

ANALISIS KOMPARATIF TERHADAP PENDAPATAN PETANI DAN PENAMPILAN PASAR TEMBAKAU KASTURI DESA SUMBERPINANG KECAMATAN PAKUSARI KABUPATEN JEMBER

Ni Wayan Yekha Sudiasih¹, Sugeng Raharto², & Julian Adam Ridjal²

¹Alumnus, Program Studi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Jember

²Staf Pengajar, Program Studi Agribisnis Fak. Pertanian Universitas Jember

email : yekhablueorc@gmail.com

ABSTRACT

Sumberpinang Village, Pakusari Subdistrict is one of the producers of Kasturi tobacco in District of Jember.. Kasturi tobacco is a contributor to one of the country's foreign exchange in the plantation sector and cultivated by farmers in Jember. This study aims to determine (1) The differences in the revenue of farmers who sell "tebasan, setengah kering/kerosok, untingan", (2) The market performance Kasturi tobacco, (3) The level of equity of market participants of Kasturi tobacco. Determination of the study area is done intentionally (purposive method) i.e. Sumberpinang. Methods Descriptive, comparative, and analytical method is the method used in conducting this research. The method of analysis used is the analysis of farmers' revenue, followed by one-way ANOVA test, analysis of marketing margins, efficiency of marketing, price transmission elasticity, share profits and costs and chi-square distribution analysis. The research states that (1) There are differences in the revenue of farmers in all three of Kasturi tobacco sales, (2) Marketing of Kasturi tobacco at Sumberpinang is not efficient (3) Average percentage of profits is not same with the average percentage of costs for each marketing agencies.

Keywords : Market Performance, Farmers Income, Level of Evenness

PENDAHULUAN

Tembakau adalah salah satu komoditi perdagangan yang mampu menghasilkan cukai terbesar, menghasilkan devisa dan menyerap tenaga kerja yang relatif besar. Peran tembakau bagi masyarakat cukup besar, karena aktivitas produksi dan pemasarannya melibatkan sejumlah penduduk untuk mendapatkan pekerjaan dan penghasilan. Berbagai jenis tembakau dengan berbagai kegunaannya diusahakan di Indonesia, baik oleh rakyat maupun oleh perusahaan. Secara garis besar tembakau diproduksi di Indonesia dapat dipisahkan antara (a) tembakau voor-oogst, yaitu bahan untuk membuat rokok putih maupun rokok kretek, (b) tembakau na-oogst, yaitu sejenis tembakau yang dipakai untuk bahan dasar membuat cerutu besar maupun cigarillo, di samping tembakau hisap dan kunyah. Proses produksi tembakau melibatkan banyak tenaga kerja dan menumbuhkan banyak kesempatan kerja, baik ketertarikan ke

belakang (*backward linkage*) berupa penyediaan masukan dan bahan untuk usahatani, maupun ketertarikan ke depan (*forward linkage*) berupa perusahaan-perusahaan pengelohan, pabrik-pabrik rokok, perdagangan dalam negeri, ekspor-impor dan sebagainya (Santoso, 1991).

Jember merupakan daerah terbesar penghasil tembakau, baik tembakau Na-Oogst maupun Voor-Oogst. Budidaya tembakau Voor-Oogst terbesar kedua di Kabupaten Jember khususnya tembakau kasturi. Tembakau kasturi merupakan salah satu tembakau asli Jember yang digunakan sebagai bahan pembuatan rokok kretek. Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari merupakan salah satu penghasil tembakau kasturi.

Pasar tembakau kasturi di Desa Sumberpinang tidak sulit, dalam melakukan pembelian tembakau kasturi di petani terdapat beberapa, antara lain melalui cara jual tebasan, jual tembakau saat setengah

kering, dan jual secara untingan. Penjualan secara tebasan adalah penjualan tembakau kasturi dengan cara pedagang menawarkan tembakau petani per satuan pohon yang dimiliki petani di lahan. Penjualan tembakau setengah kering adalah penjualan tembakau kasturi setelah tembakau kasturi dipanen dan dijemur selama 2-3 hari kemudian dijual ke pedagang dalam keadaan masih disujen. Penjualan tembakau secara untingan adalah penjualan tembakau kasturi setelah mengalami proses penjemuran sampai kering kemudian disortasi sebelum dijual ke pedagang ataupun ke gudang pembelian. Penjualan tembakau kasturi petani yang berbeda-beda didasarkan oleh kebutuhan petani yang berbeda-beda pula. Selain kebutuhan setiap petani yang berbeda-beda, petani enggan memproses tembakau lebih lanjut menjadi lebih berkualitas karena membutuhkan waktu yang lebih dan biaya yang besar untuk memproses tembakau sehingga petani memilih penjualan yang mudah serta cepat untuk mendapat keuntungan dari hasil tembakau kasturi yang diusahakan. Harga tembakau kasturi dalam beberapa macam penjualan tersebut tidak sama, tembakau memiliki kualitas-kualitas yang berbeda sehingga semakin rendah kualitas tembakau kasturi yang dijual maka harga tembakau yang diterima petani juga semakin rendah.

Proses pasca panen sangat berpengaruh dalam menentukan harga jual dari tembakau kasturi. Nilai tambah pada tembakau kasturi dapat meningkat jika tembakau kasturi yang telah dipanen, dikeringkan dengan sinar matahari sampai tembakau kering total kemudian dilakukan sortasi terhadap mutu yang dimiliki tembakau. Proses pengeringan tersebut disebut untingan, namun proses untingan memiliki kelemahan yaitu waktu yang dibutuhkan panjang sehingga petani tembakau enggan untuk melakukannya walaupun pendapatan yang akan diterima petani jika menjual tembakau yang telah melalui proses untingan lebih tinggi daripada yang tidak melalui proses untingan. Efisiensi pemasaran dapat juga dilihat dari panjang pendeknya rantai pemasaran yang terjadi. Semakin panjang rantai pemasaran tembakau kasturi maka semakin tidak efisien

pemasaran yang dilakukan dan sebaliknya. Semakin pendek rantai pemasaran tembakau kasturi yang terjadi maka semakin efisien pemasaran yang dilakukan. Penampilan pasar merupakan salah satu pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*) yaitu *Performance* = keragaan pasar = penampilan pasar, digunakan salah satu pendekatan untuk melihat efisiensi pemasaran tembakau kasturi dengan menganalisis indikator pemasaran. Selain itu, pemasaran tembakau kasturi yang efektif dapat meningkatkan pendapatan yang dimiliki oleh petani. Keuntungan yang diterima oleh para pelaku pemasaran tembakau kasturi dan juga petani harus merata sehingga tidak terjadi ketidak-adilan dalam keuntungan yang diterima. Pemasaran yang tidak efektif akan berdampak pada keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran maupun petani akan semakin kecil karena banyak biaya yang harus dikeluarkan dalam memasarkan tembakau hingga mencapai ke tangan konsumen yaitu gudang pembelian.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui: (1) Perbedaan pendapatan petani dari ketiga penjualan yaitu tebasan, setengah kering, dan untingan; dan (2) Penampilan pasar tembakau kasturi.

METODE PENELITIAN

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive method*). Daerah penelitian berada di Desa Sumberpinang, Kecamatan Pakusari, Kabupaten Jember. Daerah tersebut merupakan salah satu daerah penghasil tembakau kasturi untuk wilayah Jember. Desa Sumberpinang berhasil mengoptimalkan pendapatan petani tembakau kasturi dari Rp 30 juta/hectare menjadi Rp 50 juta/hectare. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, komparatif, dan analitis. Metode pengambilan contoh yang digunakan adalah *proporsionate random sampling* dan *snowball sampling*. *proporsionate random sampling* digunakan untuk pengambilan contoh sampel petani untuk mengukur pendapatan petani Desa Sumberpinang. Jumlah sampel minimal yang harus diambil adalah 55 petani

tembakau dari jumlah populasi petani sebesar 1100 petani dengan proporsi acak. Penentuan sampel penampilan pasar dilakukan dengan menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Metode pengambilan contoh ini hanya terbatas melihat saluran pemasaran dari masing-masing cara penjualan yaitu secara tebasan, setengah kering, dan untingan sampai ke gudang pabrik. Metode pengambilan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara yang dipandu dengan kuisioner. Data sekunder diambil dari data atau data profil Desa Sumberpinang, Dinas Perkebunan dan Kehutanan, dan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember.

Untuk menguji permasalahan yang pertama yaitu pertama mengenai tingkat pendapatan petani yang menjual tembakau dengan berbagai macam penjualan menggunakan analisis pendapatan usahatani sebagai berikut.

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = pendapatan usaha tani tembakau

TR = total penerimaan (*total revenue*)

TC = total biaya produksi (*total cost*)

Kemudian dilanjutkan dengan uji anova untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diperoleh petani tembakau kasturi dari tiga penjualan dengan langkah - langkah sebagai berikut (Hasan, 2001).

1. Menentukan formulasi hipotesis

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3$$

2. Menentukan taraf nyata (α) beserta F tabel

Taraf nyata ($\alpha = 0.05$) ditentukan dengan derajat pembilang (v_1) dan derajat penyebut (v_2). $v_1 = k-1$ dan $v_2 = k(n-1)$ sehingga diketahui $F_{\alpha}(v_1;v_2)$.

3. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $F_0 \leq F_{\alpha}(v_1;v_2)$ artinya tidak terdapat perbedaan pendapatan pada ketiga sistem penjualan tembakau kasturi.

H_0 ditolak apabila $F_0 > F_{\alpha}(v_1;v_2)$ artinya terdapat perbedaan pendapatan pada ketiga sistem penjualan tembakau kasturi. Membuat kesimpulan

4. Menyimpulkan H_0 diterima atau ditolak dengan membandingkan antara langkah

ke -4 dengan kriteria pengujian pada langkah ke-3.

Untuk menjawab permasalahan kedua yaitu tentang penampilan pasar tembakau kasturi di desa Sumberpinang dilihat dari efisiensi pemasaran tembakau kasturi di desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari, efisiensi pemasaran dilihat dari margin pemasaran, elastisitas transmisi, distribusi margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran sebagai berikut.

1. Analisis Margin Pemasaran :

$$M = Pr - Pf$$

Kriteria pengambilan keputusan yaitu semakin kecil nilai margin pemasaran tembakau maka semakin efisien suatu pemasaran tembakau, dan sebaliknya. Efisiensi pemasaran tembakau juga dapat dilihat apabila nilai yang diterima petani lebih besar daripada margin pemasaran tembakau keseluruhan.

2. Efisiensi Pemasaran

$$EPs = \frac{T}{T} \times 100\%$$

Keterangan :

EPs = efisiensi pemasaran tembakau

TB = total biaya tembakau

TNP = total nilai produk tembakau

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Persentase EP > total biaya maka saluran pemasaran tembakau efisien
- b. Persentase EP < total biaya maka saluran pemasaran tembakau tidak efisien

3. Elastisitas Transmisi Harga

$$Et = \frac{d}{d} \times \frac{P}{P}$$

Keterangan :

Et = Elastisitas transmisi

Pr = harga di tingkat pengecer tembakau

Pf = harga di tingkat petani tembakau

dPr = perubahan harga di tingkat pengecer tembakau

dPf = perubahan harga di tingkat petani tembakau

rumus elastisitas transmisi harga di atas, apabila dirubah menjadi bentuk linier adalah sebagai berikut (Gujarati, 2004) :

$$\ln Pf = \ln P_0 + \ln Pr$$

Keterangan :

Pr = harga di tingkat pengecer tembakau

Pf = harga di tingkat petani tembakau

P_0 = konstanta

α_1 = koefisien elastistas transmisi harga

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. $H_0 : \alpha_1 = 1$; artinya perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer tembakau akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% ditingkat petani tembakau.
- b. $H_1 : \alpha_1 < 1$; artinya perubahan harga sebesar 1% di tingkat pengecer tembakau akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari atau lebih dari 1% ditingkat petani tembakau.

Uji Hipotesis (pada taraf nyata 5%) :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima, berarti perubahan harga ditingkat pengecer dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat petani tembakau. Sedangkan, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, berarti perubahan harga ditingkat pengecer tidak dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat petani tembakau.

4. Distribusi Margin

$$S_{bij} = [cij / (Pr - Pf)] [100\%]$$

$$S_{kj} = [ij / (Pr - Pf)] [100\%]$$

$$ij = H_{jj} - H_{bj} - cij$$

Keterangan :

S_{bij} = bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j (*share* biaya)

Cij = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

Pr = harga ditingkat pengecer

Pf = harga ditingkat petani

H_{jj} = harga jual lembaga pemasaran ke-j

H_{bj} = harga beli lembaga pemasaran ke-j

Skj = bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j (*share* keuntungan)

ij = keuntungan lembaga pemasaran ke-j

Kriteria pengambilan keputusan:

- Efisien apabila $Skij > Sbij$
- Tidak efisien apabila $Skij < Sbij$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendapatan Petani Tembakau Desa Sumberpinang Menjual Tembakau Kasturi

Pendapatan petani tembakau kasturi diperoleh dari total penerimaan dikurangi total biaya yang dikeluarkan selama melakukan usahatani tembakau kasturi. Biaya yang dikeluarkan selama melakukan usahatani tembakau kasturi diantaranya, biaya variabel dan biaya tetap. Berdasarkan Tabel 1. Perbedaan Pendapatan pada Ketiga Penjualan Tembakau Kasturi per Hektar, rata-rata penerimaan tembakau untingan sebesar Rp 55.653.618,13/ Ha dengan biaya produksi Rp 15.555.307,14/Ha sehingga pendapatan yang diperoleh Rp 40.098.310,99/Ha.

