pengalihan hak milik oleh lembaga-lembaga tataniaga dengan melakukan satu atau lebih dari fungsi tataniaga.

Tujuan dari sistem pemasaran di negara berkembang antara lain (Putritamara, *et al.*, 2016) :

- a. Efisiensi yang lebih tinggi dari penggunaan sumber
- b. Harga ditingkat konsumen yang lebih rendah dan pembagian margin yang adil kepada produsen dengan bertambahnya jasa pemasaran yang dinikmati mereka
- c. Meningkatkan intensitas persaingan sampai memberikan konsekuensi yang diinginkan
- d. Mendidik konsumen dalam harga dan kualitas
- e. Meminimalisasi produksi yang hilang
- f. Pembangunan dan pertumbuhan sektor jasa pemasaran
- g. Meningkatkan penerapan tenaga kerja
- h. Pemasaran adalah suatu proses sosial didalamnya individu atau kelompok.

B. Penelitian Terdahulu

Tambunan *et al.* (2023), meneliti tentang Analisis Respon Penawaran, Permintaan dan Harga Singkong di Provinsi Lampung. Hasil penelitian yang didapatkan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi respon penawaran singkong

secara signifikan di Provinsi Lampung adalah variabel luas area panen dan produktivitas singkong, faktor-faktor yang mempengaruhi respon permintaan singkong secara signifikan untuk industri gapek adalah variabel pertumbuhan harga singkong tingkat industri gapek, variabel tingkat suku bunga pinjaman, dan jumlah permintaan singkong untuk industri gapek pada tahun sebelumnya. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi respon permintaan singkong secara signifikan untuk industri tapioka adalah variabel rasio harga tapioka tingkat industri tapioka, upah buruh pabrik, harga dasar solar, teknologi, tingkat suku bunga pinjaman, dan jumlah permintaan singkong tingkat industri tapioka tahun sebelumnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi respon harga singkong tingkat petani adalah jumlah penawaran dan permintaan singkong.

Rohayani *et al.* (2021), meneliti tentang Analisis Harga Pokok Penjualan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Usahatani Singkong di Kabupaten Lampung Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok penjualan dengan margin keuntungan 13 persen adalah Rp1.145,81 di Kecamatan Terusan Nunyai dan Rp1.032,59 di Kecamatan Bandar Mataram. Harga rata-rata yang diterima petani masing-masing adalah Rp1.456,57 dan Rp1.570,65 artinya petani memperoleh keuntungan dari efisiensi teknis usahatani singkong. Terdapat perbedaan yang signifikan antara harga pokok penjualan singkong di daerah dekat pabrik dengan daerah yang lebih jauh. Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi singkong adalah benih, pupuk urea, dan lokasi.

Kristian (2015), meneliti tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi, Konsumsi, dan Harga Singkong Indonesia. Harga singkong di pengaruhi

secara signifikan oleh variabel luas panen singkong, konsumsi singkong dan panjang jalan beraspal. Berdasarkan proyeksi, produksi singkong akan mengalami peningkatan jika harga singkong, produktivitas lahan singkong maupun luas panennya ditingkatkan. Konsumsi singkong Indonesia diproyeksikan akan mengalami penurunan jika secara bersamaan ada peningkatan harga singkong, peningkatan pendapatan perkapita dan adanya peningkatan jumlah penduduk Indonesia. Harga singkong diproyeksikan akan mengalami peningkatan jika konsumsi singkong mengalami penurunan dibarengi dengan penurunan luas lahan areal panen singkong.

Nirwana *et al.* (2018), meneliti tentang Analisis Marjin Pemasaran Singkong (*Manihot utilissima*). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : 1. Terdapat satu saluran pemasaran singkong dari petani produsen yang ada di Margajaya sampai ke konsumen yaitu: Petani-Pedagang Pengumpul-Konsumen Industri. 2. Besarnya marjin pemasaran pada pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 300,-per kilogram. Biaya pemasaran pada pedagang pengumpul sebesar Rp. 174,99 per kilogram. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 125,01 per kilogram. 3. Bagian harga yang diterima petani atau *farmer's share* adalah sebesar 75 % dari harga jual singkong yang dijual petani sebesar Rp. 900,- per kilogram dan harga jual pedagang Pengumpul Rp. 1.200,-per kilogram.

Kusmaria *et al.* (2016), menganalisis tentang Analisis penentuan rafaksi dan pengaruhnya terhadap pilihan saluran pemasaran petani singkong di Kabupaten Lampung Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut persepsi petani, penentuan rafaksi (potongan) singkong ditentukan melalui beberapa kriteria seperti

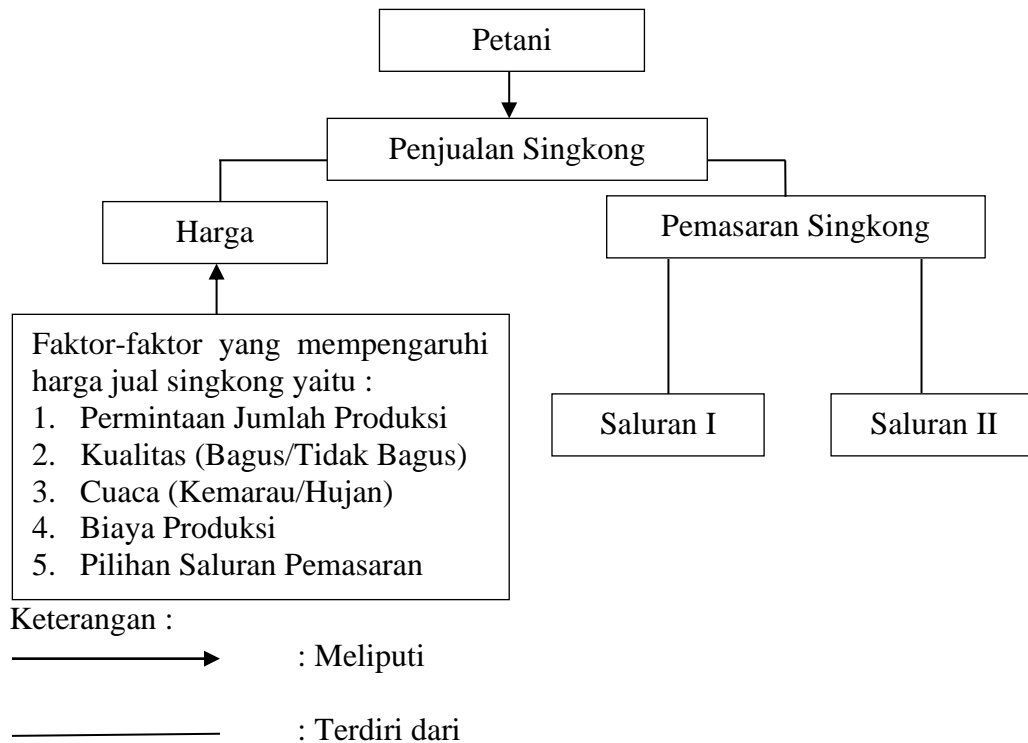
usia panen, varietas, kadar aci dan banyaknya kotoran namun tidak diperoleh alat ukur untuk memastikan kriteria tersebut dan hanya menggunakan pengamatan secara visual. Analisis korelasi menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang nyata antara usia panen dan varietas singkong dengan refaksi (potongan) singkong yang diterima petani. Analisis regresi logistik biner menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang nyata antara rafaksi (potongan) dengan pilihan saluran pemasaran petani singkong.

Saputra (2021), menganalisis tentang Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Usahatani Singkong di Kelurahan Balai Raja Kecamatan Pinggir Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdapat hanya 1 saluran pemasaran. Yaitu: Petani - Pedagang - Pabrik Tapioka. Biaya pemasaran Rp.155/Kg, Marjin pemasaran Rp.200/Kg, Keuntungan Pemasaran Rp. 45/Kg, *Farmer's share* 75%. Efisiensi Pemasaran 19,37%.

Anggraesi *et al* (2020), menganalisis Pendapatan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Singkong Manis Dan Singkong Pahit Di Kecamatan Seputih Banyak Kabupaten Lampung Tengah. Dari hasil penelitian ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : faktor-faktor yang mempengaruhi produksi singkong pahit adalah pupuk NPK, pupuk urea, pupuk SP-36, dan umur panen merupakan faktor-faktor yang berpengaruh nyata singkong manis luas lahan dan pupuk NPK. Kontribusi pendapatan usahatani singkong industri terhadap pendapatan rumah tangga sebesar 75,01%, sedangkan pendapatan singkong manis hanya sebesar 6,95% dari total pendapatan rumah tangga. Terdapat perbedaan yang

signifikan antara pendapatan usahatani singkong manis dengan usahatani singkong pahit.

C. Model Pendekatan



Gambar 1. Model Diagramatik Analisis Saluran Pemasaran dan Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Singkong di Kecamatan Martapura Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur

D. Batasan Operasional

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah petani singkong yang ada di Kecamatan Martapura, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.
2. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan singkong dari petani kemudian menjualnya ke konsumen industri (pabrik).
3. Harga jual singkong adalah yang berlaku pada saat penelitian (Rp/Kg).

4. Permintaan adalah sejumlah singkong yang dibutuhkan oleh industri(Ton/Bln).
5. Kualitas diukur berdasarkan kondisi fisik dan mutu umbi, yang berdampak langsung pada harga jual (1 = bagus, 0 = tidak bagus).
6. Cuaca digambarkan dalam bentuk musim kemarau dan musim hujan, yang memengaruhi hasil panen dan ketersediaan singkong di pasar (1 = kemarau, 0 = hujan).
7. Biaya Produksi mencakup seluruh pengeluaran petani dalam proses budidaya singkong, yang turut menentukan harga jual yang diharapkan (Rp/Kg).
8. Saluran Pemasaran merujuk pada jenis pilihan saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani dalam menjual singkong yang berpengaruh pada efisiensi dan pembentukan harga (I = saluran I, 0 = saluran II).

E. Hipotesis

Diduga permintaan jumlah produksi, kualitas singkong, kondisi cuaca, biaya produksi, dan pilihan saluran pemasaran berpengaruh terhadap harga jual singkong di Kecamatan Martapura, Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur