

ANALISIS SCP (*STRUCTURE, CONDUCT, PERFORMANCE*) TEBAKAU VOOR-OOGST KASTURI DI KABUPATEN JEMBER

Beby Alfin Naby¹, Hikmatul Lutfiah²

1. Beby Alfin Naby,
Universitas Islam
Jember, Indonesia.
2. Hikmatul Lutfiah,
Universitas Islam
Jember, Indonesia.
3. Email
korespondensi:
hikmatullutfiah@gmail.com

ABSTRACT

In Jember Regency, Kalisat District produces the most Voor-Oogst Kasturi tobacco. As a result, the purpose of this study is to understand the structure, conduct and performance of the Voor-Oogst Kasturi Tobacco Market in the Jember Regency. Purposive and snowball sampling were used to collect samples. Structure, Conduct, and Performance (SCP) analysis was the technique employed. The findings indicated that an oligopsony type of market structure existed between farmer marketing agencies, small netherlands, and wholesalers in the kasturi tobacco market. In addition, market activity affects prices at the level of farmers, small-scale traders, and major dealers as price takers, while warehouses act as the tobacco estuary and determine prices. The technique used to determine prices is a bargaining system, and the price correlations for otok'an tobacco were found to be 0.010, 0.008 for spun tobacco, and 0.002 for otok'an-untingan tobacco, meaning that it is not perfect. While this is going on, the marketing performance for squirt tobacco's first marketing channel shows a marketing margin of 0, with channel I's profit share being 65.17% and its cost share being 0.96%.

Keywords: *Conduct and Performance; Market Structure; Voor-Oogst Kasturi Tobacco*

ABSTRAK

Kecamatan Kalisat merupakan penghasil Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi tertinggi di Kabupaten Jember. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kabupaten Jember. Sampel diambil dengan *Purposive* dan *Snowball sampling* Metode yang digunakan adalah analisis SCP (*Structure, Conduct, and*

Performance). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar Tembakau Kasturi antar lembaga pemasaran petani, belandang kecil dan pedagang besar yaitu tipe struktur pasar oligopsoni. Selanjutnya perilaku pasar dalam penentuan harga pada tingkat petani, belandang kecil, dan pedagang besar sebagai penerima harga (*price taker*) sedangkan gudang sebagai muara dari Tembakau Kasturi sebagai penentu harga. Sistem penentuan harga sistem tawar menawar, dimana korelasi harga yang didapatkan yaitu 0,010 untuk tembakau *otok'an*, 0,008 untuk tembakau *untingan*, serta 0,002 untuk tembakau *otok'an-untingan* berarti tidak sempurna. Sedangkan kinerja pemasaran pada saluran pemasaran I tembakau *untingan*, margin pemasaran 0 dimana *share* keuntungan pada saluran I 65,17% sedangkan *share biaya* sebesar 0,96%.

Kata Kunci: *Perilaku dan Kinerja Pasar; Struktur; Tembakau Voor-Oogs Kasturi*

PENDAHULUAN

Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi merupakan salah satu komoditi perkebunan yang ada di Kabupaten Jember. Salah satu penghasil Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi adalah Kecamatan Kalisat. Pada umumnya, pasar tembakau di Kecamatan Kalisat dikuasai oleh perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan ini mengolah tembakau untuk digunakan sebagai bahan campuran rokok kretek. Sehingga dalam pemasarannya, petani hanya bertindak sebagai produsen. Perusahaan tidak mengambil seluruh bagian dari tembakau. Hanya bagian tertentu yang diambil sesuai dengan kelas (*grade*) dari kualitas daun yang dihasilkan. Dikarenakan sulitnya memasukkan tembakau ke dalam perusahaan, alternatif yang diambil adalah, petani memilih lembaga pemasaran untuk memasukkannya ke dalam perusahaan, sehingga alur pemasaran yang berlangsung menjadi panjang. Panjangnya alur pemasaran membuat margin pemasaran yang dihasilkan semakin besar karena adanya biaya

tambahan saat proses pemasaran yang berlangsung. Selain itu, posisi petani sebagai produsen menjadi lemah sebab petani bertindak sebagai penerima harga. Maka, tujuan dari diadakannya penelitian ini ialah untuk mengetahui struktur, perilaku dan kinerja pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pemilihan lokasi penelitian tersebut dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*), dengan pertimbangan menurut data BPS, Kecamatan Kalisat merupakan daerah penghasil tembakau terbesar di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan metode *Purposive* dan *Snowball* sampling dalam pengambilan sampelnya. Analisis tujuan 1 dianalisis menggunakan metode pangsa pasar (Kirana, 1993).

$$Msi = \frac{Si}{Stot} \times 100$$

Keterangan:

Msi = Pangsa pasar lembaga ke-i (%)

Si = Penjualan lembaga pemasaran ke-i (%)

$Stot$ = Penjualan total lembaga pemasaran (kg)

Analisis tujuan kedua dengan CR_4 (*Concentration Ratio for The Biggest Four*), menurut Nurhasanah (2019), pengukuran rasio konsentrasi pasar dilakukan pada empat perusahaan terbesar (CR_4), yang dimaksud CR_4 adalah penggabungan empat pangsa pasar perusahaan terbesar dengan rumus sebagai berikut:

$$CR_4 = S_1 + S_2 + S_3 + S_4$$

Keterangan:

CR_4 = *Concentration Ratio for The Biggest Four* (%)

- S1 = Pangsa Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi ke-1
 S2 = Pangsa Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi ke-2
 S3 = Pangsa Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi ke-3
 S4 = Pangsa Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi ke-4

Kriteria pengambilan keputusan

- $CR_4 < 40\%$, pasar yang bersaing dan mendekati model persaingan sempurna
- $40\% \leq CR_4 \leq 60\%$, pasar yang bersaing dan tidak sempurna mengarah pada pasar oligopsoni longgar.
- 60 – 100 %, pasar sangat terkonsentrasi dan cenderung ke arah pasar oligopsoni ketat (Arsyad, 1996).

Analisis tujuan ketiga dengan melihat korelasi harga atau hubungan harga antara dua pasar yang ada dan dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2009):

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum Xi^2 - (X)^2]} \sqrt{[n \sum Yi^2 - (Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Korelasi harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen
 n = Jumlah sampel
 X_i = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)
 Y_i = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Kriteria Pengambilan keputusan:

Tabel 1. Kriteria pengambilan keputusan koefisien korelasi harga

Nilai r	Kriteria Hubungan	Integrasi Pasar
0	Tidak Ada Korelasi	Tidak Sempurna
0 - 0,5	Korelasi Lemah	Tidak Sempurna
>0,5 - 0,8	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
>0,8 - 1	Korelasi Kuat	Tidak Sempurna
1	Sempurna	Sempurna

Sumber: Sudiyono, 2001

Analisis tujuan keempat pada kinerja pasar menggunakan margin pemasaran di dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)

(Tomek dan Robinson, 1972)

Analisis tujuan kelima dengan metode perhitungan *Share* biaya dan *share* keuntungan. *Share* biaya secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Sbi = \frac{Bi}{(Pr - Pf)} \times 100\%$$

Secara matematis *share* keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Ski = \frac{Ki}{(Pr - Pf)} \times 100\%$$

Keterangan:

Sbi = *Share* biaya lembaga pemasaran ke-i (%)

Ski = *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i (%)

Bi = Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i (Rp/Kg)

Ki = Keuntungan lembaga pemasaran ke-I (Rp/Kg)

Pr = Harga Tembakau di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

Pf = Harga Tembakau di tingkat produsen (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan:

- Ski > Sbi, maka saluran pemasaran menguntungkan.
- Ski < Sbi, maka saluran pemasaran tidak menguntungkan.

(Gultom, 1996 dalam Putra Bisuk, 2009)

Analisis tujuan keenam menggunakan *farmer share*, secara matematis *farmer share* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Kohls dan Uhl, 2002):

$$Fs = \frac{Pf}{Ps} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Bagian harga yang diterima petani (%)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Ps = Harga di tingkat pedagang (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan:

Fs \geq 40% maka *farmer's share* dikatakan efisien

Fs \leq 40% maka *farmer's share* dikatakan tidak efisien

Analisis tujuan ketujuh menggunakan *efisiensi* pemasaran. Menurut Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total biaya (Rp/Kg)

TNP = Total nilai produk (Rp/Kg)

Kriteria pengambilan keputusan:

a. Jika EP \leq 50%, maka saluran pemasaran adalah efisien

b. Jika EP \geq 50%, maka saluran pemasaran adalah tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi

a) Pasar di Tingkat Petani

Gambaran pasar yang dihadapi petani tembakau dapat dilihat dari sisi penjual cenderung mengarah pada pasar persaingan sempurna. Beberapa petani melakukan pemasaran dengan pelaku

pemasaran yang terlibat dalam pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kecamatan Kalisat disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Pelaku Pemasaran pada Pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kec. Kalisat

Pelaku Pasar	Sampel	Persentase
Petani	16	53%
Belandang Kecil	5	17%
Pedagang Besar	9	30%
Total	30	100%

Sumber data primer, diolah 2022

Petani melakukan diferensiasi produk ada yang tidak, dimana petani ada yang menjualnya disatukan dari awal panen hingga akhir, ada juga yang dipisahkan setiap panennya. Petani mendapatkan informasi pasar dari sesama petani dan beberapa petani yang merangkap sebagai pedagang. Dari segi hambatan keluar masuk pasar, kendala terbesar yang dihadapi petani adalah cuaca yang tidak menentu, besarnya modal, kurangnya SDM yang mumpuni mengenai kualifikasi tembakau, serta kurangnya jaringan/*channel* pada proses pemasaran tembakau.

b) Pasar di Tingkat Belandang Kecil

Berdasarkan hasil penelitian, gambaran pasar di tingkat belandang kecil mengarah kepada pasar persaingan tidak sempurna (oligopsoni). Jika dilihat dari jumlah pembeli, banyaknya belandang kecil lebih sedikit dibandingkan pedagang besar, di mana belandang kecil sebanyak 17% sedangkan pedagang besar sebanyak 30%. Informasi pasar yang didapatkan oleh belandang berasal dari sesama belandang, pedagang, serta gudang. Produk yang dijual tidak terjadi diferensiasi dimana produk yang dijual berupa tembakau *otok'an*. Informasi pasar yang didapatkan oleh belandang berasal dari sesama belandang, pedagang, serta gudang. Selain dihambat oleh besarnya modal,

belandang juga terkendala oleh sedikitnya produk yang diterima oleh gudang, sehingga belandang memilih menjual kepada pedagang.

c) Pasar di Tingkat Pedagang Besar

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa gambaran pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kecamatan Kalisat di tingkat pedagang mengarah pada pasar oligopsoni. Pedagang melakukan diferensiasi pada produknya karena tidak semua gudang menerima tembakau berupa *oto'an* dan *untingan*. Informasi pasar mengenai harga tembakau didapatkan pedagang langsung dari perusahaan serta dari sesama pedagang. Hambatan yang dialami oleh pedagang ialah cuaca karena berpengaruh terhadap kualitas tembakau. Jika dalam proses pengiriman terjadi hujan, kualitas tembakau akan menurun. Selain itu, besarnya modal juga menjadi hambatan yang dihadapi oleh pedagang. Selanjutnya hasil analisis mengenai CR₄ disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis CR₄

Lembaga Pemasaran		Konsentrasi Pasar	Jenis Struktur Pasar
Petani	<i>Otok'an</i>	87,76%	Oligopsoni Ketat
	<i>Untingan</i>	62,59%	Oligopsoni Ketat
Belandang Kecil		90,65%	Oligopsoni Ketat
Pedagang	<i>Otok'an</i>	100,00%	Oligopsoni Ketat
	<i>Untingan</i>	100,00%	Oligopsoni Ketat
	<i>Otok'an-Untingan</i>	92,25%	Oligopsoni Ketat

Sumber data primer, diolah 2022

Fungsi Pemasaran

Petani dan Lembaga pemasaran yaitu belandang kecil dan pedagang besar melakukan fungsi-fungsi pemasaran agar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi sampai ke gudang sebagai berikut.

Tabel 4. Fungsi pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kec. Kalisat

Fungsi Pemasaran	Nama Lembaga
------------------	--------------

	Petani	Belandang	Pedagang
Pembelian	-	√	√
Penjualan	√	√	√
Pengangkutan	- dan √	- dan √	√
Pengemasan	√	-	√
Penyimpanan	√	-	- dan √
Sortasi & grading	√	√	√
Bongkar Muat	- dan √	√	- dan √
Penanggungan Risiko	-	-	-

Sumber data primer, diolah 2022

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran meliputi pembelian, penjualan, pengangkutan, pengemasan, penyimpanan, sortasi, bongkar muat dan penanggungan risiko. Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda sesuai dengan kebutuhan untuk memasarkan tembakau. Perbedaan itulah yang membuat biaya pengeluaran dan keuntungan yang didapatkan tidak sama.

Perilaku Pasar

Analisis perhitungan dari korelasi harga Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kecamatan Kalisat sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil analisis korelasi harga Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi

No.	Jenis	r
1	<i>Otok'an</i>	0,010
2	<i>Untingan</i>	0,008
3	<i>Otok'an – Untingan</i>	0,002

Sumber: Data primer diolah 2022

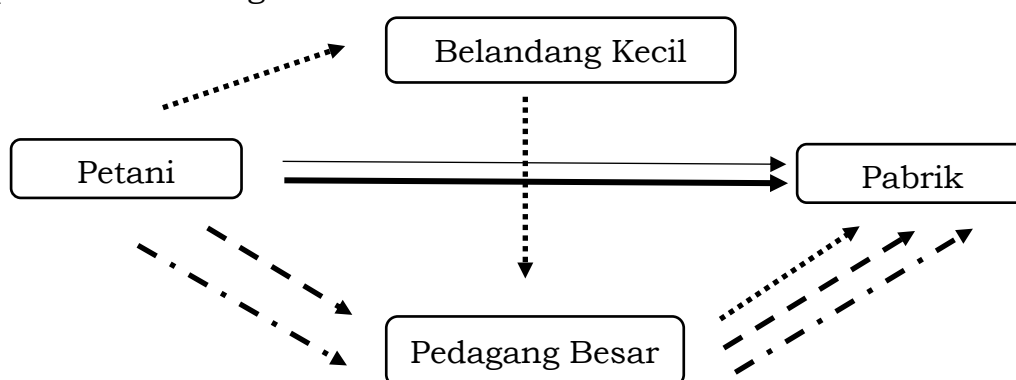
Dari hasil perhitungan korelasi harga mendapatkan hasil senilai 0,010 untuk tembakau *otok'an*, 0,008 untuk tembakau *untingan*, serta 0,002 untuk tembakau *otok'an-untingan*, sehingga menunjukkan bahwa korelasi antara petani dan konsumen termasuk dalam kategori lemah karena kurang dari 0,5. Serta, nilai tersebut juga menunjukkan bahwa hubungan antara harga di

tingkat petani, belandang kecil, dan tingkat pedagang bersaing secara tidak sempurna.

Kinerja Pasar

a) Saluran Pemasaran

Terdapat 5 saluran pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kecamatan Kalisat. Berdasarkan penelitian, diperoleh saluran pemasaran sebagai berikut:



Gambar I. Saluran Pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi

—————> = Saluran I *Untingan* —————> = Saluran III *Otok'an*
 - - - - -> = Saluran II *Untingan* -> = Saluran IV *Otok'an*
> = Saluran V *Otok'an*

Tabel 6. Harga yang diterima pelaku pemasaran

Saluran Pemasaran	Panen	Harga Petani Rp/Kg	Harga Belandang Rp/Kg	Harga Pedagang (Rp/Kg)
I (<i>Untingan</i>)	Hang	20.000-24.000		
	Ekspor	25.000-30.000		
	Lokal	31.000-45.000		
II (<i>Untingan</i>)	Hang	16.000-22.000		20.000-24.000
	Ekspor	23.000-25.000		25.000-30.000
	Lokal	25.000-35.000		31.000-45.000
III (<i>Otok'an</i>)	Hang	10.000 – 12.000		
	Ekspor	13.000-17.000		
	Lokal	17.000-25.000		
IV (<i>Otok'an - Untingan</i>)	Hang	7000-11.000		20.000-24.000
	Ekspor	11.000-17.000		23.000-33.000
	Lokal	16.000-22.000		29.000-45.000

Lanjutan Tabel 6. Harga yang diterima pelaku pemasaran

Saluran	Panen	Harga Petani	Harga	Harga
---------	-------	--------------	-------	-------

Pemasaran		Rp/Kg	Belandang Rp/Kg	Pedagang (Rp/Kg)
V (Otok'an - Untingan)	Hang	6000-10.000	7000-11.000	20.000-24.000
	Ekspor	11.000-16.000	11.000-17.000	25.000-30.000
	Lokal	16.000-21.000	16.000-22.000	31.000-45.000
V (Otok'an)	Hang			10.000-12.000
	Ekspor			13.000-17.000
	Lokal			17.000-25.000

b) Margin Pemasaran

Tabel 7. Margin saluran pemasaran V otok'an Tembakau Voor-Oogst Kasturi

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)	
			Ski	Sbi	Ski	Sbi
I (Untingan)	Petani	20.775,53	65,17	0,96		
	Margin Pemasaran	-	65,17	0,96		
II (Untingan)	Petani	8.575,57	27,78		74,57	
	Pedagang	11.192,31	36,25	1	97,32	2,68
	Margin Pemasaran	11.500,00	64,03	1,00	171,9	2,68
III (Otok'an)	Petani	10.343,98	55,82	2,84		
	Margin Pemasaran	-	55,82	2,84		
IV (Otok'an - Untingan)	Petani	7.339	21,91		39,46	
	Belandang Kecil	1.610	8,66	0,48	8,66	0,48
	Pedagang Besar	14.525,89	43,36	5,39	78,1	12,75
	Margin Pemasaran	15.790,77	70,34	7,09	149,2	19,56
V (Otok'an - Untingan)	Petani	7.339	21,91		39,46	
	Belandang Kecil	1.610	8,66	0,48	8,66	0,48
	Pedagang Besar	14.525,89	43,36	5,39	78,1	12,75
	Margin Pemasaran	18.600,00	73,93	5,94	126,2	13,25
V (Otok'an)	Petani	7.339	38,88		184,63	
	Belandang Kecil	1.610	8,66	0,48	40,51	2,26
	Pedagang	1.780	9,57	2,66	44,77	12,5
	Margin Pemasaran	3.975,00	57,11	3,15	269,9	14,72

Sumber: Data primer diolah 2022

Hasil analisis margin pemasaran menyatakan bahwa saluran pemasaran I, II, III, IV, V menguntungkan karena nilai share keuntungan lebih besar daripada nilai share biaya.

Farmer Share

Tabel 12. Farmer Share Tembakau Voor-Oogst Kasturi

Jenis	Saluran Pemasaran	Harga di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga di tingkat Gudang (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
Untingan	I	31.880,84	31.880,84	100,00
	II	19.375,00	30.875,00	62,75
Otok'an	III	18.530,83	18.530,83	100,00
	IV	13.416,67	33.500,00	40,05
	V (Untingan)	14.900,00	33.500,00	44,48
	V (Otok'an)	14.900,00	18.875,00	78,94

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa *farmer share* tertinggi pada saluran pemasaran I pada tembakau *untingan* dan III pada tembakau *otok'an* yaitu 100%, dimana petani langsung menjual tembakau kepada gudang. Nilai *farmer share* yang tinggi dan margin pemasaran yang rendah, menunjukkan bahwa saluran pemasaran I dan III menguntungkan.

Efisiensi Pemasaran

Tabel 13. Efisiensi pemasaran Tembakau Voor-Oogst Kasturi

Jenis	Saluran Pemasaran	TB (Rp/Kg)	TNP (Rp/Kg)	EP (%)	FM (%)
Untingan	I	305,87	31.880,84	0,96	100,00
	II	307,69	30.875,00	1,00	62,75
Otok'an	III	428,10	18.530,83	2,31	100,00
	IV	2.374,11	33.500,00	7,09	40,05
	V (Untingan)	2.463,87	33.500,00	7,35	44,48
	V (Otok'an)	585,00	18.875,00	3,10	78,94

Sumber: Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil dari analisis efisiensi pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi yang paling efisien adalah pada saluran pemasaran I.

KESIMPULAN

1. Struktur pasar pada pemasaran Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kabupaten Jember adalah struktur pasar persaingan tidak sempurna yang mengarah pada struktur pasar oligopsoni.

Pangsa pasar terbesar dimiliki oleh belandang kecil dan pedagang besar. Gudang bertindak sebagai *price maker* dimana gudang memproses tembakau menjadi rokok, sehingga petani, belandang kecil, dan pedagang besar bertindak sebagai *price taker*.

2. Dari hasil perhitungan korelasi harga mendapatkan hasil senilai 0,010 untuk tembakau *otok'an*, 0,008 untuk tembakau *untingan*, serta 0,002 untuk tembakau *otok'an-untingan*, sehingga menunjukkan bahwa korelasi antara petani dan konsumen termasuk dalam kategori lemah karena kurang dari 0,5. Serta, nilai tersebut juga menunjukkan bahwa hubungan antara harga di tingkat petani, belandang kecil, dan tingkat pedagang bersaing secara tidak sempurna.
3. Kinerja Pasar Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi di Kecamatan Kalisat dapat dilihat dari indikator berupa margin pemasaran, *share* harga, *farmer share* serta nilai efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran berada pada saluran pemasaran I (petani – gudang) tembakau *untingan* yaitu sebesar 0,96% dimana nilai tersebut kurang dari sama dengan 50% serta nilai margin pemasaran yang lebih kecil dibandingkan nilai *farmer share*.

SARAN

1. Petani diharapkan dapat memproses tembakau pada tingkat *untingan*, sehingga keuntungan yang didapatkan petani Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi juga akan semakin besar.
2. Pemerintah dapat memberi bantuan saprodi kepada para petani dengan membentuk kelompok tani, karena salah satu kendala petani tidak mengolah menjadi tembakau *untingan* disebabkan oleh mahalnya harga alat pengering, selain itu, pemerintah dapat mengadakan pelatihan kepada petani tentang kualitas

dari tembakau karena kurangnya SDM yang mengetahui kualitas dari Tembakau *Voor-Oogst* Kasturi juga menjadi salah satu kendala petani untuk mmengolah tembakau menjadi *untingan*.

3. 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. Oleh karena itu, petani diharapkan dapat menggali informasi dari pedagang agar dapat menjual tembakau langsung ke gudang tanpa melalui perantara sehingga petani dapat meningkatkan keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin. 1996. *Ekonomi Mikro*. Edisi 2. Yogyakarta. BPFE.
- Kirana Jaya, Wihana. 1993. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta. BPFE.
- Kohls, Richard L., and Joseph N. Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. New York. MacMillan Publishing Company.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang. UMM Press.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tomek, W. G. dan K.L. Robinson. 1990. *Agricultur Product Prices. 2nd edition*. Ithaca and London. Cornell University Press.