

**ANALISIS PEMASARAN TEMBAKAU DI DESA LEMPANG KECAMATAN TANETE
RIAJA KABUPATEN BARRU***Analysis Marketing of Tobacco in Lempang Village Tanete Riaja Subdistrict Barru Regency***Hasri Aynun Suaedin¹, Lukman Yunus², Munirwan Zani³, M Arhim^{4*}**^{1,2,3}*Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo*⁴*Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Kehutanan Universitas Sulawesi Barat*^{4*)}*muhammadarhim@unsulbar.ac.id***ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui margin pemasaran tembakau di Desa Lempang Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru, (2) mengetahui efisiensi pemasaran tembakau di Desa Lempang Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru. Penelitian ini dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk saluran pemasaran dan analisis kuantitatif pada pendapatan, margin dan efisiensi pemasaran (*Farmer's Share*). Populasi dalam penelitian ini terdiri dari petani tembakau, pedagang pengumpul, pedagang besar dan perwakilan pabrik dengan jumlah populasi 23 responden. Hasil penelitian ini adalah saluran distribusi tembakau rajangan di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Barru yang paling dominan dalam menyerap tembakau ialah saluran distribusi 2. Tiap lembaga distribusi menjalankan fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas. Meskipun saluran distribusi 3 (petani-perwakilan pabrik) terbukti efisien, dalam konteks penelitian, saluran distribusi 1 (petani- perusahaan mitra) memiliki potensi pengembangan mengingat kebanyakan petani kekurangan jaringan dan usaha mereka berskala kecil. Melalui kerjasama ini, petani memperoleh akses ke input serta jaminan pasar yang lebih menguntungkan. Biaya terbesar dalam transaksi pembiayaan berkaitan dengan pencarian informasi, sementara dalam transaksi pemasukan dan pengeluaran, biaya utamanya adalah biaya negosiasi.

Kata kunci : tembakau, margin pemasaran, efisiensi pemasaran**ABSTRACT**

This research aims to find out (1) knowing the tobacco marketing margin in Lempang Village, Tanete Riaja District, Barru Regency, (2) knowing the efficiency of tobacco marketing in Lempang Village, Tanete Riaja District, Barru Regency. This research was analyzed using qualitative descriptive analysis for marketing channels and quantitative analysis on revenue, margin and marketing efficiency (Farmer's Share). The population in this study consisted of tobacco farmers, collecting traders, wholesalers and factory representatives with a total population of 23 respondents. The results of this research are that the distribution channel for chopped tobacco in Lempang Village, Tanete Riaja District, Barru Regency which is most dominant in absorbing tobacco is distribution channel 2. Each distribution institution carries out exchange, physical and facility functions. Although distribution channel 3 (farmer-Factory Representative) is proven to be efficient, in the context of the research, distribution channel 1 (farmer-partner company) has development potential considering that most farmers lack networks and their businesses are small scale. Through this collaboration, farmers gain access to inputs and guaranteed more profitable markets. The biggest costs in financing transactions are related to searching for information, while in income and expenditure transactions, the main costs are negotiation costs.

Keywords: tobacco, marketing margin, marketing efficiency**PENDAHULUAN**

Tanaman tembakau merupakan komoditas perkebunan yang menjadi bahan baku dalam industri rokok. Bagian tanaman yang mempunyai nilai ekonomis yaitu daun, selain bahan baku rokok tembakau juga

dimanfaatkan sebagai obat luka terbuka, terutama untuk kalangan ibu-ibu pedesaan (Kementerian Pertanian, 2020). Tanpa adanya budidaya tembakau, industri rokok maupun pemasaran tembakau dan rokok tidak akan mungkin berlangsung sebab tidak

ada yang diolah maupun dipasarkan. Namun, tetap tidak dipungkiri bahwa peran subsistem yang lain mutlak diperlukan. Industri tembakau memberikan pemasukan yang berarti bagi perekonomian Indonesia terpenting dalam hal cukai dan devisa seperti pada sumber pendapatan negara, lapangan pekerjaan baru, dan pembangunan daerah. Hal ini berpengaruh pada keadaan ekonomi dan sosial di beberapa wilayah yang menciptakan industri pengolahan tembakau kian bertambah (Juweria, 2022).

Sulawesi Selatan merupakan salah satu daerah penghasil tembakau di Indonesia dengan potensi luas areal pertanaman komoditi tembakau pada tahun 2021 seluas 3.139,20 Ha yang tersebar di beberapa kabupaten seperti Jeneponto, Bantaeng, Bulukumba, Sinjai, Bone, Wajo, Soppeng, Barru, Luwu dan Enrekang dengan kemampuan produksi sebesar 2.098,38 ton atau dengan rata – rata produksi per hektar sebanyak 0,7 ton (BPS, 2021).

