

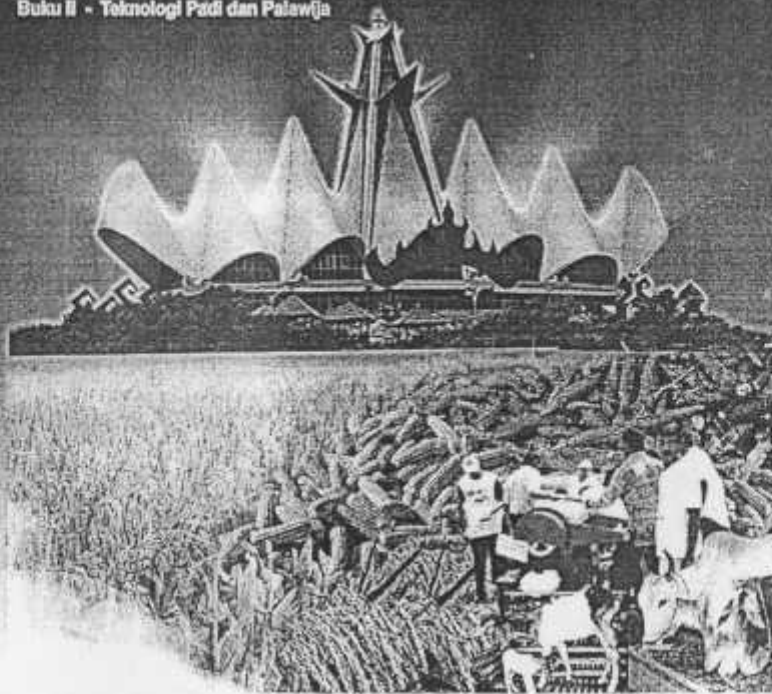
ISBN 978-979-1415-00-5
ISBN 978-979-1415-11-8



Prosiding

LOKAKARYA NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PERTANIAN MENDUKUNG HARI PANGAN SEDUNIA 2007

Buku II - Teknologi Petri dan Palawija



Bandar Lampung, 25-28 Oktober 2007

KERJASAMA:




Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian
Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung
Lembaga Penelitian Universitas Lampung
Perhimpunan Penyuluh Pertanian Provinsi Lampung

LEMBAR PENGESAHAN

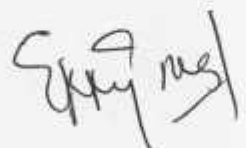
Judul : Kajian Pemasaran Bihun Tapioka Dalam rangka
Pengembangannya Sebagai Pangan Alternatif
Penulis : F. Erry Prasmatiwi
NIP : 19630203 198902 2 001
Instansi : Fakultas Pertanian, Universitas Lampung
Publikasi : Prosiding Lokakarya Nasional Inovasi Teknologi Pertanian
Mendukung Hari pangan Sedunia, 25-26 Oktober 2007
Penerbit : Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi
Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian,
Departemen Pertanian

Bandar Lampung 27 Januari 2012

Mengetahui,
Pembantu Dekan I Fakultas Pertanian
Universitas Lampung



Prof. Dr. Ir. Wan Abbas Zakaria, M.S.
NIP 19610826 198702 1001

Penulis,


Dr. Ir. F. Erry Prasmatiwi
NIP 19630203 198902 2001

Menyetujui:

Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Lampung


Dr. Eng. Admi Syarif
NIP 196701031992031003

DOKUMENTASI LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS LAMPUNG	
TGL	06 Feb 2012
NO. INVEN	29/un26/8/PL/FP
JENIS	Prosiding yng

PROSIDING
LOKAKARYA NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PERTANIAN
MENDUKUNG HARI PANGAN SEDUNIA XII TAHUN 2007

BANDAR LAMPUNG, 25-26 Oktober 2007

BUKU II

**Makalah Penunjang Bidang Teknologi Peternakan, Aneka Tanaman,
Konservasi Tanah dan Air, Sosial Ekonomi dan Kebijakan**

ISBN

978-979-1415-09-5

978-979-1415-11-8

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian
Bekerjasama dengan:
Lembaga Penelitian Universitas Lampung
Perhimpunan Penyuluh Pertanian Provinsi Lampung
Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Propinsi Lampung

**PROSIDING
LOKAKARYA NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI PERTANIAN
MENDUKUNG HARI PANGAN SEDUNIA XII TAHUN 2007**

BANDAR LAMPUNG, 25-26 Oktober 2007

BUKU II

Makalah Penunjang Bidang Teknologi Peternakan, Aneka Tanaman, Konservasi
Tanah dan Air, Sosial Ekonomi dan Kebijakan

Tim Penyunting:

Akhmad Prabowo (BPTP Lampung)
Suprpto (BPTP Lampung)
Erwanto (Unila)
Dwi Setyo Utomo (Unila)
Wayan Rusastra (BBP2TP)
Darman M. Arsyad (BBP2TP)
Zulkifli Zaini (BPTP Lampung)
Yulia Pujiharti (BPTP Lampung)
Erythrina (BPTP Lampung)

Redaksi Pelaksana :

Slameto
Nasriati

Diterbitkan Oleh:

Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian
Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian
Departemen Pertanian
Jln : Tentara Pelajar No.10 Bogor 16114, Telp. (0251)321577, Fax. (0251)350928

Sumber Dana : DIPA BPTP Lampung Tahun 2007

ISBN :

978-979-1415-09-5
978-979-1415-11-8

Setting: Yusmeinardi dan Slameto
Percetakan: CV. Gema Perkasa Abadi

Hak cipta ada pada penulis, tidak diperkenankan memproduksi sebagian atau keseluruhan isi prosiding ini dalam bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penulis

KATA PENGANTAR

Lokakarya Nasional Inovasi Teknologi, diselenggarakan dalam rangka mendukung kegiatan peringatan Hari Pangan Sedunia XII, yang acara puncaknya insya Allah akan diselenggarakan di Bandar Lampung. Ketahanan pangan merupakan masalah nasional, karena masalah pangan sangat sensitif terhadap kondisi sosial budaya, ekonomi, politik dan keamanan. Oleh sebab itu perlu peningkatan Ketahanan Pangan Nasional melalui penerapan teknologi inovasi. Penerapan teknologi inovasi dapat meningkatkan produktivitas tanaman pangan sehingga jumlah pangan bermutu menjadi lebih tersedia. Lokakarya inovasi teknologi ini bertujuan menyampaikan teknologi inovasi yang dihasilkan Badan Litbang Pertanian kepada pengguna khususnya kepada petani dan stake holder lainnya. Pada lokakarya ini pula diharapkan terjadi komunikasi antar pelaku riset teknologi pertanian, praktisi, akademisi, pengambil kebijakan dalam pengembangan IPTEK di bidang pangan serta mendapatkan umpan balik teknologi yang dibutuhkan pelaku agribisnis.

Prosiding ini memuat makalah yang disampaikan pada Lokakarya Nasional dengan tema *Melalui Inovasi dan Diseminasi Teknologi Kita Dukung Ketahanan Pangan Nasional* pada tanggal 25-26 Oktober 2007, di Bandar Lampung. Prosiding ini dibagi dalam bentuk 2 (dua) buku. Buku I memuat makalah kunci, makalah utama dan makalah penunjang tentang tanaman pangan (padi dan palawija), sedangkan Buku II memuat makalah penunjang tentang peternakan, aneka tanaman lainnya, konservasi tanah dan air, serta sosial ekonomi dan kebijakan pertanian.

Pada kesempatan ini saya sampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada para penulis makalah, panitia penyelenggara, penyunting dan redaksi pelaksana atas kontribusinya sehingga prosiding ini dapat diterbitkan. Semoga prosiding ini bermanfaat, terutama dalam mempercepat pemantapan ketahanan pangan dan pembangunan pertanian pada umumnya.

Bandar Lampung, Desember 2007

Kepala Balai Besar Pengkajian dan
Pengembangan Teknologi Pertanian

Dr. MUHRIZAL SARWANI
NIP. 080 069 528

DAFTAR ISI

	KATA PENGANTAR	iii
	LAPORAN KETUA PANITIA	iv
	SAMBUTAN KEPALA BADAN LITBANG PERTANIAN	vii
	SAMBUTAN GUBERNUR LAMPUNG	xii
	RUMUSAN LOKAKARYA NASIONAL	xvi
	DAFTAR ISI	xx
	MAKALAH PENUNJANG	
	Bidang Peternakan	
1.	Kajian Penggunaan Konsentrat Pada Kambing Kacang Induk Bunting Dan Menyusui <i>Marsudin Silalahi, Reni D. Tambunan dan Elma Basri</i>	1
2.	Pengaruh Penambahan Performance Enhancer (Pes 2000® Dan Fermacto®) Terhadap Penampilan Ayam Petelur <i>Reny Debora Tambunan dan Dicky Pamungkas</i>	12
3.	Pemanfaatan Dan Nilai Ekonomi Eceng Gondok Untuk Pakan Ternak Babi Di Perairan Danau Toba, Samosir <i>Lermansius Haloho, Marsudin Silalahi dan Kiston Manihuruk</i>	22
4.	Karakteristik Telur Itik Cihateup <i>N. D. Suretno dan P. S. Hardjosworo</i>	34
5.	Keragaan Sistem Integrasi Kambing Kakao Di Lokasi Prima Tani Lampung Timur <i>Elma Basri</i>	44
6.	Kandungan Residu Aditif Pakan Dalam Daging Sapi Di Pasar Bandar Lampung <i>Reny D. Tambunan dan Akhmad Prabowo</i>	56
7.	Pengaruh Permen Susu Berkadar Besi Tinggi Terhadap Kadar Hb Tikus Jantan Yang Mengalami Defisiensi Zat Besi <i>Nurdin, S.U.</i>	66
8.	Pola Kemitraan 7 – 2 Dalam Upaya Meningkatkan Populasi Ternak Sapi Di Lampung <i>Akhmad Prabowo, Didiek Purwanto dan Zulkifli Zaini</i>	80
9.	Pengaruh Pemupukan Kompos Blotong Terhadap Pertumbuhan Rumput Raja Di Lahan Kering <i>Elma Basri dan Akhmad Prabowo</i>	93
	Bidang Aneka Tanaman	
1.	Keragaan Pertumbuhan Dan Serangan Hama Penyakit Pada Delapan Varietas Cabai Merah Di Sidomulyo Lampung Selatan <i>Nila Wardani</i>	103
2.	Pengendalian Cendawan Pascapanen <i>Colletotrichum capsici</i> Penyebab Antraknosa Pada Buah Cabai (<i>Capsicum annum. L</i>) <i>Alvi Yani</i>	115

3.	Kerusakan Akibat Penyimpanan Dingin Pada Buah Dan Sayuran Segar. <i>Muhammad Taufiq Ratule dan Alvi Yani</i>	129
4.	Profil Usahatani Dan Pengelolaan Tanaman Terpadu Cabai Merah Di Dataran Tinggi Sukau Lampung Barat, Propinsi Lampung <i>Nila Wardani</i>	144
5.	Ketahanan Beberapa Varietas Pisang Terhadap <i>Mycosphaerella musicola</i> Zimm. <i>Nina Mulyanti</i>	158
6.	Pengaruh Suhu Tinggi Terhadap Lapisan Lilin Pada Permukaan Kulit Pisang Berangan Yang Dimatangkan Menggunakan Kalsium Karbit <i>Muhammad Taufiq Ratule dan Alvi Yani</i>	167
7.	Teknologi Penjarangan Buah Dan Pemupukan Untuk Meningkatkan Produksi Salak Di Kabupaten Asahan <i>Novia Chairuman, Darwin Harahap, dan Khadijah El Ramija</i>	175
8.	Uji Beberapa Varietas Kentang Terhadap Ketahanan Serangan Penyakit <i>Phytophthora Infestans</i> Di Tanah Karo <i>Loso Winarto, Darwin Harahap dan Darmawati Nazir</i>	184
9.	Studi Mutu Kecap Benguk : Kajian Teknik Dan Lama Pemasakan Kacang Benguk (<i>Mucuna pruriens</i>) <i>Medikasari</i>	194
10.	Status Inang Hama Bisul (<i>Eurytoma spp</i>) Pada Lima Jenis Tanaman Penegak Lada <i>Suprpto</i>	205
11.	Pendugaan Umur Simpan Sari Buah Belimbing Dalam Kemasan Botol Plastik Berdasarkan Pendekatan Warna <i>Syarifah Aminah, Muflihani Yanis, dan Alvi Yani</i>	216
Bidang Konservasi Tanah dan Air		
1.	Multifungsi Tanah Dalam Kerangka Revitalisasi Pertanian <i>Abdullah Abas Idjudin dan Mamat H.S.</i>	224
2.	Peningkatan Produksi Tanaman Pangan Dalam Usahatani Konservasi Dengan Berbagai Jenis Tanaman Legum <i>Ishak Juarsah dan Setiari Marwanto</i>	237
3.	Pemanfaatan Lahan Alang – Alang Untuk Peningkatan Produksi Tanaman Pangan Dengan Sistim Usahatani Terpadu <i>Ishak Juarsah</i>	252
4.	Chemical Characteristics Of Natural Zeolitefrom Sidomulyo, South Lampung <i>M. Prama Yufdy</i>	270
5.	Upaya Meningkatkan Produktivitas Lahan Marginal Pada Sistem Pertanian Ladang Berpindah <i>Sidik H. Tala'ohu, I. Juarsah dan D. Erfandi</i>	278
6.	Pemanfaatan Kompos Eceng Gondok Untuk Tanaman Kentang Di Kabupaten Tapanuli Utara <i>Darwin Harahap, Siti Maryam Harahap dan Khadijah El Ramijah</i>	293

7.	Study On Physical Characteristics Of Natural Zeolite From Sidomulyo, South Lampung <i>M. Prama Yufdy</i>	302
8.	Penyusunan Peta Perwilayahan Komoditas Skala 1:50.000 Di Kecamatan Batang Alai Selatan Kalimantan Selatan <i>Aidi Noor, Yanuar Pribadi dan Rina D. Ningsih</i>	308
9.	Pewilayahan Komoditas Pertanian Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten <i>Ani Mulyani, Resmayeti dan Dewi Haryani</i>	322
Bidang Sosial Ekonomi Dan Kebijakan Pertanian		
1.	Analisis Keunggulan Komparatif Dan Kompetitif Usahatani Tanaman Pangan <i>Yulia Pujiharti</i>	331
3.	Pola Konsumsi Dan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Jumlah Konsumsi Bihun Tapioka Di Kota Bandar Lampung Dan Metro <i>W.D. Sayekti, F.E. Prasmatiwi, dan R. Adawiyah</i>	343
4.	Kajian Pemasaran Bihun Tapioka Dalam Rangka Pengembangannya Sebagai Pangan Alternatif <i>F.Erry Prasmatiwi, W.D. Sayekti, dan R. Adawiyah</i>	356
5.	Prospek Pengembangan Bihun Tapioka Ditinjau Dari Daya Terima Konsumen Di Bandar Lampung <i>R. Adawiyah, W.D. Sayekti, dan F.E. Prasmatiwi</i>	370
6.	Potensi Kelapa Dalam Mengantisipasi Kelangkaan Minyak Goreng Di Propinsi Lampung <i>Michellia Darwis</i>	383
7.	Keragaan Persepsi, Respon Dan Umpan Balik Responden Terhadap Inovasi Teknologi Pengolahan Buah Mangga Di Kecamatan Sambong, Kabupaten Blora <i>Dwi Nugraheni, Herwinarni EM, dan Yulia Pujiharti</i>	396
8.	Pemasaran Semangka Dan Cabai Di Lahan Lebak Kalimantan Selatan <i>Yanti Rina D.</i>	407
9.	Adopsi Rekomendasi Teknologi Budidaya Tanaman Salak Di Kepulauan Riau <i>Rachmiwati Yusuf, Partin H. Sinaga dan Kiswanto</i>	424
10.	Strategi Pengembangan Lada Natar 1 Sebagai Sumber Bibit Petani Di Lampung <i>Suprpto</i>	434
11.	Analisis Jalur Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi Teknologi Pengendalian Hama - Penyakit Terpadu Pada Usahatani Lada Di Kabupaten Lampung Utara <i>Kiswanto, Bambang Wijayanto dan Zulkarnain AW</i>	443
12.	Dampak Pengembangan Markisa Ungu Terhadap Pendapatan Petani Di Kabupaten Karo Sumatera Utara <i>Khadijah El Ramija dan Darwin Harahap</i>	459

13.	Keragaan Dan Prospek Daya Saing Ekspor Produksi Teh Indonesia Dengan Pendekatan Analisis Integrasi Pasar (Kasus : Propinsi Jawa Barat) <i>Chairul Muslim dan Valeriana Darwis</i>	477
14.	Status Agribisnis Komoditi Gambir Di Kabupaten Pakpak Bharat Sumatera Utara <i>Moral Abadi Girsang dan Khadijah El Ramita</i>	491
15.	Tingkat Adopsi Petani Terhadap Teknologi Budidaya Kopi Di Kecamatan Sekincau Lampung Barat <i>Nasriati</i>	501
16.	Analisis Usahatani Dan Kemitraan Stroberi Di Tabanan Bali <i>Valeriana Darwis</i>	514
17.	Perspektif Agribisnis Manggis Di Propinsi Bali <i>Valeriana Darwis</i>	531
18.	Pemanfaatan Lahan Dengan Tanaman Sela Diantara Tanaman Kakao <i>Firdausil AB</i>	549
19.	Analisis Usahatani Tanaman Pangan Mendukung Komoditas Perkebunan Di Wilayah Kabupaten Lampung Timur <i>Slameto</i>	557
	SUSUNAN PANITIA LOKAKARYA NASIONAL	582
	DAFTAR PESERTA LOKAKARYA NASIONAL	584

KAJIAN PEMASARAN BIHUN TAPIOKA DALAM RANGKA PENGEMBANGANNYA SEBAGAI PANGAN ALTERNATIF

F. Erry Prasmatiw, W.D. Sayekti, dan R. Adawiyah

UNIVERSITAS LAMPUNG

*) Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji sistem pemasaran bihun dan mengetahui ketersediaan bihun tapioka. Penelitian di laksanakan di Kota Metro dan Bandar Lampung. Responden penelitian ini terdiri dari produsen bihun, distributor, dan pedagang. Responden produsen bihun adalah 2 orang (25%) dari keseluruhan produsen bihun tapioka yang ada di Kota Metro yang diambil secara purposive. Penentuan responden distributor dan pedagang menggunakan metode snowball sampling. Ketersediaan bihun di kaji dari ketersediaan bihun di berbagai pasar dan supermarket di Metro dan Bandar Lampung. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Oktober 2006—Maret 2007. Hasil penelitian menunjukkan pemasaran bihun tapioka belum efisien. Daerah pemasaran bihun tapioka tersebar di hampir seluruh kabupaten Provinsi Lampung, tetapi tidak ditemukan di Kota Bandar Lampung. Ketersediaan bihun untuk Kota Bandar Lampung dan Kota Metro adalah baik. Namun, di kota Bandar Lampung hanya tersedia bihun berbahan baku beras dan jagung. Ada 18 jenis bihun yang beredar di Kota metro 55,56% berbahan baku tapioka dan sisanya berbahan baku beras dan ada 25 jenis merek bihun yang beredar di Bandar Lampung 92% berbahan baku beras dan sisanya berbahan baku jagung. Permasalahan yang ditemukan dalam pemasaran bihun tapioka adalah produsen pasif dalam memperluas pasar dan kualitas produk yang masih kurang baik. Bihun tapioka memiliki prospek untuk dikembangkan yaitu melalui pengenalan produk, perbaikan kualitas produk, dan tampilan kemasan serta dengan memotivasi produsen

Kata kunci: pemasaran bihun tapioka

ABSTRACT

Study On Marketing Of Tapioca Vermicelli As Alternative Food Source. By F. Erry Prasmatiw, W.D. Sayekti, And R. Adawiyah. This study aimed to study marketing system of tapioca vermicelli and availability of tapioca vermicelli. The study was located in Metro and Bandar Lampung where respondent of producer, distributor, and trader was sampled. Producer of tapioca vermicelli was found only in Metro and sampled purposively while respondent of distributor and trader sampled using snow ball method. The availability of tapioca vermicelli were examined from traditional market and

supermarket in Metro and Bandar Lampung. The results showed that tapioca vermicelli marketing was still inefficient yet. Both rice and corn vermicelli were available in Bandar Lampung, but tapioca vermicelli was not found. Except in Bandar Lampung however, tapioca vermicelli entered broader market throughout Lampung Province. In Metro market, it was found 18 kinds of vermicelli which 55,56% made of tapioca and the rest was made of rice flour. In Bandar Lampung, it was found 25 trademarks of vermicelli which 92% made of rice flour and the rest from corn flour. In marketing tapioca vermicelli producers still faced problem to develop the market and to enhance the product quality. Production of tapioca vermicelli can be developed by enhancing promotion, quality, and packaging.

Key word: tapioca vermicelli, marketing

PENDAHULUAN

Ketahanan pangan merupakan tantangan yang harus diperhatikan dan mendapatkan prioritas untuk mencapai kesejahteraan bangsa. Upaya mewujudkan ketahanan pangan nasional harus bertumpu pada sumberdaya lokal dan sejauh mungkin harus dihindari ketergantungan pada impor pangan. Ketergantungan sebagian besar masyarakat Indonesia hanya kepada sumber pangan beras sebagai bahan makanan pokok akan menyulitkan, baik dari segi produksi serta pengadaan (impor) maupun dari segi gizi dan rasionalisasi pemanfaatan sumber – sumber alam secara optimal. Menurut Arifin (2005) sebagian besar (76%) rumah tangga Indonesia adalah konsumen beras (*net consumer*) dan hanya 24 % sisanya yang merupakan produsen beras (*net producer*). Program diversifikasi pangan merupakan salah satu jalan untuk menghindari kerawanan ketahanan pangan sehingga masyarakat tidak tergantung hanya kepada beras. Produk pangan olahan pengganti beras yang populer di masyarakat saat ini adalah mi dan bihun.

Berdasarkan penelitian Pusat Studi Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor (2004) didapatkan bahwa produk mi adalah produk nonberas yang paling disukai di antara produk nonberas lainnya sebagai pengganti nasi untuk sarapan. Mi yang berbahan baku tepung terigu kurang strategis sebagai substitusi beras karena tepung terigu yang terbuat dari gandum dinilai kurang strategis mengingat Indonesia bukan merupakan negara penghasil

gandum. Produk pangan yang memiliki potensi sebagai pangan alternatif selain mi yaitu bihun. Menurut penelitian Sayekti, Lestari, dan Rangga (2004) yang dilakukan di Kota Bandar Lampung didapatkan bahwa jumlah konsumsi bihun pada konsumen rumah tangga per bulan 0,91 kg dan untuk konsumen pedagang bakso 49,24 kg per pedagang per bulan. Menurut Astawan (2006) komposisi kandungan gizibihun per 100 g bahan adalah energi 360 kal, protein 4,7 g, lemak 0,1 g, dan karbohidrat 82,1 g.

Bahan baku bihun dapat berasal dari tepung beras, tepung tapioka, dan tepung jagung. Bihun tapioka berpotensi sebagai pangan alternatif dalam mewujudkan ketahanan pangan masyarakat, mengingat Provinsi Lampung merupakan salah satu sentra komoditas singkong (bahan baku tepung tapioka/tepung singkong) di Indonesia. Oleh karena itu pengembang agroindustri bihun berbahan tapioka diharapkan merupakan usaha yang menjanjikan. Bihun tapioka yang dihasilkan dapat sebagai pangan alternatif untuk mengurangi ketergantungan terhadap beras. Selain itu diharapkan konsumen akan mudah untuk mendapatkan bihun tapioka yang diinginkan dan lebih puas terhadap mutu, jenis, dan harga bihun yang mereka bayar. Oleh karena itu, informasi tentang pemasaran bihun perlu dikaji sehingga dapat diperoleh bahan perumusan untuk perbaikan sistem pemasaran untuk pengembangan agroindustri bihun. Meskipun pabrik bihun yang ada di Kota Metro cukup banyak, tetapi bihun tapioka tersebut tidak terdapat/dipasarkan di daerah Bandar Lampung. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketersediaan bihun tapioka di pasar Kota Bandar Lampung masih rendah. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji sistem pemasaran bihun dan mengetahui ketersediaan bihun tapioka.

BAHAN DAN METODE

Pemasaran adalah menggerakkan komoditas dagangan dari produsen ke konsumen akhir yang melibatkan kegiatan berdimensi tempat, waktu, dan bentuk sehingga barang tersedia di tempat, pada waktu dan dalam bentuk yang tepat untuk memenuhi konsumen. Dengan pengertian ini maka penelitian

dilaksanakan menggunakan pendekatan “apa yang terjadi” (*What happens school*) (Cramer dan Jensen (1979 dalam Djauhari, 2000)) dengan jalan menelusuri komoditas dari produsen, pedagang/distributor ke konsumen. Sentra produksi bihun tapioka di Provinsi Lampung adalah Kota Metro. Di kota ini terdapat 9 produsen bihun tapioka. Responden dalam penelitian ini adalah 2 produsen bihun tapioka (25%) yang diambil secara purposive dengan pertimbangan mempunyai volume produksi terbesar. Penentuan responden distributor dan pedagang menggunakan metode *snowball sampling*.

Untuk ketersediaan bihun dikaji dari ketersediaan bihun di pasar di Metro dan Bandar Lampung dan menanyakan kemudahan konsumen/pembeli untuk mendapatkan bihun. Pasar dan supermarket yang dijadikan lokasi penelitian di Kota Bandar Lampung yaitu Pasar Panjang, Pasar Tugu, Pasar Smep, Pasar Koga, Pasar Perumnas Wayhalim, dan Chandra Supermarket Tanjung Karang. Di Kota Metro, pasar yang dijadikan lokasi penelitian adalah Pasar Koppindo, Pasar pagi 16 C, dan Pasar Pagi Kelurahan Imopuro. Jumlah sampel konsumen/pembeli diambil sebanyak masing-masing 30 unit sampel untuk Kota Bandar Lampung dan Kota Metro. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Oktober 2006—Maret 2007. Untuk menjawab tujuan penelitian ini dengan analisis deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agroindustri bihun di Kota Metro termasuk kategori industri kecil. Di kota ini terdapat sembilan agroindustri bihun yaitu delapan (88,89%) pabrik bihun menggunakan bahan baku dari tepung tapioka dan hanya satu (11,11%) yang menggunakan bahan baku dari beras. Dua pabrik bihun tapioka terbesar menjadi obyek penelitian ini yang berdiri pada tahun 1985 dan tahun 1994. Pemilihan penggunaan bahan baku tapioka tergantung pada berbagai alasan, antara lain: (1) Pembuatan bihun dengan menggunakan bahan baku tapioka relatif lebih mudah dan merupakan usaha turun temurun dengan peralatan untuk pengolahan bihun tapioka lebih sederhana dan tidak terlalu mahal. (2) Ketersediaan bahan baku yang melimpah. (3) Pada saat pendirian usaha,

saingan masih sedikit sedangkan permintaan banyak. (4) Prospek pengembangan usaha yang cukup menjanjikan, karena dari segi finansial usaha ini menguntungkan.

Peralatan yang digunakan untuk pengolahan bihun tapioka terdiri dari silinder, hidrolik, dan spiler. Biaya investasi yang dibutuhkan sekitar 200—37 juta. Frekuensi produksi bervariasi antara 15 – 30 hari per bulan, dengan rata-rata frekuensi berproduksi per bulan adalah 18 kali. Volume produksi per satu kali proses produksi adalah 1.282,5 kg dengan harga jual sebesar Rp 4.143,00 di peroleh penerimaan sebesar Rp5.313.398,00. Biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah Rp 4.202.280,17 Sehingga pendapatan per satu kali proses produksi adalah Rp 1.111.117,33. Dengan frekuensi produksi per bulan adalah 18 hari, maka pendapatan per bulan sebesar Rp 20.000.111,93

Pemasaran bihun

a. Pelaku Pasar

Pelaku pemasaran bihun di Kota Metro melibatkan sales, pedagang grosir, pedagang pengecer, dan konsumen. Sales sering disebut dengan distributor. Pendistribusian bihun dilakukan ke berbagai daerah dan jarak yang cukup jauh, sehingga pekerjaan ini banyak dilakukan oleh laki – laki yaitu 83,3 persen. Sales selain menjual bihun, juga melakukan penjualan berbagai macam produk. Selain menjual ke pedagang grosir Sales menjual bihun tapioka kepada pedagang pengecer di pasar – pasar kecil atau pasar tempel.

Pedagang grosir adalah pedagang yang menjual barang dagangan dalam skala besar yang tersebar di pasar Kota Metro, dan pasar sentra Kotabumi. Konsumen yang membeli bihun dari pedagang grosir adalah pedagang makanan olahan terutama pedagang bakso, pedagang pengecer dan konsumen rumah tangga yang volume pembeliannya dalam skala besar. Pedagang pengecer adalah pedagang yang menjual bihun kepada konsumen akhir. Pedagang pengecer bersedia melayani pembelian dalam jumlah sedikit (1 ons, 2 ons dst.) atau banyak (1 ikat, 2 ikat, 100 ikat, dst). Konsumen akhir dibedakan menjadi dua, yaitu pedagang makanan olahan dan konsumen rumah

tangga. Pedagang makanan olahan adalah pedagang bakso, rujak tahu, tahu isi, ketoprak, dan pecel yang pembeliannya tidak terlalu banyak, sedangkan konsumen rumah tangga membeli bihun untuk dikonsumsi sehari – hari

b. Metode Penentuan harga

Metode penentuan harga jual oleh produsen kepada sales/distributor adalah kombinasi metode *cost- plus pricing method* dan dengan mempertimbangkan harga produk saingan. Harga jual bihun tapioka adalah biaya pokok produksi ditambah persentase keuntungan yang diinginkan oleh produsen. Metode penentuan harga yang ditetapkan oleh sales/distributor, pedagang grosir, dan pedagang pengecer adalah *mark-up method* yaitu harga pembelian ditambah dengan persentase keuntungan yang diinginkan.

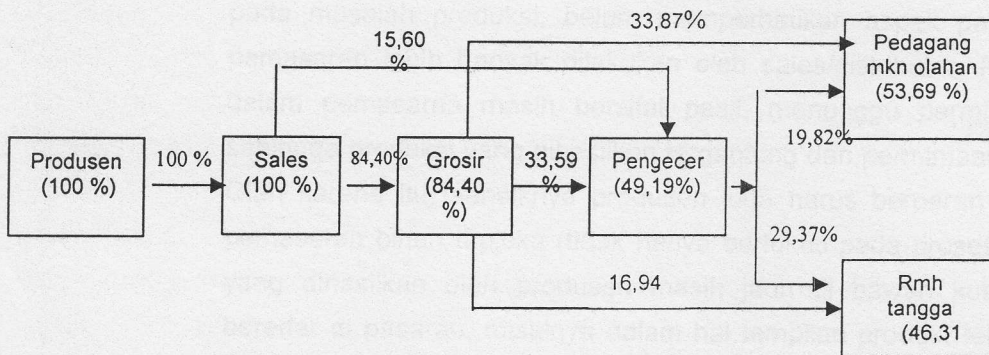
c. Saluran distribusi

Saluran distribusi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan bihun di Kota Metro hampir sama, yaitu membentuk tiga pola pendistribusian yaitu (Gambar 1):

- (1) Produsen → sales/distributor → pedagang grosir → pedagang pengecer → konsumen akhir
- (2) Produsen → sales/distributor → pedagang grosir → konsumen akhir
- (3) Produsen → sales/distributor → pedagang pengecer → konsumen akhir

Keseluruhan produksi dijual kepada sales/distributor. Disini produsen bertindak pasif dalam hal pemasaran. Semuanya tergantung pada aktivitas sales/distributor. Hasil penelitian Adawiyah dkk (2006) yang mengkaji keseluruhan produsen bihun tapioka juga menyebutkan bahwa semua produsen sangat tergantung kepada sales dalam hal memasarkan bihun. Sales/distributor mendistribusikan bihun kepada 84,40% ke pedagang grosir dan sisanya ke pedagang pengecer di pasar. Daerah pemasaran dibedakan menjadi dua yaitu daerah Metro dan luar Metro. Untuk luar Metro meliputi

hampir seluruh daerah di Provinsi Lampung terutama warung-warung di pedesaan



Gambar 1. Saluran pemasaran bihun

Keterangan :

Angka di dalam kurung “ (...) “: persentase terhadap volume produksi produsen

d. *Marjin pemasaran*

Marjin pemasaran ketiga saluran pemasaran bihun disajikan pada Tabel 1. Masing-masing saluran pemasaran dibedakan menjadi dua berdasarkan lokasi konsumen akhir yaitu daerah Metro dan Luar Metro. Jika dilihat dari *producen's share*, saluran pemasaran pola dua yaitu Produsen → sales/distributor → pedagang grosir → konsumen akhir adalah paling efisien. Nilai *producen's share* pola dua paling tinggi dibanding saluran yang lain. Jika dilihat dari daerah pemasarannya, untuk konsumen akhir di kota Metro lebih efisien dibanding di luar Metro. Hal ini karena untuk luar Metro dibebani ongkos transportasi yang lebih tinggi. Jika dilihat dari marjin pemasaran dan RPM ketiga saluran pemasaran juga belum efisien. Karena nilai RPM semua saluran pemasaran yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran tidak menyebar merata.

e. Permasalahan pada pemasaran bihun tapioka

Produsen bihun tapioka yang ada di Kota Metro baru berkonsentrasi pada masalah produksi, belum memperhatikan aspek pasar. Selama ini, pemasaran lebih banyak dilakukan oleh sales/distributor. Peranan produsen dalam pemasaran masih bersifat pasif, menunggu permintaan dari sales, sehingga produksi yang dihasilkan tergantung dari permintaan sales/distributor. Oleh karena itu, sebaiknya produsen juga harus berperan lebih aktif dalam pemasaran bihun tapioka (tidak hanya berfokus pada proses produksi). Bihun yang dihasilkan oleh produsen masih jauh di bawah kualitas-bihun yang beredar di pasaran, misalnya dalam hal tampilan produk, tekstur, dan aroma. Untuk lebih meyakinkan konsumen dalam membeli bihun tapioka, produsen perlu menampilkan informasi mengenai aturan masak, resep-resep masakan bihun, sertifikasi halal, nomor registrasi produk, dan berat bersih (*netto*). Jarak tempuh antara daerah produksi dengan lokasi pemasaran yang dilalui oleh sales/distributor cukup jauh. dengan sarana jalan yang kurang baik menyebabkan bihun banyak yang hancur. Oleh karena itu, sebaiknya dalam pengangkutan bihun harus lebih memperhatikan penempatan bihun. Misalnya, bihun jangan diletakkan dibawah produk-produk lainnya, bihun ditempatkan pada wadah yang keras, sehingga terhindar dari kerusakan.

Ketersediaan Bihun

Di Bandar Lampung terdapat 25 merek bihun yang beredar di pasaran. Dari 25 merek yang beredar di Bandar Lampung, 2 merek merupakan produk impor dari Thailand dan Cina, 21 merek diproduksi dalam negeri tapi di luar Propinsi Lampung, dan hanya ada dua merek yang diproduksi di daerah Lampung. Apabila dilihat dari bahan bakunya 92% berbahan baku beras dan sisanya berbahan baku jagung. Untuk Kota metro, ada 18 jenis bihun yang beredar di pasaran, 55,56% berbahan baku tapioka dan sisanya berbahan baku beras. Bihun yang dijual di pasar di kedua lokasi penelitian dikemas dengan ukuran bervariasi yaitu 200 gram, 500 gram, 520 gram, dan bahkan ada yang dijual tanpa kemasan atau curah ukuran sesuai permintaan pembeli. Dilihat dari harganya, ternyata harga bihun di Kota Bandar Lampung bervariasi

antara Rp 700 sampai dengan Rp 2.125 per 100 gram berat bihun. Untuk Metro Variasi harga terlihat tidak terlalu mencolok untuk bihun berbahan baku tapioka, dimana hampir semua bihun dijual seharga Rp 500 per 100 gram. Harga bihun beras berkisar dari Rp 750--Rp 1.400 per 100 gram. Ketersediaan bihun juga dilihat dari persepsi konsumen akhir rumah tangga terhadap cara mendapatkan bihun tapioka yang menunjukkan 97,14% konsumen di Bandar Lampung dan keseluruhan konsumen di kota Metro menyatakan bahwa ketersediaan bihun adalah baik dalam arti mudah memperolehnya. Beragamnya merek-merek bihun yang beredar di pasar menyebabkan produk bihun tersebut tersedia dalam jumlah yang cukup banyak jika dibutuhkan oleh konsumen

Tabel 1. Marjin pemasaran bihun

No	Uraian	Saluran pemasaran pola 1			Saluran pemasaran pola 2			Saluran pemasaran pola 3					
		Metro (Rp) *	Share (%)	Luar Metro (Rp)**	Metro (Rp) *	Share (%)	Luar Metro (Rp)**	Metro (Rp) *	Share (%)	Luar Metro (Rp)**			
1	Harga jual produsen	4.143,00	76,16	4.143,00	62,11	4.143,00	85,95	4.143,00	70,52	4.143,00	70,28	4.143,00	68,37
2	Harga jual sales	4.517,00	83,03	5.420,00	81,26	4.520,00	93,78	5.420,00	92,26	4.715,00	79,98	5.420,00	89,44
	Biaya pemasaran	45,00	0,83	208,15	3,12	45,00	0,93	208,14	3,54	47,80	0,81	208,15	3,43
	a. Transportasi	45,00	0,83	159,57	2,39	45,00	0,93	159,57	2,72	47,80	0,81	172,73	2,85
	b. Tenaga kerja	0,00	0,00	48,57	0,73	0,00	0,00	48,57	0,83	0,00	0,00	35,41	0,58
	Margin keuntungan	329,00	6,05	1.068,85	16,02	332,00	6,89	1.068,86	18,19	524,20	8,89	1.068,85	17,64
	Margin pemasaran	374,00	6,88	1.277,00	19,15	377,00	7,82	1.277,00	21,74	572,00	9,70	1.277,00	21,07
	RPM	7,31		5,14		7,38		5,14		10,97		5,14	
3	Harga jual grosir	4.820,00	88,60	5.875,00	88,08	4.820,00	100,00	5.875,00	100,00				
	Biaya pemasaran	21,81	0,40	48,39	0,73	21,81	0,45	48,39	0,82				
	a. Penyimpanan	12,69	0,23	17,60	0,26	12,69	0,26	17,60	0,30				
	b. Transportasi	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00				
	c. Tenaga kerja	9,12	0,17	30,79	0,46	9,12	0,19	30,79	0,52				
	Margin keuntungan	281,19	5,17	406,61	6,10	278,19	5,77	406,61	6,92				
	Margin pemasaran	303,00	5,57	455,00	6,82	300,00	6,22	455,00	7,74				
	RPM	12,89		8,40		12,76		8,40					

Prospek Pengembangan Bihun Tapioka sebagai Pangan Alternatif

Pangan alternatif yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pangan yang dimungkinkan dapat mengurangi ketergantungan terhadap beras. Hasil penelitian Adawiyah dkk (2006) diketahui bahwa jumlah konsumsi bihun tapioka pada konsumen rumah tangga di Metro sebesar 0,738 kg (738 gram) per rumah tangga per bulan atau 6,15 gram per kapita per hari. Untuk konsumen pedagang rata-rata konsumsi bihun beras di Kota Bandar Lampung adalah sebesar 70,44 kg per pedagang bakso per bulan, sedangkan untuk pedagang di Kota Metro 78,00 kg per pedagang per bulan. Terlihat dari jumlah konsumsi seperti tersebut di atas bahwa konsumsi bihun tapioka pedagang lebih besar daripada dalam rumah tangga, maka strategi peningkatan konsumsi akan lebih tepat ditujukan kepada pedagang. Sehubungan dengan salah satu masalah belum dikonsumsi bihun tapioka oleh konsumen di Kota Bandar Lampung adalah karena belum dikenalnya bihun tapioka oleh konsumen, maka strategi pengembangan bihun tapioka dapat dilakukan dengan upaya pengenalan bihun tersebut kepada konsumen. Selain dengan promosi, upaya peningkatan konsumsi terhadap bihun tapioka perlu dilakukan melalui peningkatan kualitas produk dan tampilan kemasan dan memotivasi produsen.

KESIMPULAN

Pemasaran bihun tapioka belum efisien. Daerah pemasaran bihun tapioka tersebar di hampir seluruh kabupaten Provinsi Lampung, tetapi tidak ditemukan di Kota Bandar Lampung. Ketersediaan bihun untuk Kota Bandar Lampung dan Kota Metro adalah baik. Namun, di kota Bandar Lampung hanya tersedia bihun berbahan baku beras dan jagung. Ada 18 jenis bihun yang beredar di Kota metro 55,56% berbahan baku tapioka dan sisanya berbahan baku beras dan ada 25 jenis merek bihun yang beredar di Bandar Lampung 92% berbahan baku beras dan sisanya berbahan baku jagung. Permasalahan yang ditemukan dalam pemasaran bihun tapioka adalah produsen pasif dalam memperluas pasar dan kualitas produk yang masih kurang baik. Bihun tapioka

memiliki prospek untuk dikembangkan yaitu melalui pengenalan produk, perbaikan kualitas produk, dan tampilan kemasan serta dengan memotivasi produsen

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., W.D. Sayekti, dan F.E. Prasmatiwi. 2006 Studi tentang daya terima dan pemasaran Bihun tapioka dalam rangka pengembangannya sebagai pangan alternatif. Laporan penelitian. Fakultas Pertanian Unila.
- Arifin, B. 2005. *Ekonomi Kelembagaan Pangan*. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta. 127 hlm.
- Astawan, M. 2003. *Membuat Mie dan Bihun*. Penebar Swadaya . Jakarta. 72 hlm.
- Djauhari. 2000. Aspek Pemasaran dalam Agribisnis Pisang di Lampung. *Sosio Ekonomika* Vol. 6 No. 1. Halaman 69 -- 81.
- Pusat Studi Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor. 2004. Kerangka Acuan Kerja (TOR) Riset Unggulan Strategi Nasional Diversifikasi Pangan Pokok. Pusat Studi Pangan dan Gizi Institut Pertanian Bogor. Bogor. 13 hlm.
- Sayekti, W.D., D.H. Lestari, dan K.R. Rangga. 2004. Kajian tentang Permintaan dan Preferensi terhadap Mi, Bihun, dan Soun serta Kelayakan Usaha, Keuntungan, dan Nilai Tambah Mi, Bihun, dan Soun di Propinsi Lampung. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung. 201 hlm.