Tabel 1. Perbedaan Pendapatan pada Ketiga Penjualan Tembakau Kasturi per Hektar

No.	Uraian	Jenis Penjualan		
		Untingan	Setengah Kering	Tebasan
1.	Rata - rata Luas Lahan (Ha)	0,63	0,39	0,27
2.	Rata - Rata Produksi			
	a. Hang (Kg/Ha)	157,30	178,32	166,02
	b. Ekspor (Kg/Ha)	393,26	445,80	415,04
	c. Semilokal (Kg/Ha)	314,61	356,64	332,03
	d. Lokal (Kg/Ha)	707,86	802,44	747,07
3.	Rata - rata Harga Tembakau			
	a. Hang (Rp/Ha)	9.574,47	12.063,73	16.875,00
	b. Ekspor (Rp/Ha)	34.441,49	33.687,41	27.500,00
	c. Semilokal (Rp/Ha)	61.702,13	45.675,27	66.250,00
	d. Lokal (Rp/Ha)	70.345,74	9.559,94	86.250,00
4.	Rata - rata Penerimaan(Rp/Ha)	55.653.618,13	31.912.103,01	26.615.625,00
5.	Total Biaya Produksi (Rp/Ha)	15.555.307,14	13.677.055,51	19.857.187,50
	a. Biaya Tetap (Rp/Ha)	1.847.037,53	2.694.145,80	3.093.437,50
	b. Biaya Variabel (Rp/Ha)	13.708.269,61	10.982.909,71	16.763.750,00
6.	Pendapatan (Rp/Ha)	40.098.310,99	18.235.047,49	6.758.437,50

Sumber : Data primer diolah tahun 2014

Tabel 2. Hasil Pengujian Pendapatan pada Ketiga Jenis Penjualan Tembakau Kasturi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4,212E15	2	2,106E15	8,121	0,001
Within Groups	1,348E16	52	2,593E14		
Total	1,770E16	54			

Sumber : Data primer diolah tahun 2014,(Lampiran O)

Rata-rata penerimaan tembakau setengah kering sebesar Rp 31.912.103,01/ Ha dengan biaya produksi Rp 13.677.055,51/ Ha sehingga pendapatan yang diperoleh Rp 18.235.047,49/ Ha. Rata-rata penerimaan tembakau tebasan sebesar Rp 26.615.625,00/ Ha dengan biaya produksi Rp 19.857.187,50/ Ha sehingga pendapatan yang diperoleh Rp 6.758.437,50/ Ha. Penjualan tembakau untingan memiliki rata-rata pendapatan lebih besar daripada penjualan tembakau lainnya.

Perbedaan pendapatan tembakau kasturi pada berbagai jenis penjualan dapat diketahui dengan melakukan uji *one-way anova* setelah mengetahui ketiga data memiliki varians yang sama. Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian statistic pendapatan dengan taraf kepercayaan 95%, nilai F hitung adalah $8,121 > F_{tabel} =_{0,05(2;52)}$ yaitu 3,18 dengan signifikansi 0,001, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu terdapat perbedaan pendapatan pada ketiga penjualan tembakau kasturi. Hal tersebut menunjukkan antara rata-rata pendapatan penjualan secara untingan, setengah kering, dan tebasan tidak sama / berbeda.

Proses pasca panen sangat berpengaruh dalam menentukan harga jual dari tembakau kasturi. Nilai tambah pada tembakau kasturi dapat meningkat jika tembakau kasturi yang telah dipanen, dikeringkan dengan sinar matahari sampai tembakau kering total kemudian dilakukan sortasi terhadap mutu yang dimiliki tembakau. Proses pengeringan tersebut disebut untingan, namun proses untingan memiliki kelemahan yaitu waktu yang dibutuhkan panjang sehingga petani tembakau enggan untuk melakukannya walaupun pendapatan yang akan diterima petani jika menjual tembakau yang telah

memalui proses untingan lebih tinggi daripada yang tidak melalui proses untingan.

Petani yang menjual tembakau untingan, setelah proses pengeringan dilakukan proses sortasi untuk memilah kualitas tembakau yang diinginkan oleh gudang. Petani menjual tembakau untingan langsung menjual tembakau ke gudang pembelian karena harga yang ditawarkan oleh gudang lebih tinggi daripada jika petani menjual tembakau untingan pada pedagang. Hal ini disebabkan karena petani mengeluarkan biaya lebih saat proses pasca panen untuk tenaga kerja sehingga biaya yang dikeluarkan juga semakin besar, apabila petani masih menjual tembakau untingan pada pedagang maka harga yang ditawarkan pedagang lebih murah daripada petani langsung menjual ke gudang pembelian dan juga membutuhkan waktu yang lama untuk mengeringkan tembakau sehingga sesuai dengan kualitas yang dikehendaki gudang. Namun ada pula petani yang menjual tembakau untingan kepada pedagang karena petani tidak punya akses untuk menjual tembakau untingan ke gudang pembelian, apabila petani ingin menjual tembakau untingan langsung ke gudang petani harus mempunyai kenalan dari pihak gudang atau mempunyai kartu tanda anggota dari gudang sehingga petani dapat bebas menjual tembakau atau paling tidak petani dibawah pengawasan petani lain yang memiliki kartu tanda anggota jika ingin menjual tembakau tetapi tidak memiliki kartu tanda anggota ataupun kenalan dari pihak gudang pembelian.

**Penampilan Pasar Tembakau Kasturi
Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari
Kabupaten Jember**

Saluran pemasaran tembakau kasturi merupakan saluran pemasaran yang dilakukan petani tembakau dalam memasarkan hasil tembakau. Petani mendistribusikan hasil tembakau kasturi hingga sampai pada gudang pembelian menggunakan lembaga pemasaran, namun ada pula yang tidak melibatkan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tembakau kasturi yaitu blandang kecil, blandang besar, dan pedagang pengumpul (spikulan).

Saluran pemasaran yang digunakan petani dalam menjual tembakau berbeda-beda, hal ini karena petani memilih sendiri saluran mana yang menurut petani efisien dalam mendapatkan keuntungan. Ketiga jenis penjualan yang dilakukan oleh petani juga mengakibatkan pemilihan saluran pemasaran pada ketiga jenis penjualan berbeda-beda, antara lain:

1. Penjualan tembakau untingan
 - a. Saluran pemasaran I (petani - gudang pembelian)
 - b. Saluran pemasaran II (petani-pedagang pengumpul-gudang pembelian)
2. Penjualan tembakau setengah kering
 - a. Saluran pemasaran III (petani-blandang kecil-gudang pembelian)

- b. Saluran pemasaran IV (petani-blandang besar-gudang pembelian)
- c. Saluran pemasaran V (petani-blandang kecil-blandang besar-gudang pembelian)
3. Penjualan tembakau secara tebasan
 - a. Saluran pemasaran VI (petani-blandang kecil-blandang besar-gudang pembelian)

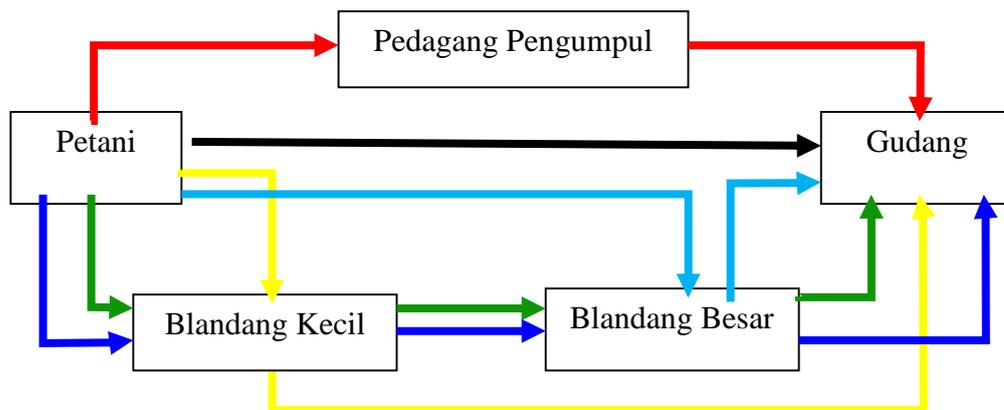
Berdasarkan tabel 3, saluran pemasaran I pada penjualan tembakau untingan sebesar 13 orang dengan persentase 23,63%. Saluran pemasaran II pada pada penjualan tembakau untingan sebesar 5 orang dengan persentase 9,10%. Saluran pemasaran V pada penjualan tembakau setengah kering sebesar 4 orang dengan persentase 7,27%. Saluran pemasaran IV pada penjualan tembakau setengah kering sebesar 3 orang dengan persentase 5,45%, sedangkan saluran pemasaran VI pada penjualan tembakau tebasan sebesar 3 orang dengan persentase 5,45% dan saluran pemasaran III pada penjualan tembakau kasturi setengah kering memiliki jumlah petani yang lebih besar yaitu sebesar 27 orang dengan persentase 49,10%.

Gambar 1 merupakan skema saluran pemasaran yang terdapat di Desa Sumberpinang dari ketiga penjualan tembakau kasturi.

Tabel 3. Jumlah Petani dalam Memilih Saluran Pemasaran pada Berbagai Jenis Penjualan Tembakau Kasturi

Jenis Penjualan	Saluran Pemasaran	Jumlah Petani (Orang)	Persentase (%)
Untingan	I	13	23,63
	II	5	9,10
Setengah Kering	III	27	49,10
	IV	3	5,45
	V	4	7,27
Tebasan	VI	3	5,45
Jumlah		55	100

Sumber : Data primer diolah tahun 2014,(Lampiran M)



Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran Ketiga Penjualan Tembakau Kasturi

Keterangan gambar 1. sebagai berikut:

- Garis hitam — : Saluran Pemasaran I penjualan tembakau untingan (23,63%)
- Garis merah — : Saluran Pemasaran II penjualan tembakau untingan (9,10%)
- Garis kuning — : Saluran Pemasaran III penjualan tembakau setengah kering (49,10%)
- Garis biru muda — : Saluran Pemasaran IV penjualan tembakau setengah kering (5,45%)
- Garis hijau — : Saluran Pemasaran V penjualan tembakau setengah kering (7,27%)
- Garis biru tua — : Saluran Pemasaran VI penjualan tembakau tebasan (5,45%)

Tabel 4. Margin Pemasaran, Share Biaya dan Keuntungan Penjualan Tembakau Untingan

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)			DM(%)		/C
			Harga	Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Saluran Pemasaran I								
1	Petani	116.615,40	100,00					
	a. Biaya Transportasi	1.961,54					0,00	
	b. Keuntungan	114.653,86				0,00		58,45
2	Gudang	116.615,40						
Margin Pemasaran			0,00	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00
				100,00		0,00		
Saluran Pemasaran II								
1	Petani	94.000,00	86,24					
	a. Biaya Transportasi	750,00						
	b. Keuntungan	93.250,00						
2	Pedagang Pengumpul							
	a. Harga Beli	94.000,00						
	b. Biaya TK	1.000,00			0,92		6,67	
	c. Biaya Transpor	1.000,00			0,92		6,67	
	d. Harga Jual	109.000,00						
	e. Keuntungan	13.000,00		11,93		86,67		6,50
3	Gudang	109.000,00						
Margin Pemasaran			15.000,00	86,24	11,93	1,83	86,67	13,33
				100,00		100,00		

Sumber : Data primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 4, analisis penampilan pasar yaitu margin pemasaran dan share biaya dan keuntungan tembakau untingan. Harga jual tembakau untingan pada saluran pemasaran I sebesar Rp 116.615,40/kg atau 100% dari rata-rata 4 kriteria tembakau kasturi, sedangkan saluran pemasaran II harga jual tembakau untingan petani sebesar Rp 94.000,00/kg atau 86,24% dari rata-rata 4 kriteria tembakau kasturi sehingga keuntungan yang diterima petani pada pola saluran pemasaran I lebih besar daripada petani pada pola saluran pemasaran II. Petani mengeluarkan biaya transportasi sebesar Rp 1.961,54/kg pada saluran pemasaran I. Pada saluran pemasaran II, pedagang pengumpul (spikulan) mengeluarkan biaya pemasaran juga saat menjual tembakau sebesar Rp 2.000,00/kg yang terdiri dari biaya tenaga kerja dari pedagang pengumpul dan biaya transportasi pedagang pengumpul ke gudang. Saluran pemasaran I lebih efisien daripada saluran pemasaran II pada penjualan tembakau untingan.

Berdasarkan tabel 4, nilai margin pemasaran I (Rp 0) > daripada nilai margin pemasaran saluran pemasaran II (Rp 15.000,00). Teori margin pemasaran mengatakan bahwa semakin rendah nilai margin pemasaran maka semakin efisien pemasaran yang dilakukan, hal ini sesuai dengan keadaan di lapang dimana petani mendapatkan keuntungan yang lebih besar saat petani menjual tembakau untingan langsung ke gudang pembelian daripada melalui lembaga pemasaran. Petani yang melakukan penjualan tembakau untingan melalui lembaga pemasaran dikarenakan petani tidak memiliki akses untuk menjual langsung ke gudang sehingga petani tidak dapat menjual tembakau untingan langsung ke gudang pembelian.

Share harga pada saluran pemasaran pada penjualan tembakau untingan yang paling tinggi adalah pada saluran pemasaran I sebesar 100% karena petani langsung menjual tembakau ke gudang pembelian tanpa melibatkan lembaga pemasaran. Harga jual ditingkat petani yang tinggi akan

menghasilkan share harga yang tinggi pula. Share biaya dipengaruhi biaya pemasaran yang dikeluarkan antara lain biaya tenaga kerja lembaga pemasaran dan biaya transportasi yang mengukur jarak tempuh antara lembaga pemasaran lain maupun ke gudang pembelian. Share keuntungan merupakan perbandingan keuntungan yang didapat lembaga pemasaran dengan harga tembakau di gudang pembelian. Share biaya pada saluran pemasaran II sebesar 1,83% sedangkan share keuntungan sebesar 11,93%, hal ini dapat dikatakan keuntungan yang didapat pedagang pengumpul pada saluran pemasaran II lebih besar dari biaya pemasaran yang dikeluarkan. Nilai distribusi margin untuk mengetahui tingkat pemerataan pembagian keuntungan bagi masing-masing lembaga pemasaran. Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul sebesar Rp 13.000,00 atau 86,67% dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 2.000,00 atau 13,33%.

Berdasarkan tabel 5, saluran pemasaran III lebih efisien daripada saluran pemasaran IV dan V pada penjualan tembakau setengah kering, hal ini dapat dilihat dari tabel 5 nilai margin pemasaran III (Rp 44.148,16) > IV (Rp 47.999,97) > V (Rp 257.000,00). Share harga pada saluran pemasaran pada penjualan tembakau setengah kering yang paling tinggi adalah pada saluran pemasaran IV sebesar 58,02% daripada saluran pemasaran III (56,67%) dan saluran pemasaran V (50,43%), hal ini menunjukkan bahwa petani pada saluran pemasaran IV menerima harga yang dibayarkan gudang pembelian sebesar 58,02% lebih besar daripada saluran pemasaran III dan saluran pemasaran V. Walaupun dilihat dari persentase share harga pada saluran pemasaran III dan V lebih rendah daripada saluran pemasaran IV, petani tidak dirugikan dalam saluran-saluran pemasaran tersebut karena petani tidak mengeluarkan biaya apapun untuk sortasi dan transportasi selain itu petani juga tidak memiliki resiko apapun untuk ditanggung. Share biaya pada saluran-saluran pemasaran

pada penjualan tembakau setengah kering paling tinggi adalah saluran pemasaran IV sebesar 2,17% sedangkan share biaya paling rendah adalah saluran pemasaran III sebesar 1,73%. Saluran pemasaran III dan IV, blandang kecil dan blandang besar langsung menjual ke gudang pembelian sedangkan saluran pemasaran V yang terdapat 2 lembaga pemasaran sebelum dijual ke gudang pembelian.

Share keuntungan paling tinggi adalah saluran pemasaran III sebesar 41,60% untuk blandang kecil. Share keuntungan pada saluran pemasaran IV sebesar 40,23% sedangkan pada saluran pemasaran V sebesar 10,87% untuk blandang kecil dan 36,52% untuk blandang besar. Keuntungan yang diterima blandang kecil pada saluran

pemasaran III sebesar Rp 42.385,20 atau 96,01% dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 1.762,97 atau 3,99%. Saluran pemasaran IV, keuntungan yang diterima blandang besar sebesar Rp 45.999,97 atau 95,83% dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 2.000,00 atau 4,17%. Saluran pemasaran V, keuntungan yang diterima blandang kecil sebesar Rp 12.500,00 dengan distribusi margin 21,93% sedangkan keuntungan yang diterima blandang besar sebesar Rp 42.000,00 dengan distribusi margin 73,68% sehingga distribusi saluran pemasaran V tidak merata karena keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran memiliki selisih yang relatif besar yaitu 51,75%.

Tabel 5. Margin Pemasaran, Share Biaya dan Keuntungan Penjualan Tembakau Setengah Kering (Kerosok/Ngotok)

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)			DM(%)		/C
			Harga	Ski	Sbi	Ski	Sbi	
Saluran Pemasaran III								
1	Petani	57.740,74	56,67					
2	Blandang Kecil							
	a. Harga Beli	57.740,74						
	b. Biaya TK	1.087,04			1,07		2,46	
	c. Biaya Transpor	675,93			0,66		1,53	
	d. Harga Jual	101.888,90						
	e. Keuntungan	42.385,20		41,60		96,01		24,04
3	Gudang	101.888,90						
	Margin Pemasaran	44.148,16	56,67	41,60	1,73	96,01	3,99	
				100,00		100,00		
Saluran Pemasaran IV								
1	Petani	66.333,33	58,02					
2	Blandang Besar							
	a. Harga Beli	66.333,33						
	b. Biaya TK	1.250,00			1,09		2,60	
	c. Biaya Transportasi	750,00			0,66		1,56	
	d. Harga Jual	114.333,30						
	e. Keuntungan	45.999,97		40,23		95,83		23,00
3	Gudang	114.333,30						
	Margin Pemasaran	47.999,97	58,02	40,23	1,75	95,83	4,17	
					100,00		100,00	
Saluran Pemasaran V								
1	Petani	58.000,00	50,43					
2	Blandang Kecil							
	a. Harga Beli	58.000,00						
	b. Biaya TK	250,00			0,22		0,44	
	c. Biaya Transportasi	250,00			0,22		0,44	
	d. Harga Jual	71.000,00						
	e. Keuntungan	12.500,00		10,87		21,93		25,00

3	Blandang Besar						
	a. Harga Beli	71.000,00					
	b. Biaya TK	1.250,00		1,09		2,19	
	c. Biaya Transportasi	750,00		0,65		1,32	
	d. Harga Jual	115.000,00					
	e. Keuntungan	42.000,00	36,52		73,68		21,00
4	Gudang	115.000,00					
Marjin Pemasaran		57.000,00	50,43	47,39	2,17	95,61	4,39
					100,00		100,00

Sumber : Data primer diolah tahun 2014

Nilai margin paling rendah dari ketiga saluran pemasaran pada penjualan tembakau setengah kering adalah saluran pemasaran III dan keuntungan yang didapatkan lembaga pemasaran juga besar maka saluran pemasaran III lebih efisien daripada saluran pemasaran lainnya, karena memiliki nilai marjin terkecil, dan nilai share keuntungan terbesar yang didapat lembaga pemasaran dan share biaya yang dikeluarkan terkecil oleh ketiga saluran pemasaran yaitu (41,60%) > share biaya (1,73%) diperoleh saluran pemasaran III. Share harga terbesar yang diterima petani berada di saluran pemasaran IV.

Pemasaran tembakau secara tebasan terdapat satu saluran pemasaran yaitu dari petani ke blandang kecil diteruskan ke blandang besar kemudian ke gudang pembelian. Blandang kecil memerlukan biaya yang lebih banyak daripada blandang besar, hal ini dikarenakan blandang besar harus melakukan pemanenan dan proses pasca panen sebelum menjual tembakau kepada blandang besar sehingga biaya yang dikeluarkan blandang kecil yaitu biaya tenaga kerja untuk proses pemanenan, pengeringan hingga sortasi dan juga biaya transportasi ke blandang besar. Nilai margin pemasaran, share biaya dan keuntungan penjualan tembakau secara tebasan dapat dilihat dari tabel 6.

Harga jual tembakau secara tebasan sebesar Rp 52.500,00/kg dari rata-rata 4 kriteria tembakau kasturi ke blandang kecil dan harga jual tembakau tebasan sebesar Rp 58.000,00/kg ke blandang besar, serta harga jual ke gudang pembelian sebesar Rp 80.666,67 sehingga margin pemasaran saluran pemasaran tembakau tebasan sebesar

Rp 28.166,67. Share harga merupakan perbandingan harga tembakau ditingkat petani dengan harga tembakau ditingkat gudang pembelian. Share harga pada saluran pemasaran pada penjualan tembakau tebasan sebesar 65,08%, hal ini dapat dikatakan bahwa petani menerima harga yang dibayarkan gudang pembelian sebesar 65,08% sehingga petani dirugikan dalam saluran pemasaran tersebut walaupun petani tidak mengeluarkan biaya apapun untuk sortasi dan transportasi selain itu petani juga tidak memiliki resiko apapun untuk ditanggung.

Share keuntungan blandang kecil sebesar -6,13% sedangkan untuk blandang besar sebesar 25,62%. Keuntungan yang diterima blandang kecil sebesar Rp -4.941,67 dengan distribusi marjin -17,54% sedangkan keuntungan yang diterima blandang besar sebesar Rp 20.666,67 dengan distribusi marjin 73,37% sehingga distribusi saluran pemasaran V tidak merata karena keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran memiliki selisih yang relative besar yaitu 90,91%.

Blandang kecil mengalami kerugian diakibatkan oleh biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif besar untuk biaya tenaga kerja karena tembakau yang dibeli blandang secara tebasan memerlukan proses lebih lanjut sebelum dijual kembali ke blandang besar. Saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran yang paling rendah. Saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran yang paling rendah.

Saluran pemasaran yang efisien dapat pula dilihat dari perbandingan share biaya

dan share keuntungan pada masing-masing saluran pemasaran. Saluran pemasaran pada ketiga penjualan yaitu penjualan tembakau untingan, setengah kering, dan tembakau yang dijual secara tebasan.

Berdasarkan margin pemasaran pada ketiga saluran pemasaran terbaik pada ketiga penjualan tembakau kasturi yaitu saluran pemasaran I pada penjualan tembakau untingan, saluran pemasaran III pada penjualan tembakau setengah kering, dan saluran pemasaran VI pada penjualan tembakau secara tebasan, maka saluran pemasaran yang sangat efisien adalah saluran pemasaran I penjualan tembakau untingan. Hal ini dikarenakan petani langsung menjual tembakau ke gudang pembelian tanpa adanya perantara lembaga pemasaran dan harga jual yang diterima petani lebih tinggi karena petani pada

saluran pemasaran I mempunyai akses untuk menjual tembakau kepada gudang pembelian sedangkan petani yang tidak mempunyai akses akan kesulitan menjual tembakau jika langsung dijual ke gudang pembelian.

Analisis lain untuk melihat penampilan pasar adalah dengan melihat efisiensi pemasaran dan elastisitas transmisi harga. Efisiensi pemasaran digunakan untuk melihat seberapa besar tingkat persentase efisiensi dari masing-masing saluran pemasaran pada ketiga penjualan tembakau kasturi. Elastisitas transmisi harga digunakan untuk melihat perubahan nisbi dari harga di tingkat pengecer dengan perubahan harga di tingkat petani pada saluran pemasaran ketiga penjualan tembakau kasturi.

Tabel 6. Margin Pemasaran, Share Biaya dan Keuntungan Penjualan Tembakau secara Tebasan

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)			DM(%)		/C
			Harga	Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani	52.500,00	65,08					
2	Blandang Kecil							
	a. Harga Beli	52.500,00						
	b. Biaya Tenaga Kerja	9.441,67			11,70		33,52	
	c. Biaya Transportasi	1.000,00			1,24		3,55	
	d. Harga Jual	58.000,00						
	e. Keuntungan	-4.941,67		-6,13		-17,54		-0,47
3	Blandang Besar							
	a. Harga Beli	58.000,00						
	b. Biaya Tenaga Kerja	1.250,00			1,55		4,44	
	c. Biaya Transportasi	750,00			0,93		2,66	
	d. Harga Jual	80.666,67						
	e. Keuntungan	20.666,67		25,62		73,37		10,33
4	Gudang	80.666,67						
	Marjin Pemasaran	28.166,67	65,08	19,49	15,42	55,83	44,17	
				100,00		100,00		

Sumber : Data primer diolah tahun 2014,(Lampiran M)

Tabel 7. Efisiensi Pemasaran pada Ketiga Penjualan Tembakau Kasturi di Desa Sumberpinang

Jenis Penjualan	Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Untingan	(I) Petani-Gudang	1.961,54	116.615,40	1,68
	(II) Petani - Pedagang Pengumpul-Gudang	2.750,00	109.000,00	2,52
Setengah Kering	(III) Petani - Blandang Kecil-Gudang	1.762,96	101.888,90	1,73
	(IV) Petani - Blandang Besar-Gudang	2.000,00	114.333,30	1,75
	(V) Petani - Blandang Kecil - Blandang Besar- Gudang	2.500,00	115.000,00	2,17
Tebasan	(VI) Petani - Blandang Kecil - Blandang Besar- Gudang	12.441,67	80.666,67	15,42

Sumber : Data primer diolah tahun 2014,(Lampiran M)

Berdasarkan tabel 7, penjualan tembakau untingan efisiensi pemasaran paling kecil terdapat pada saluran pemasaran I (1,68%) daripada saluran pemasaran II (2,52%). Efisiensi pemasaran paling kecil pada penjualan tembakau setengah kering terdapat pada saluran pemasaran III (1,73%) daripada saluran pemasaran IV (1,75%) dan saluran pemasaran V (2,17%) sedangkan pada penjualan tembakau secara tebasan, efisiensi pemasaran sebesar 15,42%.

Berdasarkan perhitungan efisiensi pemasaran, saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran I pada penjualan tembakau untingan karena memiliki nilai efisiensi pemasaran lebih kecil daripada yang lain yaitu sebesar 1,68%. Hal ini sesuai apabila ditinjau dari segi harga ditingkat petani dikarenakan harga jual yang diterima petani lebih besar karena langsung melakukan penjualan ke gudang pembelian dan petani memiliki akses ke gudang yaitu sebesar Rp 116.615,40/kg dan harga jual dari petani ke pedagang pengumpul sebesar Rp 109.000,00/kg sedangkan pada penjualan tembakau setengah kering pada masing-masing saluran pemasaran, harga jual yang diterima petani sebesar Rp 101.888,90/kg, Rp 114.333,30/kg, dan Rp 115.000,00/kg. Harga jual yang diterima petani pada penjualan tembakau secara tebasan sebesar Rp 80.666,67/kg. Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk melihat respon harga ditingkat petani tembakau

sebagai akibat dari perubahan harga ditingkat konsumen (gudang pembelian).

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui nilai koefisien elastisitas transmisi harga. Data yang digunakan untuk analisis elastisitas transmisi harga adalah data harga ditingkat petani dan data harga ditingkat konsumen (gudang pembelian) pada lampiran P. Berdasarkan hasil perhitungan analisis elastisitas transmisi harga pada tabel 8, didapatkan persamaan sebagai berikut.

1. Penjualan Tembakau Untingan : $\text{LnPf} = \text{Ln} -5,129 + 1,437\text{LnPr}$
2. Penjualan Tembakau Setengah Kering : $\text{LnPf} = \text{Ln} 5,027 + 0,515\text{LnPr}$
3. Penjualan Tembakau Secara Tebasan : $\text{LnPf} = \text{Ln} 37,498 - 2,357\text{LnPr}$

Berdasarkan persamaan di atas, maka elastisitas transmisi harga antara petani tembakau dengan konsumen (gudang pembelian) pada penjualan tembakau untingan sebesar 1,437 dimana nilai koefisien lebih besar dari 1 ($1,437 > 1$). Bila terjadi perubahan harga 1% ditingkat konsumen maka harga tembakau ditingkat petani berubah sebesar 1,437%. Hal ini menunjukkan bahwa laju perubahan harga ditingkat petani relatif besar dibandingkan perubahan harga ditingkat konsumen. Hal ini memberikan indikasi bahwa petani cepat menerima informasi pasar terutama jika terjadi perubahan terhadap harga tembakau kasturi.

Tabel 8. Perhitungan Nilai Elastisitas Transmisi Harga pada Ketiga Penjualan Tembakau Kasturi

No.	Jenis Penjualan	n	Konstanta (α_0)	Konstanta (α_1)	t - hitung	Sig
1	Untingan	18	-5,129	1,437	-1,899	1,29E-5
2	Setengah kering	34	5,027	0,515	2,961	0,001
3	Tebasan	3	37,498	-2,357	26,830	0,033

t-tabel : 6,314

Taraf Kepercayaan 95%

Sumber : Data primer diolah tahun 2014,(Lampiran P)

Nilai elastisitas transmisi harga antara petani tembakau dengan konsumen (gudang pembelian) pada penjualan tembakau setengah kering sebesar 0,515 dimana nilai koefisien lebih kecil dari 1 ($0,515 < 1$). Bila terjadi perubahan harga 1% ditingkat konsumen maka harga tembakau ditingkat petani berubah sebesar 0,515%. Hal ini menunjukkan bahwa laju perubahan harga ditingkat petani relatif kecil dibandingkan perubahan harga ditingkat konsumen. Hal ini memberikan indikasi bahwa petani lambat dalam menerima informasi pasar terutama jika terjadi perubahan terhadap harga tembakau kasturi. Sedangkan nilai elastisitas transmisi harga antara petani tembakau dengan konsumen (gudang pembelian) pada penjualan tembakau secara tebasan sebesar -2,537 dimana nilai koefisien lebih besar dari 1 ($-2,537 < 1$). Bila terjadi perubahan harga 1% ditingkat konsumen maka harga tembakau ditingkat petani menurun sebesar 2,537%. Hal ini menunjukkan bahwa laju perubahan harga ditingkat petani relatif kecil dibandingkan perubahan harga ditingkat konsumen. Hal ini memberikan indikasi bahwa petani lambat dalam menerima informasi pasar terutama jika terjadi perubahan terhadap harga tembakau kasturi.

Hasil analisis pada tabel 8 menunjukkan besarnya t-hitung pada masing-masing ketiga penjualan tembakau kasturi. Nilai t-hitung pada masing-masing penjualan tembakau untingan dan setengah kering sebesar -1,899 dan 2,961 dimana t hitung lebih kecil daripada t-tabel (6,314) untuk penjualan tembakau untingan dan setengah kering, hal ini menunjukkan bahwa $H_0 : \alpha_1 = 1$ diterima, maka perubahan harga

tembakau ditingkat konsumen dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat petani tembakau kasturi. Hal ini terjadi karena petani memiliki pengetahuan mengenai informasi harga tembakau kasturi dipasar sehingga petani dapat memperkirakan keuntungan yang akan diperoleh jika menjual tembakau kepada pengecer ataupun gudang dan juga penjual dan pembeli tembakau kasturi jumlahnya banyak karena tidak adanya batasan untuk membeli maupun menjual tembakau kasturi sehingga pelaku pemasaran semakin banyak yang terlibat.

Sedangkan penjualan tembakau secara tebasan sebesar 26,830 dimana t hitung lebih besar daripada t-tabel (6,314), hal ini menunjukkan bahwa $H_0 : \alpha_1 = 1$ ditolak dan $H_0 : \alpha_1 < 1$ diterima, maka perubahan harga tembakau ditingkat konsumen tidak dapat ditransmisikan secara sempurna ke tingkat petani tembakau kasturi. Hal ini terjadi karena petani kurang memiliki pengetahuan mengenai informasi harga tembakau kasturi dipasar sehingga petani berada pada posisi tawar terendah dalam menentukan harga dan pedagang yang menentukan harga tembakau yang ada di pasar.

Tingkat Kemerataan Pelaku Pemasaran Tembakau Kasturi Desa Sumberpinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember

Menurut Riniati (2007) saluran distribusi pemasaran dikatakan tidak efisien bila perbedaan distribusi keuntungannya semakin besar, dan sebaliknya sehingga perlu diberikan batasan berapa persen perbedaan tersebut dikatakan besar dan berapa persen perbedaan tersebut dikatakan kecil. Analisis terhadap pemerataan share

keuntungan maupun pemerataan share biaya sebaiknya tidak berjalan sendiri-sendiri, tetapi harus dianalisis secara bersamaan. Hal tersebut ditinjau dari sisi keadilan, maka antara share keuntungan dan share biaya mempunyai hubungan yang tidak bisa dipisahkan.

Tingkat pemerataan pelaku pemasaran tembakau kasturi merupakan analisis lanjutan dari share biaya dan share keuntungan untuk melihat pemerataan share biaya yang dikeluarkan dengan share keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing pelaku pemasaran. Tingkat pemerataan pelaku pemasaran tembakau kasturi diuji menggunakan analisis distribusi Kai-Kuadrat (*Chi-Square Distribution*) semua saluran pemasaran pada ketiga penjualan tembakau kasturi yaitu penjualan tembakau secara untingan, penjualan tembakau setengah kering, dan tembakau tebasan.

Berdasarkan tabel 9, hasil pengujian statistik *Chi-Square* dengan taraf kepercayaan 99%, nilai X^2 hitung adalah $45,594 > X^2$ tabel $(_{0,01,4})$ yaitu 11,345 dengan signifikansi 2,99E-09, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. H_1 diterima berarti rata-rata persentase keuntungan bagi masing-masing lembaga pemasaran tembakau tidak sama dengan rata-rata persentase biaya bagi masing-masing lembaga pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi keuntungan berbeda dengan proporsi biaya masing-masing pelaku pemasaran. Awal penelitian, peneliti menggunakan taraf kepercayaan sebesar 95% namun setelah di analisis menggunakan SPSS, dengan taraf kepercayaan 99%, hasil analisis sudah signifikan dan dapat menjelaskan proporsi

Tabel 9. Hasil Perhitungan Distribusi Kai-Kuadrat (*Chi-Square Distribution*) Pelaku Pemasaran Tembakau Kasturi

Keterangan	Nilai Perhitungan Analisis <i>Chi-Square</i>
Chi-Square	45,594
Sig.	2,99E-09
X^2 tabel $(_{=0,01,df=4})$: 11,345	
Taraf kepercayaan : 99%	

Sumber : Data primer diolah tahun 2014,(Lampiran M)

keuntungan berbeda dengan proporsi biaya masing-masing pelaku pemasaran.

Hasil analisis distribusi distribusi Kai-Kuadrat (*Chi-Square Distribution*) berbeda dengan yang terjadi di lapang. Pelaku pemasaran di lapang memperoleh keuntungan dengan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Hal ini dikarenakan pelaku pemasaran memerlukan waktu dan biaya yang lebih dalam memasarkan tembakau kasturi yang dibeli dari petani baik tembakau untingan, setengah kering, dan tembakau tebasan. Biaya-biaya pemasaran yang dilakukan pelaku pemasaran dapat dilihat dari fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan. Berikut merupakan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan pelaku pemasaran pada penjualan tembakau untingan, setengah kering, dan tebasan.

Pelaku pemasaran berfungsi sebagai penyalur tembakau yang dipanen petani sampai ke tangan konsumen (gudang pembelian). Pelaku pemasaran di Desa Sumberpinang terdiri dari petani, blandang kecil, blandang besar, dan pedagang pengumpul. Petani melakukan hampir semua fungsi pemasaran pada penjualan tembakau untingan, dilihat pada tabel 10 bahwa petani melakukan fungsi pertukaran (penjualan), fungsi (pengangkutan, penyimpanan), dan fungsi penyedia sarana (informasi pasar, standarisasi, penanggungan resiko). Sedangkan, pedagang pengumpul melakukan fungsi pertukaran (penjualan, pembelian), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan), dan fungsi penyedia sarana (informasi pasar, standarisasi, penanggungan resiko, pembiayaan).

Tabel 10. Fungsi-Fungsi Pemasaran Pelaku Pemasaran pada Penjualan Tembakau Untingan

Pelaku Pemasaran	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisik		Fungsi Penyedia Sarana			
	Penjualan	Pembelian	Pengangkutan	Penyimpanan	Informasi Pasar	Standarisasi	Penanggungan Resiko	Pembiayaan
Petani								
Pedagang Penguapul								

Sumber : Data primer diolah tahun 2014

Tabel 11. Fungsi-Fungsi Pemasaran Pelaku Pemasaran pada Penjualan Tembakau Setengah Kering

Pelaku Pemasaran	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisik		Fungsi Penyedia Sarana			
	Penjualan	Pembelian	Pengangkutan	Penyimpanan	Informasi Pasar	Standarisasi	Penanggungan Resiko	Pembiayaan
Petani								
Blandang Kecil								
Blandang Besar								

Sumber : Data primer diolah tahun 2014

Tabel 12. Fungsi-Fungsi Pemasaran Pelaku Pemasaran pada Penjualan Tembakau Secara Tebasan

Pelaku Pasar	Fungsi Pertukaran		Fungsi Fisik		Fungsi Penyedia Sarana			
	Penjualan	Pembelian	Pengangkutan	Penyimpanan	Informasi Pasar	Standarisasi	Penanggungan Resiko	Pembiayaan
Petani								
Blandang Kecil								
Blandang Besar								

Sumber : Data primer diolah tahun 2014

Berdasarkan tabel 11, dilihat bahwa blandang kecil dan blandang besar banyak melakukan fungsi-fungsi pemasaran daripada petani . blandang besar melakukan fungsi pertukaran (penjualan, pembelian), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan), fungsi penyedia sarana (informasi pasar, standarisasi, penanggungan resiko, pembiayaan). Petani melakukan fungsi pertukaran (penjualan), fungsi penyedia sarana (penanggungan resiko, pembiayaan). Petani tidak melakukan fungsi fisik pemasaran. Blandang kecil melakukan

fungsi pertukaran (penjualan, pembelian), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan), fungsi penyedia sarana (informasi pasar, standarisasi, penanggungan resiko, pembiayaan).

Pada penjualan tembakau tebasan pada tabel 12, blandang kecil melakukan fungsi pertukaran (penjualan, pembelian), fungsi fisik (pengangkutan), fungsi penyedia sarana (informasi pasar, penanggungan resiko, pembiayaan). Petani melakukan fungsi pertukaran (penjualan), fungsi penyedia sarana (penanggungan resiko).

Blandang besar melakukan fungsi pertukaran (penjualan, pembelian), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan), fungsi penyedia sarana (informasi pasar, standarisasi, penanggungan resiko, pembiayaan). Semua pelaku pemasaran mempunyai gudang untuk menyimpan tembakau kasturi tergantung bagaimana pelaku pemasaran memproses tembakau kasturi. Gudang yang dimiliki sebagian besar adalah gudang semi permanen yang hanya dibuat saat musim tanam tembakau berbahan bambu dan terpal. Sebagian gudang ada yang dibuat permanen, biasanya dimiliki oleh blandang besar dan pedagang pengumpul.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Pendapatan petani pada ketiga penjualan tembakau kasturi yaitu penjualan secara tebasan, setengah kering, dan untingan tidak sama atau berbeda.
2. Pemasaran di Desa Sumberinang Kecamatan Pakusari Kabupaten Jember tidak efisien.
3. Rata-rata persentase keuntungan bagi masing-masing lembaga pemasaran tembakau tidak sama dengan rata-rata persentase biaya bagi masing-masing lembaga pemasaran .

Saran

1. Petani diharapkan dapat memproses tembakau pada tingkat untingan, sehingga keuntungan yang didapatkan petani tembakau kasturi juga akan semakin besar.
2. Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran I penjualan tembakau untingan merupakan saluran pemasaran yang sangat efisien, namun petani harus memiliki akses untuk menjual langsung ke gudang. Dengan adanya Asosiasi Petani Tembakau Kasturi Kabupaten Jember (APTK Kab. Jember), petani dapat memanfaatkan lembaga secara maksimal untuk dapat menjual tembakau langsung ke gudang tanpa melalui pedagang perantara sehingga petani dapat meningkatkan keuntungan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Dajan, Anto. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. Jakarta: LP3ES.
- Gujarati, Damodar N. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasan, I. 2001. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Riniati. 2007. Tinjauan Tentang Indikator Efisiensi Pemasaran Komoditi Pertanian. *Jurnal Ilmu Ekonomi*. Vol. 2 (1): 1-7.
- Santoso, Kabul. 1991. *Tembakau dalam Analisis Ekonomi*. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember.