

FUNGSI-FUNGSI TATANIAGA KOMODITAS UBI KAYU DI KOTA MANOKWARI

Cicilia M.A. Pandiangan¹⁾ Yustina L.D. Wambrau²⁾ Darmawanto Uria³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Papua

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Papua

³⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Papua

Jl. Gunung Salju Amban, Papua Barat
Alamat Email: darmawanto.agb@gmail.com

ABSTRACT

Marketing Finction is defined as service or activities and actions in distribution processes of goods from producers to consumers. The objective of this research is to know the functions that done by cassava sellers in Manokwari. The method of this reserach is description with describing situation and condition of cassava seller in some markets there are Wosi, Sanggeng and Borobudur. The result shows that all of respondents are farmers that sell their own products and majority of farmers doing six functions (selling, transportating,grading and standaritation, packaging, risk managing and costing). On the other hand, there are three functions that not conducted by sellers are Buying, Saving, and proccesing and market information system.

Keywords: cassava, Marketing, distribution, transportating and grading

ABSTRAK

Fungsi tataniaga adalah semua jasa atau kegiatan dan tindakan yang diberikan dalam proses pengaliran barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja fungsi tataniaga yang dilakukan penjual ubi kayu di Kota Manokwari. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu menggambarkan situasi atau keadaan pedagang ubi kayu di Pasar Wosi, Sanggeng dan Borobudur. Berdasarkan hasil penelitian petani pedang di pasar sanggeng, pasar borobudur, dan pasar wosi melakukan paling sedikit enam fungsi yaitu fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi, fungsi pembungkusan, fungsi penanggungan resiko dan fungsi pembiayaan. Sedangkan fungsi yang tidak dilakukan adalah fungsi pembelian, penyimpanan, pengolahan hasil dan fungsi informasi pasar.

Kata Kunci : ubi kayu, pemasaran, distribusi, transportasi dan *grading*

PENDAHULUAN

Pertanian adalah kegiatan pemanfaatan sumberdaya hayati yang dilakukan manusia untuk menghasilkan bahan pangan, bahan baku industri, atau sumber energi serta untuk mengelola lingkungan hidupnya. Salah satu komoditas pertanian adalah pangan karena menempati posisi yang penting sebagai produk pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan.

Produk pangan yang sering dijadikan sumber pendapatan petani salah satunya adalah ubi kayu. Ubi kayu dengan nama latin *Manihot esculenta* merupakan tumbuhan jenis umbi akar atau akar pohon yang panjang fisik rata-rata bergaris tengah 2-3 cm dan panjang 50-80 cm, tergantung dari jenis singkong yang ditanam. Daging umbinya berwarna putih atau kekuning-kuningan. Ubi kayu atau Singkong, merupakan pohon tahunan tropika dan subtropika dari keluarga *Euphorbiaceae*. Umbinya dikenal luas sebagai makanan pokok penghasil karbohidrat dan daunnya sebagai sayuran. Sebagian besar masyarakat mengkonsumsi singkong sebagai makanan pokok yang kaya dengan karbohidrat dan Kalori, Ubi Kayu juga memiliki beberapa manfaat bagi orang yang mengkonsumsinya baik untuk pencegahan dan pengobatan suatu penyakit maupun dalam hal kecantikan.

Produksi ubi kayu di Manokwari dari tahun ke tahun semakin berkurang, pada tahun 2010 produksi ubi kayu sebesar 9,451 ton kemudian pada tahun 2011 mengalami penurunan menjadi 3,879 ton dan terus mengalami penurunan produksi hingga pada tahun 2014 produksi ubi kayu sebesar 1,592 ton (BPS, 2014)

Aspek tataniaga memang disadari sebagai aspek yang sangat penting. Bila mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Oleh karena itu, peranan lembaga tataniaga yang terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, eksportir, importir, menjadi amat penting (Soekartawi, 1991). Dalam penjualan ubi kayu sangat perlu diterapkan fungsi-fungsi tataniaga sehingga saluran tataniaga dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Fungsi-fungsi tataniaga meliputi fungsi pertukaran dalam fungsi pertukaran meliputi penjualan dan pembelian, fungsi fisik dalam fungsi fisik meliputi penyimpanan, transportasi, dan proses, fungsi fasilitas yang meliputi grading/standarisasi, pembiayaan, informasi pasar dan penanggulangan resiko.

Rumusan Masalah

Fungsi tataniaga ubi kayu di manokwari belum terjalan dengan baik, dalam penerapan fungsi tataniaga masih banyak yang tidak terlaksanakan dengan baik seperti transportasi, informasi pasar dan peyimpanan. Petani ubi kayu sering kendala dalam transoportasi dikarenakan keadaan jalan yang belum baik sehingga meningkatkan harga/biaya sedangkan harga jual ubi kayu tidak begitu mahal. Disisi lain petani juga masih sangat kekurangan informasi pasar sehingga petani masih sering merugi, sementara ubi kayu harus dipasok setiap minggunya.

Berdasarkan survey awal, petani ubi kayu langsung menjual hasil panen ke pasar wosi, pasar sanggeng, dan pasar borobudur. Petani ubi kayu yang berjualan di pasar wosi berasal dari daerah sowi gunung dan lembah hijau, petani yang berjualan di pasar sanggeng berasal dari daerah pantura dan susweni sedangkan petani yang berjualan di pasar borobudur berasal dari daerah sowi dan susweni. Namun sampai saat ini belum ada informasi mengenai fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pedagang ubi kayu oleh sebab itu perlu ada peneliti mengenai fungsi-fungsi tataniaga penjualan ubi kayu di Kota Manokwari.

Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan penjual ubi kayu di Kota Manokwari.

Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini hanya meneliti tentang fungsi-fungsi tataniaga penjual/pedagang ubi kayu di Kota Manokwari (Pasar Wosi, Pasar Sanggeng dan Pasar Borobudur).

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilakukan di Pasar Wosi, Pasar Sanggeng dan Pasar Borobudur selama kurang lebih tiga minggu mulai dari tanggal 10 Juli sampai dengan 1 Agustus.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu menggambarkan situasi atau keadaan berdasarkan data-data faktual dengan teknik wawancara dan pengamatan langsung.

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah penjual ubi kayu di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi (Pasar Sentral).

Metode Penentuan Sampel

Metode Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara sensus bagi seluruh pedagang ubi kayu yang berjualan di Pasar Wosi, Pasar Sanggeng dan Pasar Borobudur.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan petani sampel melalui kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu. Sedangkan data sekunder diperoleh dari melalui pustaka, internet, lembaga atau dinas terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif menggambarkan situasi atau keadaan berdasarkan data-data factual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas responden yang diamati dalam penelitian ini terdiri dari umur, suku, pendidikan, tahun mulai bertani, status lahan dan status pedagang.

Umur

Umur adalah salah satu faktor penting dikarenakan umur merupakan ukuran tingkat kemampuan petani dalam mengelolah dan mengembangkan dagangannya. Sebaran responden menurut umur di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa semua responden berada pada usia produktif. Hal ini menggambarkan bahwa responden di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi memiliki potensi besar dalam pengembangan fungsi tataniaga penjualan ubi kayu kedepan.

Tabel 1 Sebaran Responden Menurut Umur di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020

No	Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Nisbah (%)
1	<15	0	0
2	15-55	30	100
3	>55	0	0
<i>Total</i>		<i>30</i>	<i>100</i>

Sumber : Data Primer 2020

Suku

Suku adalah unit tertinggi dari satu atau lebih marga. Berdasarkan penelitian di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur, dan Pasar Wosi diperoleh bahwa responden berasal dari suku Biak, Arfak dan Serui.

Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat mempengaruhi keterampilan maupun pola pikir seseorang dalam mengelola jualannya. Dalam penelitian ini, pendidikan yang diambil adalah pendidikan formal yang ditempuh oleh responden. Sebaran responden menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Sebaran Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Nisbah (%)
1	Tidak Sekolah	3	10
2	Sekolah Dasar	13	43,3
3	Sekolah Menengah Pertama	7	23,3
4	Sekolah Menengah Atas	6	20
5	Sarjana	1	3,33
<i>Total</i>		<i>30</i>	<i>100</i>

Sumber : data Primer 2020

Tabel 2 menunjukkan rata-rata presentase tingkat pendidikan responden di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi berada pada tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) yaitu sebesar 43,3 persen. Rendahnya tingkat pendidikan disebabkan oleh rendahnya fasilitas pendidikan pada saat responden berusia sekolah dan juga alasan ekonomi

Tahun Mulai Bertani

Tahun mulai bertani adalah awal mulai petani melakukan kegiatan pertanian. Berdasarkan hasil penelitian responden yang berjualan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi telah mengusahakan ubi kayu bertani sejak kecil dan sebagian besar bertani ubi kayu merupakan cara hidup. Hal ini berarti keahlian bertani ubi kayu diperoleh dari pengalaman sejak masa diturunkan dari orang tua.

Status Lahan

Lahan merupakan salah satu faktor produksi utama dalam aktifitas pertanian. Status lahan merupakan daya dukung terhadap kehidupan dan kesejahteraan hidup manusia. Berdasarkan penelitian di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi bahwa seluruh responden memiliki lahan sendiri. Hal ini akan sangat mendukung para pengusaha ubi kayu untuk mengembangkan usahanya kedepan.

Status Pedagang

Responden di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi merupakan petani pedagang. Yaitu pedagang yang membudidayakan ubi kayu sendiri langsung menjual ke pasar.

Fungsi-Fungsi Tataniaga

Dalam proses penjualan terdapat fungsi-fungsi yang dilaksanakan oleh pihak produsen dan lembaga pemasaran. Fungsi-fungsi tataniaga merupakan unsur penting di dalam proses penjualan ubi kayu terutama dalam hal kelancaran arus barang dari produsen ke konsumen dan juga merupakan salah satu variable penentu dalam efisiensi tataniaga. Secara umum gambaran mengenai fungsi-fungsi tataniaga suatu usaha yang dilakukan oleh petani pedang ubi kayu di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Fungsi Fungsi Tataniaga Yang Dilakukan Oleh Petani Pedagang

No	Fungsi Fungsi Tataniaga	Petani Pedagang
1	Penjualan	√
2	Pembelian (Hanya Pedang)	-
3	Penyimpanan	-
4	Pengangkutan	√
5	Standarisasi dan Grading	√
6	Pembungkusan/Pengemasan	√
7	Pengolahan	-
8	Penanggungan Resiko	√
9	Pembiayaan/Permodalan	√
10	Informasi Pasar	-

Sumber : Data Primer 2020

Ket : √ = Melakukan fungsi tersebut

- = Tidak melakukan fungsi

Dari data-data dalam Tabel 3 dapat diketahui bahwa setiap petani pedagang melakukan fungsi tataniaga paling sedikit 6 fungsi. Fungsi tataniaga adalah semua jasa-jasa atau kegiatan dan tindakan-tindakan yang diberikan dalam proses pengaliran barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Fungsi-fungsi tersebut harus dilakukan dengan baik oleh produsen, perantara maupun oleh konsumen agar proses tataniaga dapat berjalan dengan baik.

Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan oleh petani pedagang antara lain :

Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan bertujuan untuk mencari pembeli dengan cara untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Kadang dalam penjualan baik harga maupun jumlah barang tidak menjadi masalah di pasar karena jenis dan kualitas barang itu sangat disukai atau dibutuhkan oleh konsumen. Berikut beberapa indicator penjualan :

Perencanaan

Perencanaan merupakan salah satu proses menentukan hal yang ingin dicapai. Sebaran responden Petani Pedagang menurut perencanaan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Sebaran Responden Menurut Perencanaan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Perencanaan	Responden	Percent (%)
1	30	100.00
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Ket 1 = Melakukan perencanaan

2 = Tidak melakukan perencanaan

Tabel 4 menunjukkan bahwa semua responden petani pedagang di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi melakukan perencanaan sebelum berdagang. Dalam melakukan perencanaan petani pedagang akan menentukan berapa banyak ubi yang akan dijual, kepada siapa dijual dan berapa harganya. Fungsi ini dilakukan 100% oleh petani pedagang karena jauhnya lokasi berbudidaya/tempat tinggal dan pasar sehingga perencanaan sudah pasti dilakukan.

Tempat Berjualan

Tempat benjualan menjadi salah satu sumber pendapatan yang di dapat oleh seseorang yang melakukan transaksi jual beli. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan tempat berjualan dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5 Sebaran Responden Menurut Tempat Berjualan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Lokasi Pasar	Responden	Percent (%)
Pasar Borobudur	7	23.33
Pasar Sanggeng	6	20.00
Pasar Wosi	14	46.67
Pasar Wosi Dan Rumah	3	10.00
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa rata-rata petani pedagang berjualan dipasar wosi (14 responden) dikarenakan bagi sebagian petani pedagang berpendapat bahwa di pasar wosi lebih banyak pembeli dibandingkan pasar sanggeng dan pasar Borobudur. Selain itu pasar wosi merupakan pasar central di Kabupaten manokwari sehingga sangat ramai dengan pembeli. Adapun petani pedagang yang menjual sebagian hasil panen ubi kayu pada pondok-pondok didepan rumah petani.

Jumlah Ubi Terjual

Jumlah terjual adalah berapa banyak ubi yang dijual oleh petani pedagang kepada konsumen dengan satuan tumpuk. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan jumlah terjual dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Sebaran Responden Menurut Jumlah Ubi Terjual di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Jumlah Terjual (Tumpuk)	Responden	Percent (%)
10	2	6.66
15	5	16.67
2	1	3.33
20	7	23,34
25	2	6.67
3	3	10.00
30	1	3.33
4	1	3.33
5	8	26.67
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa jumlah ubi terjual paling paling banyak di pasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi adalah sebanyak 30 tumpuk dan paling sedikit adalah 3 tumpuk. Hal ini disebabkan karena sebagian petani pedang datang kepasar lebih awal sehingga lebih banyak yang laku terjual dan adapun petani yang menjual sebagian hasil panen ubi di pondok-pondok depan rumah para petani sedangkan hasil panen ubi kayu petani pedagang yang laku terjual hanya sedikit dikarenakan petani pedagang datang ke pasar agak siang.

Harga Ubi Pertumpuk

Harga per tumpuk adalah harga jual satu tumpuk ubi yang telah ditentukan oleh petani pedagang berdasarkan ukuran ubi tersebut. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan harga pertumpuk dapat dilihat pada Tabel 7.

Tebel 7 menunjukkan bahwa sebagian besar reponden (24 responden) petani pedagang di pasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi menjual ubi dengan harga Rp. 30.000/tumpuk berdasarkan ukuran ubi yang telah dipilih. Di pasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi ubi yang dijual pertumpuk harganya sama dan ditentukan berdasarkan ukuran, semakin besar ukuran ubi maka harganya pun semakin mahal begitupun sebaliknya semakin kecil ukuran ubi maka harganya akan semakin murah.

Tabel 7 Sebaran Responden Menurut Harga Ubi Pertumpuk di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Harga (Rp)	Responden	Percent(%)
20.000	6	20.00
30.000	24	80.00
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Motivasi Berjualan

Motivasi berjualan adalah alasan petani pedagang untuk mencari nafkah dengan menjual atau berdagang. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan alasan berjualan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8 Sebaran Responden Menurut Motivasi Berjualan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Alasan Berjualan	Responden	Percent (%)
Biaya Sekolah Anak	5	16.67
Menambah Penghasilan	3	10.00
Memenuhi Kebutuhan Hidup	22	73.33
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa petani pedagang berjualan untuk memenuhi kebutuhan hidup (22 responden) dan sebagian responden berjualan untuk biaya sekolah dan menambah penghasilan. Petani pedagang yang pada umumnya pekerjaan utamanya adalah sebagai petani dan nelayan menambah penghasilan, memenuhi kebutuhan hidup dan biaya sekolah anak dengan cara berjualan agar setiap kebutuhan dapat terpenuhi.

Fungsi Pengangkutan

Fungsi pengangkutan adalah suatu fungsi yang meliputi kegiatan yang bertujuan untuk menggerakkan barang dari tempat produksi ke tempat di mana barang itu dibutuhkan. Pengangkutan merupakan faktor yang berpengaruh sekali dalam perkembangan pasar, karena ia menghubungkan sumber penawaran dan permintaan. Berikut beberapa indicator pengangkutan :

Pengangkutan dari kebun ke rumah

Pengangkutan yang dimaksud adalah bagaimana petani membawa ubi dari kebun kerumah. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan alat angkut dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9 Sebaran Responden Menurut Alat Angkut di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Alat Angkut	Responden	Percent (%)
Ojek	3	10.00
Gerobak	12	40.00
Motor	15	50,00
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa petani pedagang membawa ubi dari kebun kerumah dengan bantuan motor sebanyak 15 (lima belas) responden. Sebanyak 12 (dua belas) responden membawa ubi kerumah dengan gerobak, tiga responden membawa ubi hasil panen dengan menggunakan ojek. Petani pedagang yang membawa ubi hasil panen dengan menggunakan motor dan ojek dari kebun ke rumah dikarenakan jarak kebun kerumah petani jauh sehingga harus menggunakan kendaraan sedangkan petani pedagang yang membawa hasil panennya dari kebun ke rumah dengan menggunakan gerobak dan memikul dikarenakan jarak dari kebun ke rumah tidak jauh sehingga bias ditempuh dengan berjalan kaki.

Alat Pemasaran

Alat pemasaran adalah benda yang dipakai untuk membantu petani pedagang dalam memasarkan barang. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan alat pemasaran dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10 Sebaran Responden Menurut Alat Pemasaran di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Alat	Responden	Percent (%)
Karung Dan Kantong Plastik	14	46.66
Karung	16	53.33
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Tabel 10 menunjukkan bahwa petani pedagang dipasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi memasarkan ubi kayu dengan menggunakan karung dan katong plastik. Hal ini disebabkan karena sebagian besar petani pedagang menjual ubi kayu dilantai pasar dengan beralaskan karung.

Waktu Pengangkutan

Waktu pengangkutan adalah jam yang tepat menurut petani pedagang untuk mengangkat dan membawa ubi kepasar. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan waktu pengangkutan dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11 Sebaran Responden Menurut Waktu Pengangkutan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Waktu	Responden	Percent (%)
Pagi	20	66.67
Siang	3	10.00
Sore	7	23,33
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa petani pedagang di pasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi mengangkut barang pada waktu pagi hari (20 responden) petani pedagang membawa ubi kepasar pada pagi hari. Hal ini dilakukan karena lokasi rumah yang relatif jauh dan jika pagi hari akan bisa lebih panjang waktu berjualannya sehingga pada sore hari petani pedagang bisa kembali ke kampung.

Jumlah Sekali Pengangkutan

Jumlah sekali pengangkutan yang dimaksud adalah banyaknya ubi yang dibawa oleh petani pedagang kepasar dalam sekali berjualan. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan jumlah sekali pengangkutan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12 Sebaran Responden Menurut Jumlah Sekali Pengangkutan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Jumlah (Tumpuk)	Responden	Percent (%)
1-10	15	50.00
>10-20	11	36.67
>20	4	13.33
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Tabel 12 menunjukkan bahwa petani pedagang dipasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi dalam sekali pengangkutan paling banyak lebih dari 20 tumpuk (>20 tumpuk) dan paling sedikit 10 tumpuk. Hal ini disebabkan petani pedagang membawa ubi ke pasar di dalam karung noken yang hanya bisa memuat 5 sampai 7 tumpuk dan disesuaikan dengan jumlah karung noken yang dimiliki.

Tempat Tinggal Petani

Asal petani merupakan tempat tinggal atau asal kampung petani pedagang. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan asal petani dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13 Sebaran Responden Menurut Asal Petani di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Asal Petani	Responden	Percent (%)
Kodim	3	10.00
Mako Brimob	1	3.33
Pantura	4	13.33
Susweni	2	6.67
Soribo	1	3.33
Sowi	18	60.00
Sowi Gunung	1	3.33
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat bahwa petani pedagang yang berjualan ubi paling banyak berasal dari sowi dan pantura. Hal ini dikarenakan kondisi tanah di sowi dan pantura merupakan tanah yang subur dan tanah kering sehingga ubi bisa tumbuh dengan baik.

Biaya Sekali Pengangkutan

Biaya sekali pengangkutan adalah berapa banyak uang yang harus dikeluarkan untuk membayar ongkos pengangkutan ke tempat berjualan. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan biaya sekali pengangkutan dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14 Sebaran Responden Menurut Biaya Sekali Pengangkutan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Biaya (Rp)	Responden	Percent (%)
7.500	4	13.33
10.000	12	40.00
12.500	13	43.33
14.000	1	3.33
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Berdasarkan Tabel 14 dapat dilihat bahwa sebanyak tiga belas (13 responden) petani pedagang di pasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi mengeluarkan biaya paling besar adalah Rp. 12.500 hal ini disebabkan karena dalam sekali berjualan kepasar patani tidak hanya membawa ubi sehingga jumlah keseluruhan biaya sekali pengangkutan dibagi dengan berapa banyak komoditi yang di bawa kepasar. Besar kecilnya biaya yang dikeluarkan petani pedagang dalam sekali pengangkutan tergantung dari jarak tempat tinggal petani ke pasar tempat berjualan.

Fungsi Standarisasi dan Grading

Fungsi standarisasi dan grading adalah menentukan jenis/varietas dan kualitas yang akan dihasilkan dan diversifikasi produk sesuai kebutuhan konsumen. Petani pedagang dipasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi melakukan fungsi standarisasi dan grading dengan cara melakukan pengelompokan berdasarkan ukuran ubi. Ukuran ubi yang besar akan dipisahkan dengan ubi yang ukurannya kecil sementara untuk standarisasi tidak dilakukan sama sekali oleh petani pedagang.

Fungsi pembungkusan/Pengemasan

Fungsi pembungkusan adalah bertujuan untuk melindungi benda atau barang dari kerusakan, untuk memudahkan konsumen membawa barang tersebut. Sebaran responden petani pedagang berdasarkan fungsi pembungkusan/pengemasan dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15 Sebaran Responden Menurut Fungsi Pengemasan di Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi Tahun 2020.

Pengemasan	Responden	Percent (%)
Karung Dan Kantong Plastik	2	6.67
Karung	10	33.33
Karung Noken	18	60.00
Total	30	100.00

Sumber : Data Primer 2020

Tabel 15 menunjukkan bahwa petani pedagang dipasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi melakukan fungsi pengemasan dengan menggunakan karung noken (18 responden), sebanyak sepuluh responden melakukan fungsi pengemasan dengan menggunakan karung dan dua responden melakukan fungsi pengemasan dengan menggunakan kantong plastik dan juga dengan menggunakan karung. Hal ini disebabkan kebiasaan petani pedagang yang telah lama dilakukan mulai dari petani berjualan hingga saat ini.

Fungsi Penanggungan Resiko

Fungsi penanggungan resiko untuk mempelajari segala bentuk risiko yang terjadi dan akan terjadi dalam proses pemasaran, dan berusaha agar risiko yang tidak bisa dihindari dapat diminimumkan. Penyebab resiko yaitu adanya perubahan kondisi pasar, risiko karena kondisi alam, risiko karena unsur manusia. Petani pedagang yang berjualan dipasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi melakukan fungsi penanggungan resiko dengan cara setiap kerusakan yang terjadi akan ditanggung oleh petani. Kerusakan yang ditanggung petani antara lain adalah ubi yang hancur tertindis saat dibawa ke pasar, terpotong saat panen dan busuk.

Fungsi Pembiayaan/Permodalan

Fungsi pembiayaan bagi lembaga tataniaga yang belum mampu menyediakan atau mengusahakan sendiri untuk membiayai kegiatan dirasakan pentingnya sumber penyediaan dana. Petani pedagang dipasar sanggeng, pasar borobudur dan pasar wosi melakukan fungsi pembiayaan/permodalan dengan modal sendiri tanpa meminjam dari instansi manapun. Hal ini disebabkan petani pedagang tak bisa meminjam dari instansi manapun karena tidak memenuhi syarat peminjaman dan juga sebagian petani pedagang tidak meminjam dari instansi manapun dikarenakan petani pedagang mengatakan bahwa akan sulit untuk mengembalikan pinjaman tersebut.

Petani pedagang tidak melakukan fungsi pembelian, penyimpanan, pengolahan dan informasi pasar karena kurangnya pendidikan sehingga bagi para petani informasi pasar tidak

penting. Petani pedagang juga tidak melakukan fungsi pembelian, penyimpanan dan pengolahan karena petani langsung menjualnya sendiri setelah dipanen dari kebun.

Petani pedagang tidak melakukan fungsi penyimpanan karena setelah dipanen pada pagi hari atau sore petani langsung menjualnya ke pasar sentral (Pasar Sanggeng, Pasar Borobudur dan Pasar Wosi). Petani pedagang juga tidak melakukan fungsi pengolahan karena ubi kayu yang tidak habis terjual akan dibawa pulang dan diberikan kepada ternak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan bahwa Setiap petani pedagang melakukan fungsi tataniaga paling sedikit enam fungsi yaitu fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi dan grading, fungsi pembungkusan/pengemasan, fungsi penanggungan resiko, dan fungsi pembiayaan. Sedangkan fungsi yang tidak dilakukan adalah fungsi pembelian, penyimpanan, pengolahan hasil dan fungsi informasi pasar.

Saran

1. Perlu disediakan fasilitas penyimpanan di pasar terutama bagi para pedagang yang bertempat tinggal jauh agar mengurangi resiko kerusakan dan kerugian.
2. Perlu dilakukan penyuluhan/pelatihan mengenai pengolahan ubi kayu agar dapat meningkatkan nilai tambah dan mengurangi resiko kerusakan bagi produk segar ubi kayu terutama bagi petani pedagang yang tinggal berjauhan dengan pasar.
3. Perlu penyediaan informasi pasar oleh pihak pemerintah dan juga pelatihan mengenai penggunaan teknologi bagi para petani pedagang agar mudah mengakses informasi pasar dan menggunakan informasi tersebut untuk meningkatkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Kabupaten Manokwari Dalam Angka tahun 2014*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Manokwari.
- Basu Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Downey, W. David dan Erickson, Steven P. 1992. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta. Erlangga.
- Gultom, 1996. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Sumatera Utara press. Medan
- Hanafiah, A.M. dan A.M. Saefuddin. 1986. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Penerbit UI. Jakarta.
- Kohls, R.L. dan Uhl J.N. 1985. *Pemasaran Produk Pertanian*. Edisi Keenam. McMillan Publishing Company. New York.
- Kohls, R.L. dan J.N. Uhl. 2002. *Pemasaran Produk Pertanian*. Edisi Kesembilan. Macmillan Company, New York.
- Kotler, 1993. *Manajemen Pemasaran-Analisis-Edisi 7*, Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Limbong W.H, Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian IPB. Bogor

- Limbong dan Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian (Bahan Kuliah Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian). Institut Pertanian Bogor. Bogo
- Onwueme IC. 1978. Tanaman Umbi Tropis. John Willey and Sons, New York
- Purwono. 2009. Tanaman Ubi Kayu. <http://www.psychologymania.com>. Diakses pada tanggal 5 Juli 2013
- Prasasto. 2007. Aspek produksi Keripik Singkong.
- Rukmana, R. 1987. Ubi Kayu. Budidaya dan Pasca Panen. Kanisius, Yogyakarta
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Malang: Universitas Muhamadyah Malang
- Soekartawi, 1991, Agribisnis Teori dan Aplikasinya, Jakarta, Rajawali Press
- Stanton, William. 2002, Fundamental Of Marketing, Bandung: Alfabeta
- Soekartawi. 1989. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Sosrosoedirdjo, R.S.. 1993. Bercocok Tanam Ketela Pohon. Jakarta : CV.Yasaguna.
- Winardi. 1989. Strategi pemasaran. Bandung: Mandarmajuss