Kabupaten Barru merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki potensi besar untuk pengembangan tanaman tembakau. Besarnya peluang dalam pengembangan tanaman tembakau berdasarkan data dari BPS Sulawesi Selatan menunjukkan potensi yang cukup baik untuk diusahakan, luasnya areal pertanaman

tembakau di tahun 2020 mencapai 22 Ha dengan produksi mencapai 18 ton, serta tingkat produktivitas tertinggi dibanding dengan kabupaten yang lain yang ada di Sulawesi Selatan yaitu mencapai 818 Kg/Ha. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah daerah dan para petani untuk meningkatkan produksi dan kualitas tembakau di Kabupaten Barru. Salah satu program yang dilakukan adalah penyediaan bibit unggul tembakau. Pemerintah Kabupaten Barru telah menyediakan bibit unggul tembakau bagi para petani yang ingin meningkatkan produksi dan kualitas tembakau yang dihasilkan. Selain itu, para petani juga diberikan pelatihan dan pendampingan teknis dalam bercocok tanam dan pengolahan tembakau (BPS, 2021).

Selain itu, pemerintah Kabupaten Barru juga berupaya untuk memperluas pasar tembakau lokal. Saat ini, tembakau hasil produksi petani di Kabupaten Barru telah banyak dibeli oleh industri rokok lokal dan Nasional. Namun, upaya untuk memasarkan tembakau ke luar negeri juga sedang dilakukan, sehingga potensi pasar tembakau semakin luas dan petani dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar (Juweria, 2022). Dalam mengembangkan industri tembakau, perlu juga diperhatikan aspek keberlanjutan dan kesehatan masyarakat.

Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Barru dan para petani juga berupaya untuk memperhatikan aspek lingkungan dan kesehatan dalam pengembangan industri tembakau. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menerapkan teknologi pertanian yang ramah lingkungan dan pengolahan tembakau yang sehat. Dengan upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan para petani, diharapkan pengembangan industri tembakau di Kabupaten Barru dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan petani dan produsen tembakau (Grathiano, 2023).

Salah satu masalah yang dihadapi dalam industri tembakau di Kabupaten Barru adalah distribusi tembakau yang kurang efisien. Hal ini disebabkan oleh infrastruktur transportasi yang belum memadai, khususnya di wilayah pedesaan yang sulit dijangkau. Keterbatasan jalan dan sarana transportasi menyebabkan sulitnya akses petani dan produsen tembakau ke pasar, baik pasar lokal maupun pasar luar daerah. Selain itu, biaya transportasi yang tinggi juga menjadi kendala dalam distribusi tembakau ke industri rokok. Masalah distribusi ini juga berdampak pada ketersediaan stok tembakau di pasar. Ketika akses distribusi terhambat,

maka akan terjadi kelangkaan stok tembakau di pasar dan hal ini dapat mempengaruhi harga jual tembakau dan pendapatan petani. Untuk mengatasi masalah distribusi tembakau di Kabupaten Barru, diperlukan upaya dari pemerintah dan para *stakeholder* terkait. Pemerintah dapat melakukan pembenahan infrastruktur jalan dan transportasi agar lebih memadai dan mudah diakses oleh para petani dan produsen tembakau. Selain itu, para *stakeholder* terkait, seperti pelaku usaha transportasi dan industri rokok, dapat bekerja sama dalam memperbaiki sistem distribusi tembakau. Misalnya, dengan menyediakan jasa transportasi yang lebih murah dan efisien untuk mempermudah distribusi tembakau dari daerah produsen ke pasar atau pabrik pengolahan tembakau (Suryanto, 2016).

Dengan demikian, penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Tembakau di Desa Lempang Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru” setidaknya dapat memberikan referensi dan pemahaman yang terkini mengenai efektivitas dan efisiensi saluran pemasaran tembakau dan juga menjadi arahan bagi setiap pemangku kepentingan daerah dalam memperbaiki masalah distribusi tembakau di Kabupaten Barru dan meningkatkan keberhasilan industri tembakau di daerah tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan pada petani tembakau di Desa Lembang Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru. Penentuan lokasi ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan salah satu penghasil tembakau yang ada di Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai Oktober 2023.

Rancangan Penelitian

Jenis dan sumber data penelitian merupakan faktor yang penting yang menjadi pertimbangan untuk menentukan metode pengumpulan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis berdasarkan pengelompokannya yaitu:

1. Data primer yaitu data yang diambil atau dikumpulkan berdasarkan observasi dan wawancara dengan penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada responden.
2. Data sekunder yaitu data yang telah tersedia dalam bentuk catatan tertulis, peta dan dokumentasi lainnya. Data sekunder dihimpun melalui penelusuran literatur dan studi pustaka.

Populasi dan Sampel

Berdasarkan informasi yang diperoleh

dari petani tembakau diketahui populasi petani sebanyak 15 orang, pedagang pengumpul 4 orang, pedagang besar 3 orang dan perwakilan pabrik 1 orang. Pengambilan sampel petani dilakukan secara sampling jenuh sebanyak 15 orang, karena jumlah populasi yang relatif kecil maka keseluruhan jumlah populasi akan dijadikan sampel, sehingga dapat memperkecil kesalahan dalam pengambilan data. Petani yang diambil dalam penelitian ini yaitu 15 orang petani tembakau, 4 orang pedagang pengumpul, pedagang besar 4 orang dan 1 orang perwakilan pabrik dengan jumlah sampel 24 sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara, dilakukan dengan cara mendatangi langsung objek penelitian untuk melakukan wawancara guna memperoleh informasi dan data yang dibutuhkan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.
2. Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung terhadap obyek yang diteliti dengan cara mencatat secara sistematis terhadap gejala-gejala yang terkait dengan penelitian.

3. Studi kepustakaan, yaitu teknik pengambilan data dengan penelaahan pustaka dan laporan-laporan yang berasal dari instansi dan penelitian.

Teknik Analisis Data

Pola saluran pemasaran tembakau dapat diketahui dengan menelusuri saluran pemasaran dari tingkat petani tembakau sampai dengan konsumen. Data yang diperoleh dianalisa secara deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan atau mendeskripsikan mengenai analisis saluran pemasaran tembakau secara detail.

Secara matematis untuk mengetahui besarnya margin digunakan rumus sebagai berikut:

1. Margin Pemasaran

Perhitungan margin pemasaran dihitung berdasarkan selisih harga antar tingkat lembaga pemasaran. Selain itu, margin pemasaran dapat dihitung melalui penjumlahan biaya dan keuntungan pada setiap lembaga pemasaran. Menurut Surni (2022) rumus margin pemasaran adalah :

$$M = HE - HP$$

$$M_{mi} = B + \pi$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran tembakau (Rp)

HE = Harga eceran tembakau (Rp)

HP = Harga pokok tembakau (Rp)

B = Harga beli tembakau pada setiap

tingkat lembaga pemasaran (Rp)

Π = Keuntungan lembaga pemasaran (Rp)

2. Farmer's Share

Efisiensi pemasaran selanjutnya dapat dihitung melalui *farmer's share*. Analisis *farmer's share* digunakan guna mengetahui besarnya keuntungan yang diperoleh petani dari komoditas tembakau yang dihasilkan. Pengukuran *farmer's share* dihitung dengan cara membandingkan harga yang diperoleh petani tembakau dan harga yang dibayarkan oleh pengguna di tingkat akhir. Rumus perhitungan *farmer's share* yaitu (Surni, 2022):

$$FS = \frac{HP}{HE}$$

Keterangan:

Fs = bagian (share) yang diterima petani tembakau (%)

HP = harga di tingkat petani tembakau (Rp)

HE = harga di tingkat konsumen akhir (Rp)

3. Rasio Keuntungan terhadap Biaya

Pemasaran Analisis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran juga dapat menjadi tolak ukur dalam pengukuran tingkat efisiensi pemasaran. Rumus rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yaitu (Limbong dan Sitorus, 1987):

$$\text{Rasio Keuntungan terhadap biaya} = \frac{\pi_i}{C_i}$$

Keterangan:

π_i = keuntungan lembaga pemasaran tembakau ke-i (Rp)

C_i = biaya pemasaran lembaga pemasaran

tembakau ke- i (Rp) $i = 1,2,3,\dots,(n)$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Tembakau di Desa Lempang

Kegiatan pemasaran merupakan proses pemindahan komoditas yang berasal dari produsen disalurkan ke konsumen. Aktivitas yang dilakukan di antaranya: pengumpulan produk dari petani, pengepakan, penyimpanan hingga pendistribusian, termasuk pemilihan saluran pemasaran. Saluran pemasaran merupakan pihak yang saling memiliki ketergantungan dan terlibat dalam kegiatan pengupayaan agar komoditas dapat tersampaikan kepada konsumen (Suswadi *et al.*, 2021). Pola saluran pemasaran mempengaruhi besarnya harga yang dibayarkan oleh konsumen dan besarnya biaya pemasaran di tingkat akhir.

Hingga saat ini, petani tembakau di Desa Lempang masih menghadapi kesulitan dalam mendapatkan harga jual yang memadai untuk komoditasnya. Perbedaan harga yang signifikan terjadi antara harga jual yang diterima petani dengan harga beli dari konsumen akhir (industri). Perbedaan harga ini disebabkan oleh panjangnya rantai distribusi atau pasokan tembakau dari Petani di Desa Lempang Kabupaten Barru hingga ke industri yang berlokasi di Kabupaten Soppeng.

Analisis saluran pemasaran ini bertujuan untuk mengetahui jalur distribusi tembakau dari petani hingga ke konsumen akhir. Saluran pemasaran 2 memiliki jalur terpanjang, sementara saluran pemasaran 1 dan 3 memiliki jalur terpendek. Keberadaan banyak lembaga pemasaran dan panjangnya saluran pemasaran dapat menyebabkan inefisiensi dalam proses pemasaran.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga jual dengan harga beli tembakau rajangan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran. Tingginya margin pemasaran juga disebabkan oleh banyaknya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diambil setiap lembaga pemasaran, artinya semakin banyak lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat akan memperbesar margin pemasaran. Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang rantai saluran pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan meningkat (Firmansyah, 2010). Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran ditingkat lembaga pemasaran pada saluran pemasaran Tembakau rajangan di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja

Kabupaten Barru dapat dilihat pada tabel 1.

1. Margin Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran nomor 1 ialah suatu jalur distribusi tunggal yang melibatkan petani, pedagang besar, dan perwakilan pabrik. Biaya pemasaran untuk tembakau rajangan yang dipikul oleh petani mencapai Rp 7.895,90 per kilogram. Petani memperoleh harga pembelian dari pedagang besar dengan rata-rata harga Rp 53.800,00 per kilogram. Setelah itu, pedagang besar menjual tembakau rajangan kepada perwakilan pabrik dengan harga rata-rata Rp 60.056,05 per kilogram. Total keuntungan pemasaran secara keseluruhan dalam saluran ini mencapai Rp 6.256,05 per kilogram. Besaran keuntungan ini merupakan yang kedua tertinggi di antara berbagai jalur pemasaran yang ada. Hal ini sesuai dengan

pendapat (Erzal, 2016) saluran pemasaran dua tingkat bervariasi tergantung pada produk, pasar, dan efisiensi saluran. Namun, beberapa sumber menyatakan bahwa saluran pemasaran dua tingkat bisa lebih efisien daripada saluran yang lebih Panjang. Penting juga untuk dicatat bahwa panjang saluran pemasaran dapat memengaruhi margin, dengan saluran yang lebih panjang umumnya menghasilkan margin yang lebih tinggi (Hardanis & Poerwono, 2013).

2. Margin Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran nomor 2 merupakan jalur distribusi terpanjang, yakni suatu bentuk saluran pemasaran dengan dua tingkat yang melibatkan petani, pedagang pengumpul di desa, pedagang besar, dan perwakilan pabrik. Biaya yang ditanggung oleh petani dalam memasarkan tembakau

Tabel 1. Margin pemasaran tembakau di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Barru

No	Unsur Margin	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Pedagang Pengepul Desa			
	Harga Beli		46.700,00	51.200,00
	Biaya Pemasaran		3.723,50	3.698,02
	Keuntungan		2.076,30	1.980,00
	Harga Jual		52.500,00	56.878,02
2	Pedagang Besar			
	Harga Beli	53.800,00	52.500,00	
	Biaya Pemasaran	2.031,54	1.087,55	
	Keuntungan	4.224,51	5.200,00	
	Harga Jual	60.056,05	58.787,55	
	Total Biaya Pemasaran	9.927,44	13.227,05	9.947,00
	Total Keuntungan	50.128,61	45.560,50	46.931,02
	Total Margin	6.256,05	12.087,55	5.678,02

Sumber: Data primer setelah diolah, (2023).

Tabel 2. Biaya Pemasaran I tembakau di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Barru

Saluran	Uraian	Komponen Biaya	Biaya (Rp/Kg)
I	Petani	Angkut	37,40
		Ikat	140,20
		Sortir dan Rajang	2.100,70
		Penggulaan	2.140,00
		Pengeringan	1.539,60
		Pengemasan	1.938,00
		Jumlah	7.895,90

Sumber: Data primer setelah diolah, (2023).

rajanan adalah sebesar Rp 8.416,70 per kilogram. Petani menerima pembayaran dari pedagang pengumpul desa dengan harga rata-rata Rp 46.700,20 per kilogram. Setelah itu, pedagang pengumpul desa menjual tembakau rajangan kepada pedagang besar dengan harga rata-rata Rp 52.500 per kilogram, kemudian pedagang besar menjual kepada perwakilan pabrik dengan harga Rp 58.787,55 per kilogram. Keuntungan paling tinggi dalam saluran ini ada pada tahap pedagang besar, sejumlah Rp 6.287,55 per kilogram, sedangkan yang terkecil ada pada pedagang pengumpul desa, yakni sebesar Rp 5.799,80 per kilogram. Ini menyebabkan

Tabel 3. Biaya Pemasaran II tembakau di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Barru

Saluran	Uraian	Komponen Biaya	Biaya (Rp/Kg)
II	Petani	Angkut	26,50
		Ikat	146,70

	Sortir dan Rajang	2.300,30	
	Penggulaan	2.200,00	
	Pengeringan	1.689,00	
	Pengemasan	2.054,20	
	Jumlah	8.416,70	
Pedagang Pengumpul Desa	Angkut	1.310,05	
	Penyimpanan	0	
	Sortir	610,60	
	Bongkar muat	1.220,30	
	Retribusi	582,10	
	Jumlah	3.723,50	
Pedagang Besar	Angkut	230,10	
	Penyimpanan	140,76	
	Sortir	100,00	
	Bongkar muat	200,02	
	Retribusi	416,67	
	Jumlah	1.087,55	
	Total	13.227,05	
Saluran	Uraian	Komponen Biaya	Biaya (Rp/Kg)
II	Petani	Angkut	26,50
		Ikat	146,70
		Sortir dan Rajang	2.300,30
		Penggulaan	2.200,00
		Pengeringan	1.689,00
		Pengemasan	2.054,20
		Jumlah	8.416,70
		Pedagang Pengumpul Desa	Angkut
Penyimpanan	0		
	Sortir	610,60	
	Bongkar muat	1.220,30	
	Retribusi	582,10	
	Jumlah	3.723,50	
Pedagang Besar	Angkut	230,10	
	Penyimpanan	140,76	
	Sortir	100,00	
	Bongkar muat	200,02	
	Retribusi	416,67	
	Jumlah	1.087,55	
	Total	13.227,05	

Sumber: Data primer setelah diolah, (2023)

total keuntungan di seluruh saluran mencapai Rp 12.087,55 per kilogram. Keuntungan ini merupakan yang tertinggi di antara berbagai saluran pemasaran lainnya. Hal ini sejalan dengan teori bahwa saluran pemasaran yang lebih panjang dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar, seperti dalam kasus ini, yaitu saluran pemasaran dengan dua tingkat. Saluran terpanjang dalam penelitian ini adalah saluran 2, yang melibatkan petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – perwakilan gudang, dan menghasilkan nilai keuntungan terbesar kedua setelah saluran 1. Hal ini disebabkan oleh perbedaan penilaian yang terjadi di setiap tahap saluran pemasaran, sehingga perbedaan harga menjadi aspek yang krusial dalam menghitung keuntungan pemasaran. Hal ini sesuai dengan pendapat (Alamsyah, 2015) yang menunjukkan bahwa semakin panjang saluran pemasaran dan semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka margin pemasaran juga cenderung lebih besar.

3. Margin Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran tipe 3 merupakan suatu struktur pemasaran satu tingkat yang melibatkan para petani, pedagang pengumpul di desa, serta perwakilan pabrik. Biaya yang ditanggung oleh petani untuk memasarkan tembakau rajangan adalah

sebesar Rp 6.250,98 per kilogram. Petani mendapatkan harga jual dari pedagang pengumpul desa sekitar Rp 51.200,00 per kilogram, kemudian pedagang pengumpul desa menjual tembakau rajangan tersebut kepada perwakilan pabrik dengan harga rata-rata Rp 56.878,02 per kilogram. Keseluruhan margin pemasaran dalam saluran ini mencapai Rp 5.678,02 per kilogram. Besar margin pemasaran ini merupakan yang kedua tertinggi di antara semua saluran pemasaran yang ada.

Tabel 4. Biaya Pemasaran III tembakau di Desa Lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Barru.

Saluran	Uraian	Komponen Biaya	Biaya (Rp/Kg)		
III	Petani	Angkut	200,00		
		Ikat	120,21		
		Sortir dan Rajang	2.190,77		
		Penggulaan	2.100,00		
		Pengeringan	1.640,00		
		Pengemasan	2.100,00		
		Jumlah	6.250,98		
		Pengumpul Desa		Angkut	200
				Penyimpanan	0
				Sortir	768,02
Bongkar muat	1.200,00				
Retribusi	528,00				
	Jumlah	3.696,02			
	Total	9.947,00			

Sumber: Data primer setelah diolah, (2023)

Namun, berbeda dengan penelitian oleh (Purnamasari & Priyanto, 2021), penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam saluran pemasaran tingkat tunggal yang terdiri dari

petani - pedagang pengumpul desa - perwakilan gudang, tercipta nilai pemasaran terbesar.

Analisis *Farmer's Share*

Perbandingan atau rasio harga ditingkat petani tembakau rajangan dengan harga yang dibayarkan oleh perusahaan mitra dan perwakilan pabrik sebagai konsumen akhir itulah yang dimaksud *farmer's share*. Hasil dari analisis *farmer's share* dapat dijadikan sebagai indikator efisiensi operasional suatu pemasaran produk pertanian (Widyaningsih, 2022). *Farmer's share* yang diterima petani tembakau diungkapkan dalam bentuk persentase dari total nilai, yakni proporsi persentase yang diterima oleh petani dari nilai yang dikeluarkan oleh perwakilan Industri rokok. Analisis *Farmer's share* dalam berbagai jalur distribusi tembakau rajangan di lokasi penelitian, berdasarkan harga yang dibayar oleh konsumen akhir, dipaparkan dalam Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Harga di tingkat petani, harga ditingkat konsumen akhir, *farmer's share* dan margin pemasaran tembakau di Desa Lempang.

Sa lu ra n	Harga Petani (Rp)	Harga Konsumen (Rp)	Farmer' s share (%)	Margin Pemasaran (Rp)
1	53.800,00	60.056,05	89,58	6.256,05
2	46.700,20	58.787,55	79,43	12.087,55
3	51.200,00	56.878,02	90,02	5.678,02

Sumber: Data primer setelah diolah, (2023)

Hasil perhitungan *farmer's share* menghasilkan bagian terbesar yang diterima oleh petani tembakau rajangan terlihat lumayan besar, terlihat bahwa pada saluran 1, 2 dan 3 *farmer's share* yang diterima petani masing-masing adalah 89,43%, 79,43%, dan 90,02%. Tingginya nilai *farmer's share* mengindikasikan bahwa petani memperoleh keuntungan atau bagian yang tinggi Annisa et al. (2018). Berdasarkan hasil perhitungan pada lokasi penelitian pemasaran yang dilakukan oleh setiap saluran pemasaran sudah efisien karena nilai *farmer's share* lebih dari 50 persen. Sependapat dengan Syahputra (2022) serta Bimantara et al. (2021) yang menyatakan bahwa apabila *farmer's share* petani lebih dari 50 persen berarti pemasaran dikatakan efisien, dan apabila *farmer's share* kurang dari 50 persen maka pemasaran belum efisien. Artinya semakin tinggi nilai *farmer's share* maka pemasaran akan lebih efisien. Selain itu Firmansyah (2010), dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa yang menyebabkan terjadi perbedaan nilai bagian yang diterima atau *Farmer's Share* adalah adanya perbedaan biaya-biaya. Hal ini akan berpengaruh pada besarnya margin pemasaran. Semakin kecil biaya yang dihasilkan maka besarnya margin pemasaran akan semakin kecil. Namun sebaliknya jika

besarnya biaya semakin besar, margin pemasaran akan semakin besar. Semakin kecil margin pemasaran maka angka *Farmer's Share* akan semakin besar. Sebaliknya, jika nilai margin pemasaran semakin besar maka nilai *Farmer's Share* akan semakin kecil. Saluran pemasaran dapat dikatakan efisien bila angka *Farmer's Share* lebih besar dari 50%.

Analisis Keuntungan terhadap Biaya

Setelah melakukan pengukuran efektivitas pemasaran menggunakan margin pemasaran dan *Farmer's Share*, langkah berikutnya adalah menghitung indikator untuk menentukan efisiensi saluran pemasaran tembakau rajangan. Ini dilakukan melalui analisis perbandingan antara keuntungan dan biaya untuk menilai keduanya. Rasio keuntungan atas biaya pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran tembakau rajangan di Desa lempang, Kecamatan Tanete Riaja, Kabupaten Barru disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran pada petani tembakau rajangan di Desa Lembang.

Saluran	Keuntungan (Rp)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Rasio Keuntungan terhadap Biaya
1	50.128,61	9.927,44	5,05
2	45.560,50	13.227,05	3,44
3	46.931,02	9.947,00	4,72

Sumber: Data primer setelah diolah, (2023).

Berdasarkan perhitungan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran pada Tabel diatas, secara berurutan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran dari yang terbesar ke terkecil adalah saluran 1 (5.05); saluran 3 (4,72); dan saluran 2 (3.44). Saluran pemasaran 1 menghasilkan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran terbesar yaitu 5,05 artinya, setiap Rp 1.000 biaya pemasaran yang dikeluarkan maka akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 5.050. Sedangkan saluran pemasaran 2 memiliki rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran terkecil yaitu 3,44 artinya setiap Rp 1.000 biaya pemasaran yang dikeluarkan maka akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 3.440. Semua saluran pemasaran menguntungkan, namun keuntungan yang diperoleh tidak merata. Hasil ini sesuai dengan temuan Pratama dan Nuswantara (2020) dalam menganalisis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran tembakau memperoleh nilai rasio yang bervariasi di setiap saluran pemasaran yang terbentuk. Rekapitulasi margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran disajikan pada Tabel 7.

Saluran pemasaran yang paling efisien menurut ketiga indikator dari sisi petani di lokasi penelitian adalah saluran 3 karena

Tabel 7. Rekapitalusi margin pemasaran, *farmer's share* dan rasio Keuntungan terhadap biaya pemasaran setiap saluran pemasaran.

Saluran	Analisis Efisiensi Pemasaran			Ket.
	Margin Pemasaran (Rp)	<i>Farmer's Share</i> (%)	Rasio Keuntungan terhadap Biaya	
1	6.256,05	89,58	5,05	Tidak efisien
2	12.087,55	79,43	3,44	efisien
3	5.678,02	90,02	4,72	efisien

Sumber: Data primer setelah diolah, 2023

margin pemasaran sebesar 5.678,02 rupiah, *farmer's share* sebesar 90,02 persen, dan nilai rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran sebesar 4.72. Berdasarkan hasil kajian di lapangan, hanya 2 orang petani yang dapat mengikuti pola saluran pemasaran ini. Faktor yang menyebabkan sulitnya petani untuk mengikuti pola saluran pemasaran ini yaitu keterbatasan informasi dan hanya petani tertentu yang memiliki koneksi atau hubungan baik dengan perwakilan pabrik. Hubungan tersebut dikarenakan ikatan keluarga dan petani yang menjadi sopir pedagang pengepul sehingga dapat menjual tembakau rajangan kepada perwakilan pabrik dan rantai pemasaran menjadi lebih pendek Mayoritas petani di Desa Lembang memiliki informasi terbatas terkait hal ini, sehingga saluran 3 sulit diikuti oleh petani. Walaupun saluran pemasaran 3

dikatakan paling efisien namun saluran pemasaran 1 juga sebenarnya memiliki nilai margin dan *farmer's share* yang perbedaannya tidak terlalu signifikan dengan saluran 3 dimana nilai marginnya 6.256,05 dan *farmer's share* nya sebesar 89,58%, serta untuk rasio keuntungan terhadap biaya saluran 1 memiliki nilai yang paling tinggi dibanding yang lain yaitu sebesar 5,05.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran di atas, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini ialah:

1. Pola saluran pemasaran tembakau di Desa Lembang Kecamatan Tanete Riaja Kabupaten Barru terdiri dari 3 saluran pemasaran yaitu : saluran pemasaran I, dalam saluran ini, petani menjual tembakau dalam bentuk rajangan langsung kepada pedagang besar. Proses transaksi antara petani dan pedagang besar berlangsung secara langsung tanpa melalui perantara lain. Pedagang besar membeli tembakau rajangan tersebut dari petani, dan dalam proses ini, pedagang besarlah yang bertanggung jawab atas biaya transportasi. Saluran pemasaran II, saluran ini melibatkan petani, pedagang pengepul desa, pedagang besar, dan Industri Ico Timpo Cabenge. Pada

Saluran I, mayoritas petani menjual tembakau dalam bentuk tembakau rajangan kepada pedagang pengepul desa yang berasal dari Desa Ralla, Kecamatan Tanete Riaja. Setelah itu, pedagang pengepul desa menjualnya kepada pedagang besar. Selanjutnya, pedagang besar menjual tembakau rajangan tersebut kepada Industri Ico Cabenge yang berada di Kabupaten Soppeng. Saluran Pemasaran III, Dalam saluran ini, petani menjual tembakau dalam bentuk rajangan kepada pedagang pengepul desa. Selanjutnya, pedagang pengepul desa menjual tembakau langsung kepada Perwailan pabrik.

2. Saluran pemasaran yang paling efisien menurut ketiga indikator dari sisi petani di lokasi penelitian adalah saluran 3 karena margin pemasaran sebesar Rp 5.678,02, *farmer's share* sebesar 90,02%, dan nilai rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran sebesar 4.72. Walaupun saluran pemasaran 3 dikatakan paling efisien namun saluran pemasaran 1 juga sebenarnya memiliki nilai margin dan *farmer's share* yang perbedaannya tidak terlalu signifikan dengan saluran 3 dimana nilai marginnya 6.256,05 dan *farmer's share* nya sebesar 89,58%, serta untuk rasio keuntungan terhadap biaya

saluran 1 memiliki nilai yang paling tinggi dibanding yang lain yaitu sebesar 5,05.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan yaitu:

1. Guna menciptakan pemasaran tembakau yang efisien dalam jangka panjang maka disarankan petani mengikuti kegiatan kemitraan dengan pertimbangan: kemitraan paling banyak menyerap tembakau, kelancaran input dan output, melihat kondisi skala pertanian yang kecil. Selain itu, disarankan kepada pemerintah untuk memfasilitasi kegiatan bermitra, dan bagi perusahaan rokok untuk mempermudah proses kemitraan.
2. Guna menekan biaya transaksi disarankan petani mengikuti kemitraan, selain itu disarankan kepada penyuluh untuk meyakinkan petani bergabung dalam kemitraan. Melalui kemitraan dapat menekan biaya pencarian informasi pada pengadaan sumber pembiayaan dan biaya negosiasi pada pengadaan output.
3. Pada penelitian selanjutnya, disarankan untuk: (1) menganalisis saluran pemasaran dan biaya transaksi usahatani tembakau berdasarkan grade dan (2) menganalisis faktor-faktor yang

berpengaruh terhadap biaya transaksi
setiap lembaga dan saluran pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Sulawesi Selatan. (2021). *Potensi Luas Areal Pertanaman Komoditi Tembakau*. Sulawesi Selatan.
- Bimantara, H., Budiraharjo, K., & Roessali, W. (2021). Analisis distribusi nanas di Desa Wonorejo Trisulo Kecamatan Plosoklaten Kabupaten Kediri. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*. Vol. 19 (1): 21-36.
- Erzal, M. F. (2016). Analisis saluran, margin, dan efisiensi pemasaran itik lokal pedaging. *Students E-Journal*. Vol. 5 (1).
- Firmansyah, D. (2010). *Analisis Pemasaran Tembakau Rajangan di Kabupaten Boyolali*. [Skripsi]. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret.
- Grathiano, L. (2023). *Strategi Pemerintah Desa Dalam Pemberdayaan Kelompok Tani Desa Kerten, Kecamatan Gantiwarno, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah*. [Doctoral Dissertation]. Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD.
- Hardanis, A. N. H., & Poerwono, D. (2013). *Analisis Efisiensi Faktor-Faktor Produksi Usahatani Tembakau Rakyat Kabupaten Temanggung*. [Doctoral dissertation] Fakultas Ekonomika dan Bisnis. [diakses 2023 Juli, 29]; <http://eprints.undip.ac.id/42250/1/HARDANIS.pdf>
- Juweria, N. E. (2022). *Pemberdayaan Petani Dalam Meningkatkan Produktivitas Tembakau Di Kecamatan Lilirilau Kabupaten Soppeng Provinsi Sulawesi Selatan*. [Doctoral Dissertation]. Institut Pemerintahan Dalam Negeri. Soppeng.
- Kementerian Pertanian. (2020). *Tembakau Sebagai Tanaman Herbal*. Kementerian Pertanian Indonesia. Jakarta.
- Limbong, W. H., & Sitorus, P. (1987). *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Pratama, Y. Y., & Nuswantara, B. (2020). Analisis pemasaran kacang tanah di Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang. *Jambura Agribusiness Journal*. Vol. 2 (1): 34-38.
- Surni. (2015). *Pemasaran Hasil Pertanian*. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian. Universitas Halu Oleo.
- Suswadi, S., Nurrokhim, T., & Prasetyowati, K. (2021). Model saluran pemasaran bawang merah (*Allium ascalonium* L.) di Desa Wonodoyo Kabupaten Boyolali. *Jurnal Ilmiah Hijau Cendekia*. Vol. 6 (1): 37-46.
- Suryanto, M. H. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Grasindo. Jakarta.
- Syahputra. (2022). Analisis Pemasaran Tembakau (*Nicotiana tabacum* L.) Petani Ilenial di Kecamatan Bintang Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Sosial Pertanian dan Agribisnis*. [diakses 2023 Juli, 29]; 4(1):36–42. <https://jurnal.ugp.ac.id/index.php/juspa>.
- Widyaningsih, H. (2022). *Analisis Saluran Pemasaran dan Biaya Transaksi Usahatani Tembakau (Studi Kasus: Desa Sukabumi, Kecamatan Cepogo, Kabupaten Boyolali)*. [diakses 2023 Juli, 29]. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789>.