

---

## ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN MARGIN PEMASARAN TEMBAKAU VOOR-OGST DI KABUPATEN JEMBER INDONESIA

Oleh

Meidiana Purnamasari<sup>1</sup>, Bambang Priyanto<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bina Nusantara Malang

<sup>2</sup>Politeknik Pembangunan Pertanian Malang

Email : <sup>1</sup>[meidiana.purnamasari@binus.ac.id](mailto:meidiana.purnamasari@binus.ac.id), <sup>2</sup>[bambang.priyanto2364@gmail.com](mailto:bambang.priyanto2364@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 07-11-2021

Revised:15-12-2021

Accepted: 23-12-2021

### Keywords:

Analisis Pemasaran  
Tembakau, Saluran  
Pemasaran, Margin  
Pemasaran, Biaya Transaksi.

**Abstract:** *Tembakau merupakan salah satu komoditi strategis dan komersial (high value commodity) yang menghasilkan devisa tinggi di Indonesia. Namun demikian, petani tembakau selalu menghadapi banyak kendala dalam pemasaran hasil produksi tembakaunya. Lemahnya posisi tawar petani, membuat petani tidak memiliki kekuatan untuk menentukan harga serta cenderung hanya menerima harga (price taker). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana sebenarnya kondisi pemasaran tembakau itu berjalan ditinjau dari sisi saluran dan margin pemasarannya. Selain itu juga dikaji lebih dalam mengenai faktor-faktor apa yang berpengaruh pada margin pemasaran yang diterima oleh petani. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat saluran pemasaran tembakau Voor-Oogst di study area. Margin pemasaran tertinggi berada pada saluran pemasaran (S1) yang terdiri dari petani - belandang - gudang perwakilan yaitu sebesar 1,6 juta rupiah per kwintal. Sedangkan margin pemasaran terendah yaitu pada saluran (S4) yang terdiri dari petani - gudang perwakilan dengan nilai 0 rupiah per kwintal yang disebabkan pada saluran keempat, petani tembakau langsung menjual hasil taninya pada gudang perwakilan sebagai konsumen akhir. Dari ke 11 variabel independent dalam model hanya satu variable, yaitu perlakuan grading tembakau yang berpengaruh secara signifikan pada nilai dari margin pemasaran. Variable ini berpengaruh negatif pada margin pemasaran. Hal ini menggambarkan semakin tinggi tingkat grading yang dilakukan, maka akan menurunkan nilai margin pemasarannya. Sehingga proses grading akan sangat membantu petani dalam pencapaian harga yang lebih baik.*

---

## PENDAHULUAN

Tembakau sebagai tanaman strategis dan komersial (*high value commodity*) di Indonesia. Oleh karena itu tembakau terbukti memegang peranan penting dalam penghasilan devisa dan cukai. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 198/PMK.010/2015 tanggal 6 november 2015 tentang tarif cukai tembakau, penetapan target penerimaan APBN 2016 dari sektor hasil tembakau yang ditetapkan pemerintah dan DPR RI sebesar RP 139,82 triliun. Produksi tembakau 98,90% berasal dari perkebunan kecil rakyat, 1,03% diproduksi oleh perkebunan besar negara dan hanya 0.07% yang diproduksi oleh perkebunan besar swasta (*Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Tembakau*, 2015). Produksi tembakau Jawa Timur dari tahun ke tahun baik luas areal tanam maupun produksinya selalu *menempati urutan pertama* di Indonesia, kedua Jawa Tengah dan urutan ketiga ditempati Nusa Tenggara Barat. Centra penghasil tembakau tertinggi di jawa timur terdistribusi secara terbatas hanya di beberapa kota seperti seluruh Madura, Jember, dan Bojonegoro.

Tanaman tembakau yang dibudidayakan di wilayah Jember adalah tembakau Voor-Oogst Kasturi dan besuki Na Oogst, dimana kedua jenis tembakau ini merupakan komoditi pertanian andalan dan menjadi salah satu komoditas unggulan ekspor Pemerintah Kabupaten Jember. Pada penelitian ini kita akan berfokus pada tembakau jenis Voor-Oogst. Pada umumnya tembakau Voor-Oogst merupakan tembakau yang ditanam di akhir musim hujan dan panen di musim kemarau (Djajadi, 2015). Tembakau Voor-Oogst merupakan tembakau yang digunakan sebagai bahan baku rokok kretek (Qoriah dan Meliczek, 2006).

Petani tembakau mempunyai banyak kendala dalam memasarkan hasil produksi tembakaunya. Produsen rokok yang merupakan industri besar dan sampai saat ini masih dianggap sebagai "konsumen tunggal" produk tembakau, membuat petani tembakau yang rata-rata adalah petani kecil tidak mempunyai kekuatan untuk menentukan harga. Posisi tawar petani tembakau sangat lemah. Mereka hanya bisa menerima kondisi pasar yang terbentuk pada saat mereka panen. Berdasarkan survei pendahuluan di lapang, diduga petani tidak mempunyai informasi pasar, serta banyaknya kolusi antar pelaku pasar (lembaga pemasarannya). Pada umumnya harga tembakau ditentukan secara sepihak oleh perusahaan atau pedagang meskipun banyak faktor lain yang dapat menentukan harga di tingkat petani. Walau harga tembakau cenderung fluktuatif, namun diduga bahwa nilai harga tembakau sebenarnya tinggi, tetapi petani hanya memperoleh sebagian kecil saja dari harga tersebut, karena keuntungan sebagian besar dinikmati oleh pelaku pasar mulai dari pedagangblandang, pengepul maupun gudang pabrik rokok (konsumen akhir).

Selain itu, kondisi geografis petani tembakau terpencar-pencar pada tiap-tiap desa penghasil tembakau, sementara perusahaan pengelola hasil tembakau (pabrik rokok) berada di kota daerah lainnya, sehingga dalam pendistribusiannya melibatkan beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang perantara tingkat desa, tingkat kecamatan bahkan tingkat kabupaten. Keadaan ini diduga menimbulkan saluran pemasaran dan terjadinya marjin pemasaran besar serta terjadi timpang harga yang cukup jauh antara petani dan lembaga pemasaran yang terlibat. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran tembakau Voor-Oogst, di Kabupaten Jember

2. Menganalisis margin pemasaran yang diterima petani tembakau Voor-Oogst, di Kabupaten Jember
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran di tingkat petani ditinjau dari sudut pandang karakteristik petani tembakau serta biaya transaksi (biaya informasi, biaya negosiasi dan biaya pelaksanaan) yang terjadi.

## METODE PENELITIAN

### Metodologi Pengambilan Data

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu wilayah kabupaten Jember, dengan pertimbangan wilayah tersebut merupakan wilayah penghasil tembakau yang mampu menyumbang 20% produk jawa timur. Pengambilan petani contoh dalam penelitian ini menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Berdasarkan data sensus pertanian Kabupaten Jember memiliki 44.167 rumah tangga petani tembakau. Sehingga dengan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan ( $e$ ) 10%, maka diperoleh sample petani tembakau sebesar:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{44167}{1 + 44167(0,1)^2} = 99.77 \approx 100$$

Berdasarkan rumus diatas diperoleh 100 petani yang akan menjadi sample pada penelitian ini. Agar tersebar secara merata, digunakan pemilihan daerah berdasarkan letak geografis Kabupaten Jember. Tiga kecamatan terpilih yaitu: Kecamatan Mayang didapatkan sebanyak 30 sample petani; Kecamatan Ledokombo didapatkan sebanyak 30 petani; dan pada Kecamatan Summersari diperoleh sebanyak 62 petani. Sehingga jumlah sample petani pada penelitian ini berjumlah 122 petani dan sudah melebihi syarat minimal sebanyak 100 petani.

Untuk sampel lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tembakau di wilayah penelitian ditentukan dengan metode *Snowball Sampling*, yaitu penentuan sampel lembaga pemasaran yang berdasarkan informasi dari petani produsen, yaitu kepada siapa mereka menjual hasil produknya dan *terus pada tingkat selanjutnya* dimana produk tersebut dipasarkan sampai kejenuhan sampel atau sampel sulit dicapai. Model ini digunakan karena target populasi lembaga pemasaran tidak diketahui dengan jelas dan sulit didekati/dideteksi. Hasil sampel lembaga pemasaran yang diperoleh berdasarkan metode *Snowball Sampling* yaitu meliputi 6 belandang, 3 pengepul, dan 5 gudang perwakilan.

### Metodelogi Analisis Data

Hanafiah dan Saefuddin (1986) pemasaran didefinisikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan Bergeraknya barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Salah satu analisis yang paling sering dipakai pada studi pemasaran adalah analisis margin pemasaran. Hal ini disebabkan karena margin pemasaran dapat dipakai untuk melihat efisiensi pemasaran, dapat juga dipakai untuk melihat besarnya perbedaan harga antara produsen dan konsumen. Atau dipakai juga untuk melihat besarnya biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran ketika mentransfer barang dari produsen sampai barang tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Menurut Tomek dan Robinson (1977), margin pemasaran adalah perbedaan harga antara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Di dalam margin pemasaran terdapat dua komponen. yakni:

- a) *Marketing cost*, yaitu imbalan terhadap faktor yang dipakai di dalam proses pemasaran yang terdiri dari upah, sewa, bunga dan laba.
- b) *Marketing charge*, yaitu imbalan terhadap jasa yang diberikan oleh lembaga pemasaran mulai dari pedagang pengumpul, pedagang besar, prosesor, maupun pengecer.

Margin Pemasaran tembakau adalah perbedaan harga yang diterima oleh petani penghasil tembakau dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (pabrik), sehingga secara matematis margin dapat ditulis sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf \quad \text{atau} \quad MP = B + K$$

Dimana : MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga di tingkat petani produsen

B = Biaya pemasaran

K = Keuntungan Pemasaran

*Transaction cost* (biaya transaksi) merupakan konsep yang menjelaskan mengenai biaya yang keluar saat melakukan transaksi diluar biaya produksi. Pasar menunjukkan bahwa dalam transaksi ternyata tidak hanya memperhitungkan berapa biaya yang dihabiskan untuk memproduksi suatu barang tetapi juga harus menghitung berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan transaksi/pertukaran/pemasaran. menurut Mburu (2002), biaya transaksi dapat juga diartikan untuk memasukkan tiga kategori yang lebih luas yaitu :

1. Biaya pencarian dan informasi
2. Biaya negosiasi (bargaining) dan keputusan atau mengeksekusi kontrak;
3. Biaya pengawasan (monitoring), pemaksaan, dan pemenuhan/pelaksanaan (compliance).

Biaya transaksi akan mengakibatkan total biaya akan semakin meningkat. Semakin kecil biaya transaksi yang bisa ditekan maka akan semakin kecil total biaya. Hal ini akan berpengaruh terhadap harga jual sehingga ada keterkaitan antara biaya transaksi yang tinggi dengan harga barang yang mahal.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisi Saluran Pemasaran Tembakau Voor-Oogst di Kabupaten Jember**

Setiap petani biasanya memilih saluran pemasaran berdasarkan lokasi dan kapasitas tembakau yang mereka produksi. Berdasarkan 122 petani responden, terdapat empat saluran pemasaran tembakau Voor-Oogst di study area, yaitu:

1. Petani → Blandang → Gudang Perwakilan
2. Petani → Blandang → Pengepul → Gudang Perwakilan
3. Petani → Pengepul → Gudang Perwakilan
4. Petani → Gudang Perwakilan

Untuk lebih jelas lagi dijabarkan pada Tabel 2. Sebanyak 11.48% responden memilih saluran pemasaran pertama dari Petani → Blandang → Gudang perwakilan. Sedangkan 22,13% responden memilih saluran pemasaran kedua yang merupakan saluran terpanjang,

yaitu dari petani → blandang → pengepul → gudang perwakilan. Pada saluran pemasaran ke tiga 27,87% petani yang memilih untuk menggunakan saluran ini dan terakhir sebanyak 38,52% petani langsung menjual tembakaunya pada gudang perwakilan. Biasanya pada saluran pemasaran ke empat cenderung merupakan petani yang memiliki lahan lebih dengan kapasitas produksi lebih luas.

**Tabel 2. Distribusi Saluran Pemasaran Tembakau Voor-Oogst di Kabupaten Jember**

No	Saluran Pemasaran	Petani Responden	%
1	Petani - Blandang - Gudang Perwakilan	14	11.48%
2	Petani - Blandang - Pengepul - Gudang Perwakilan	27	22.13%
3	Petani - Pengepul - Gudang Perwakilan	34	27.87%
4	Petani - Gudang Perwakilan	47	38.52%
	Jumlah	122	100%

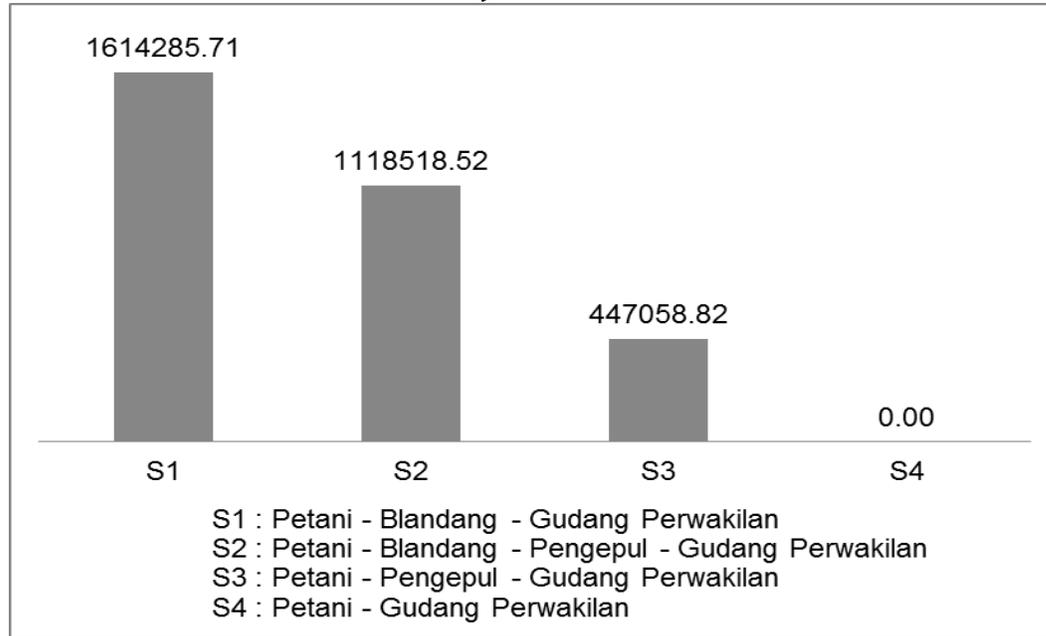
Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)

### **Analisi Margin Pemasaran Tembakau Voor-Oogst di Kabupaten jember**

Margin Pemasaran yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah perbedaan harga yang diterima oleh petani penghasil tembakau *Voor-Oogst* dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir tembakau (pabrikan), atau dengan kata lain margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan ditingkat konsumen dengan harga yang diterima ditingkat produsen. Dalam penelitian ini terdapat empat macam sistem saluran pemasaran tembakau *Voor-Oogst* yang diteliti, sehingga besarnya margin pemasaran pada masing-masing saluran bisa sama dan bisa berbeda, hal ini tergantung pada panjang pendeknya saluran pemasaran, biaya aktifitas yang dilaksanakan oleh masing-masing lembaga pemasaran, serta tingkat keuntungan yang diharapkan oleh pelaku lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tembakau *Voor-Oogst*.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa margin pemasaran tertinggi berada pada saluran pemasaran (S1) yang terdiri dari petani - blandang - gudang perwakilan yaitu sebesar 1,6 juta/kw, kemudian diikuti oleh saluran pemasaran (S2) yang terdiri dari petani - blandang - pengepul - gudang perwakilan yaitu sebesar 1,1 juta/kw. Pada urutan yang ketiga yaitu saluran pemasaran (S3) yang terdiri dari petani - pengepul - gudang perwakilan yaitu sebesar 447.058, 82 /kw. Margin pemasaran yang terendah yaitu pada saluran (S4) yang terdiri dari petani - gudang perwakilan dengan nilai 0,00, hal ini dikarenakan (S4) merupakan jenis saluran pemasaran langsung dimana produsen (petani) menjual langsung kepada konsumen (gudang perwakilan).

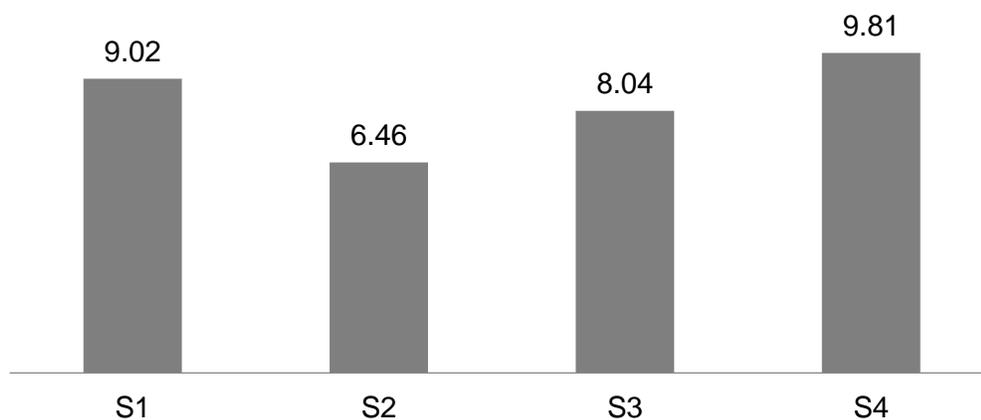
**Gambar 1. Perbandingan Margin Pemasaran Tembakau Voor-Ogst di Kabupaten Jember**



*Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)*

Saluran pemasaran keempat (S4) memiliki nilai selisih margin yang paling nol. Hal ini dikarenakan semua petani responden pada saluran ini menjual hasil tembakaunya langsung pada konsumen akhir dalam hal ini gudang perwakilan. Sehingga tidak ada margin yang terjadi dalam transaksi tersebut. Pada saluran empat ini juga rata-rata petaniannya adalah petani dengan hasil produksi yang cukup besar bila dibandingkan dengan saluran yang lain, yaitu sekitar 9.8 kw per petaninya.

**Gambar 2. Rata-rata Produksi (kw) Per Petani pada Tiap Saluran Pemasaran Tembakau Voor-Ogst di Kabupaten Jember**



*Sumber : Data Primer, 2017 (diolah)*

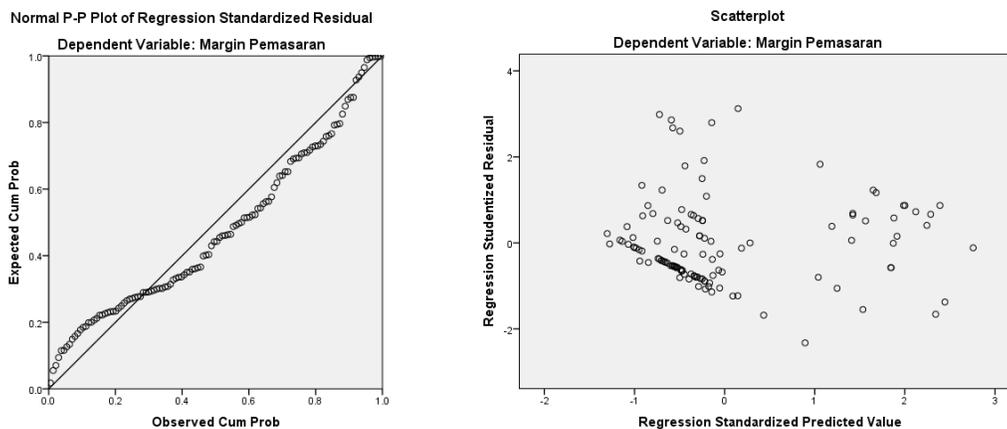
### Analisi Faktor-faktor yang mempengaruhi Margin Pemasaran Tembakau Voor-Ogst di Kabupaten Jember

Hasil analisis deskriptif secara terperinci akan disajikan pada tabel 3. sebagai berikut:

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
Margin Pemasaran	122.000	2300000.000	-1000000.000	2200000.000	557377.049	63879.862	705576.141	497837691369.73
X1 (Jumlah produk yang dijual)	122.000	26.820	0.180	27.000	8.485	0.519	5.733	32.86
X2 (Lamanya berusaha tani tembakau)	122.000	46.000	2.000	48.000	17.217	1.118	12.354	152.62
X3 (Luas lahan petani)	122.000	1.490	0.010	1.500	0.523	0.032	0.353	0.12
D1 (pendidikan petani)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.057	0.021	0.234	0.05
D2 (pendidikan petani)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.492	0.045	0.502	0.25
D3 (pendidikan petani)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.311	0.042	0.465	0.21
D4 (pendidikan petani)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.131	0.031	0.339	0.11
D5 (Perlakuan grading tembakau)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.787	0.037	0.411	0.16
D6 (Informasi harga)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.041	0.018	0.199	0.04
D7 (Informasi harga)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.672	0.043	0.471	0.22
D8 (Kebutuhan pembeli)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.025	0.014	0.156	0.02
D9 (Kebutuhan pembeli)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.623	0.044	0.487	0.23
D10 (Waktu penjualan)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.074	0.024	0.262	0.06
D11 (Mengenal pembeli)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.541	0.045	0.500	0.25
D12 (Kontrak dengan pembeli)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.049	0.020	0.217	0.04
D13 (Pengalaman petani terhadap kerusakan tembakau pada proses penjualan)	122.000	1.000	0.000	1.000	0.369	0.044	0.484	0.23
Valid N (listwise)	122.000							

Sebelum melakukan uji regresi sebaiknya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Pada penelitian ini dilakukan uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas untuk mengetahui apakah model yang digunakan sudah baik atau belum. Apabila tidak terdeteksi terjadinya ketiga hal tersebut maka model dinyatakan baik. Untuk pengujian normalitas dilakukan dengan normal p-plot. Pada analisis ini jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas (Zaka & Sutopo, 2017). Selanjutnya dilakukan uji heterokedastisitas. Pada penelitian, secara grafik dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID dan secara statistik dilakukan dengan uji glejser. Pada uji grafik, jika terdapat pola-pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit maka hal itu mengindikasikan bahwa telah terjadi heterokedastisitas (Zaka & Sutopo, 2017).

Jika terjadi pelanggaran pada asumsi ini, maka uji statistik menjadi tidak valid pada sample kecil. Pada penelitian ini digunakan analisis grafik pada kedua model seperti pada gambar 14 berikut ini:

**Gambar 31. Hasil Uji Normalitas dan Uji Heterokedastisitas**

Sumber: *Data Primer, 2017 (diolah)*

Berdasarkan gambar 3 di atas, diperoleh hasil uji normalitas dengan normal p-plot yang menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti kedua model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan hasil pengujian heteroskedastisitas dengan grafik scatter plot menunjukkan bahwa pada kedua model sebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu serta titik-titik tersebut menyebar secara acak di atas maupun di bawah titik 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini menggambarkan dengan kata lain semua variable independen yang terdapat dalam model ini memiliki sebaran varian yang sama/ homogen.

Uji klasik yang ketiga dilakukan uji multikolinieritas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika terjadi multikolinieritas yang tinggi maka koefisien regresi variable independen tidak dapat ditentukan dan nilai standard error tinggi berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat (Janie, 2012). Alat statistik yang digunakan untuk mendiagnosis adanya multikolinieritas salah satunya adalah dengan melihat nilai CI (Condition Index). Jika nilai nilai CI dibawah 10 berarti tidak ada multikolinieritas. Sedangkan antara 10-30 menunjukkan adanya multikolinieritas moderat sampai kuat, nilai diatas 30 menunjukkan multikolinieritas sangat kuat. Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas pada model Margin Pemasaran**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
1	1	7.495	1.000
	2	1.640	2.138
	3	1.331	2.373
	4	1.234	2.465
	5	.994	2.747
	6	.872	2.932
	7	.819	3.025
	8	.697	3.280

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index
	9	.629	3.453
	10	.436	4.144
	11	.349	4.632
	12	.214	5.916
	13	.118	7.955
	14	.071	10.240
	15	.062	10.951
	16	.035	14.614
	17	.003	47.110

Sumber: *Data Primer, 2017 (diolah)*

Berdasarkan tabel diatas, hasil nilai CI pada kedua model pada dimensi 1-13 tidak terjadi multikolinearitas. Hanya saja pada dimensi 14-16 terjadi multikolinearitas moderate, dan dimensi 17 terjadi multikolinearitas kuat. Secara garis besar tidak terjadi multikolinearitas. Jika tujuan analisa regresi adalah memprediksi, maka multikolinearitas bukanlah masalah yang serius, karena semakin tinggi  $R^2$  maka semakin baik model melakukan prediksi (Janie, 2012). Setelah hasil uji klasik menunjukkan bahwa model tidak mengalami masalah maka selanjutnya dilakukan analisis regresi.

Pada model pertama faktor-faktor yang mempengaruhi margin pemasaran yang terjadi pada petani tembakau di kabupaten jember digambarkan pada tabel 5. Hasil uji kelayakan model (Uji F) atau juga dikenal dengan anova, menggambarkan bahwa nilai F yang signifikan pada tingkat kepercayaan ( $\alpha=0.01$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model, secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel margin pemasaran.

**Tabel 5. Hasil Uji Regresi faktor yang mempengaruhi Margin Pemasaran Tembakau**

Model	Unstandardized Coefficients		T
	B	Std. Error	
1 (Constant)	1240451.98	609905.819	2.034
	7		
X1_Jumlah produk yang dijual	11065.127	18223.942	.607
X2_Lamanya berusaha tani tembakau	-7279.823	5667.453	-1.284
X3_Luas lahan petani	-452785.713	287787.028	-1.573
D1_pendidikan petani	340590.334	613835.305	.555
D2_pendidikan petani	618059.462	583252.469	1.060
D3_pendidikan petani	404073.937	572727.029	.706
D4_pendidikan petani	464529.618	585561.005	.793
D5_Perlakuan grading tembakau	-	137283.683	-8.208***
	1126777.25		
	4		
D6_Informasi harga	-20020.823	349297.924	-.057
D7_Informasi harga	-181919.397	172593.651	-1.054
D8_Kebutuhan pembeli	-211715.311	419823.925	-.504
D9_Kebutuhan pembeli	181290.180	166451.802	1.089

D10_Waktu penjualan	-289469.936	222543.290	-1.301
D11_Mengenal pembeli	792.921	124847.119	.006
D12_Kontrak dengan pembeli	313419.839	230865.679	1.358
D13_pengalaman petani terhadap kerusakan tembakau pada proses penjualan	-48046.292	117805.743	-.408
<b>F hitung</b>			6.952***
<b>R Square</b>			0.514
<b>Std. Error of the Estimate</b>			527812.998

(\*) Tingkat kepercayaan pada \*\*\*  $\alpha=0.01$ ; \*\*  $\alpha=0.05$ ; \* $\alpha=0.10$ .

Jika ingin melihat seberapa besar variabel dependent dapat dijelaskan oleh variabel independent pada regresi linear berganda digunakan R Square. Nilai R Square adalah antara nol dan satu dan jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen hampir semua memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mendeteksi variasi variabel dependen (Gazali, 2011; Janie, 2012; Nduru, Situmorang, & Tarigan, 2014). Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan software SPSS versi 22.0 didapat nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,514. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang dipilih pada variabel independent dapat menerangkan keragaman variabel dependent (margin pemasaran) dengan kontribusi sebesar 51,4%, sedangkan sisanya sebesar 48,6% diterangkan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 5, dengan tingkat kepercayaan batas hingga 0.1 atau 10% maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$y_1 = 1240451,987 - 1125777,254D_5 + \varepsilon_i$$

keterangan:

$y_1$  = margin pemasaran

$D_5$  = perlakuan grading pada tembakau

Dari ke 11 variabel independent dalam model hanya satu variable, yaitu perlakuan grading tembakau yang berpengaruh secara signifikan pada nilai dari margin pemasaran. Variable ini berpengaruh negatif pada margin pemasaran. Hal ini menggambarkan semakin tinggi tingkat grading yang dilakukan akan menurunkan nilai margin pemasarannya. Jika petani tersebut melakukan grading, maka margin pemasarannya akan berkurang sebesar Rp 1.125.777,25 per ton tembakau. Secara ekonomi hal ini memang sesuai dikarenakan apabila petani mampu melakukan grading pada produk tembakaunya dia akan menerima harga yang lebih tinggi, sehingga margin atau selisih harga yang petani peroleh akan semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (gudang pabrik perwakilan). Dengan tingkat signifikan 0.01 menunjukkan variable ini berpengaruh sangat besar, oleh karena itu apabila kita ingin memperkecil margin pemasaran tembakau dengan melakukan grading akan sangat membantu petani dalam pencapaian harga yang lebih baik.

## KESIMPULAN

Terdapat empat saluran pemasaran tembakau Voor-Oogst di study area, yaitu: (1) Petani → Blandang → Gudang Perwakilan, (2) Petani → Blandang → Pengepul → Gudang Perwakilan, (3) Petani → Pengepul → Gudang Perwakilan, (4) Petani → Gudang Perwakilan.

Margin pemasaran tertinggi berada pada saluran pemasaran (S1) yang terdiri dari petani - belandang - gudang perwakilan yaitu sebesar 1,6 juta rupiah per kwintal dan yang terendah yaitu pada saluran (S4) yang terdiri dari petani - gudang perwakilan dengan nilai 0 rupiah per kwintal yang disebabkan pada saluran keempat, petani tembakau langsung menjual hasil taninya pada gudang perwakilan sebagai konsumen akhir. Dari ke 11 variabel independent dalam model hanya satu variable, yaitu perlakuan grading tembakau yang berpengaruh secara signifikan pada nilai dari margin pemasaran. Variable ini berpengaruh negatif pada margin pemasaran. Hal ini menggambarkan semakin tinggi tingkat grading yang dilakukan, maka akan menurunkan nilai margin pemasarannya sehingga akan sangat membantu petani dalam pencapaian harga yang lebih baik.

#### SARAN

Untuk memperkecil margin pemasaran maka sebaiknya pemerintah memberikan pelatihan kepada petani mengenai bagaimana cara melakukan grading yang tepat pada tembakaunya. Hal ini dikarenakan petani yang melakukan grading cenderung akan mendapatkan harga yang lebih tinggi. Kegiatan pelatihan memang akan sulit jika dilakukan perseorangan, namun hal ini dapat disiasati dengan membentuk kelompok tani tembakau di setiap daerah. Sehingga lebih terintegrasi dan terstruktur

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Djajadi, D. 2015. *Tobacco Diversity in Indonesia : A review*. Journal of Biological Researches, 20(27-32), 20-27.
- [2] Gazali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19 Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] Janie, D. N. A. 2012. *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda dengan SPSS*. Jurnal, April.
- [4] Nduru, R. E., Situmorang, M., & Tarigan, G. 2014. *Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi hasil produksi padi di Deli Serdang*. *Saintia Matematika*, 2(1), 71-83.
- [5] Mburu, John. 2002. *Collaborative Management of Wildlife in Kenya: An Empirical Analysis of Stakeholders' Participation, Costs and Incentives*. Socioeconomic Studies on Rural Development. Vol. 130, Wissenschaftsverlag Vauk Kiel KG.
- [6] Saefudin AM dan Hanafiah AM. 1986. *Tataniaga Hasil Pertanian*. UI Press. Jakarta.
- [7] *Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Tembakau*. 2015. Retrieved from Jakarta:
- [8] Tomek W.G and Robinson, K.L. 1977. *Agricultural Product Price*. Third Printing Cornell University Press Ithaca and London.
- [9] Qoriah, C. G., & Meliczek, H. 2006. *Supply Response and Competitiveness of Na-Oogst Tobacco Production Analysis in Jember Regency-Indonesia*. In Tropentag "Prosperity and Poverty in a Globalised World—Challenges for Agricultural Research" (p. 356). University of Bonn.
- [10] Zaka, A. R., & Sutopo, S. 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Lbb Antologi Semarang*. *Diponegoro Journal of Management*, 6(3), 33-45.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN