

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN TEMBAKAU DI DESA SELOMUKTI
KECAMATAN MLANDINGAN KABUPATEN SITUBONDO**

**TOBACCO MARKETING EFFICIENCY ANALYSIS IN SELOMUKTI VILLAGE,
MLANDINGAN DISTRICT, SITUBONDO**

Sulistyaningsih^{1*}, Sasmita Sari¹, Diky Kurniawan¹

Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

Email Korespondensi: lis_sulistyaningsih@yahoo.com

DOI: <https://doi.org/10.36841/agribios.v22i2.5744>

Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Saluran Pemasaran yang ada pada Tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo dan mengetahui efisiensi pemasaran tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran usahatani tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan yaitu saluran pemasaran I yaitu: Petani → pedagang pengepul → konsumen; II yaitu: Petani → pedagang pengecer → konsumen; dan III yaitu: Petani → pedagang pengepul → pedagang pengecer → konsumen. Marjin pemasaran yang paling tinggi adalah pada tingkat pedagang pengepul dengan jumlah Rp. 14.000 per kg dan efisiensi pemasaran yang paling baik berdasarkan *farmer's share* adalah tingkat pedagang pengecer dengan nilai 84,93%. Tingkat efisiensi pemasaran petani 2,09, pedagang pengepul 1,22 dan pedagang pengecer 1,12 lebih besar dari 1, hal tersebut berarti semua pelaku usahatani efisien

Kata kunci: Efisiensi, Pemasaran, Tembakau

Abstract

The objectives to be achieved in this study are to determine the existing marketing channels on tobacco in Selomukti Village, Mlandingan District, Situbondo Regency and to determine the efficiency of tobacco marketing in Selomukti Village, Mlandingan District, Situbondo Regency. The results showed that there were three marketing channels for tobacco farming in Selomukti Village, Mlandingan District, namely marketing channel I, namely: Farmers → collectors → consumers; II, namely: Farmers → retailers → consumers; and III, namely: Farmers → collectors → retailers → consumers. The highest marketing margin is at the level of collectors with an amount of Rp. 14,000 per kg and the best marketing efficiency based on farmer's share is the retailer level with a value of 84.93%. The level of marketing efficiency for farmers is 2.09, wholesalers are 1.22 and retailers is 1.12 is greater than 1, it means that all farmers are efficient.

Keywords: Efficiency, Marketing, Tobacco

PENDAHULUAN

Peranan sektor pertanian di Indonesia sangat penting dalam memberikan kontribusi yang besar dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan pangan, sandang, papan, dan sebagai lapangan kerja. Sektor pertanian juga memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, dan

memberikan devisa bagi negara. Pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani tergantung pada tingkat pendapatan petani dan keuntungan yang di dapat dari sektor pertanian itu sendiri. Sektor pertanian merupakan andalan untuk meningkatkan kesejahteraan karena sebagian besar masyarakat Indonesia tinggal di pedesaan dan bekerja di sektor pertanian.

Perkebunan adalah segala kegiatan yang mengusahakan tanaman tertentu pada tanah dalam ekosistem yang sesuai, mengolah dan memasarkan hasil tanaman tersebut, dengan bantuan ilmu pengetahuan dan teknologi, permodalan serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat. Contoh tanaman perkebunan adalah karet, tembakau dan kakao. Tanaman yang memiliki nilai jual tinggi adalah tanaman tembakau karena diproses dan diolah menjadi rokok yang memiliki pangsa pasar yang sangat luas. (Deptan, 2011).

Tembakau merupakan salah satu komoditas perkebunan dan perdagangan yang penting di Indonesia. Produk utama tembakau yang diperdagangkan adalah daun tembakau dan rokok. Industri tembakau di Indonesia berkembang dengan pesat sejalan dengan peningkatan jumlah perokok hal ini berkaitan dengan kebiasaan merokok masyarakat Indonesia. Industri rokok di Indonesia tumbuh dengan pesat, dari semula hanya industri rumah tangga menjadi industri berskala besar nasional dan multinasional. (Rachmat, 2010)

Di Kabupaten Situbondo juga terdapat beberapa kecamatan yang juga menghasilkan tembakau. Kecamatan yang memiliki produksi tembakau tertinggi adalah Kecamatan Suboh dengan total produksi 864,00/ton, sedangkan Kecamatan Mlandingan menempati urutan keempat dengan total produksi per tahun mencapai 189,55 /ton (Anonim, 2020)

Produk tembakau utama yang diperdagangkan di pasar adalah daun tembakau. Petani tembakau merupakan penyedia bahan baku daun tembakau untuk diolah menjadi rokok oleh industri rokok. Kondisi petani tembakau di Indonesia saat ini dihadapkan pada permasalahan pengusahaan skala ekonomi kecil, yaitu penguasaan lahan yang kecil dan teknologi budidaya yang sederhana, serta permodalan yang terbatas.

Tembakau merupakan salah satu komoditas perkebunan dan perdagangan yang penting di Indonesia. Produk utama tembakau yang diperdagangkan adalah daun tembakau dan rokok. Industri tembakau di Indonesia berkembang dengan pesat sejalan dengan peningkatan jumlah perokok hal ini berkaitan dengan kebiasaan merokok masyarakat Indonesia. Industri rokok di Indonesia tumbuh dengan pesat, dari semula hanya industri rumah tangga menjadi industri berskala besar nasional dan multinasional. Sejalan dengan itu industri rokok juga telah berperan dalam perekonomian nasional sebagai penyumbang penerimaan negara melalui cukai.

Tumbuhnya industri rokok juga diikuti oleh berkembangnya pertanaman tembakau yang diusahakan petani di banyak daerah dan telah berperan sebagai lapangan kerja dan sumber pendapatan masyarakat serta perekonomian daerah (Rachmat, 2010)

Pemasaran merupakan suatu perpaduan aktivitas – aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu (Oentoro, 2010).

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan yang dijalankan. Tingkat produktivitas sistem pemasaran dapat dilihat dari efisiensi dan efektifitas seluruh kegiatan fungsional pemasaran, yang juga menentukan kinerja operasi dan proses sistem.

Pemasaran tembakau mempunyai arti yang sangat penting guna menyalurkan tembakau dari daerah sentra produksi tembakau sampai ke tangan konsumen. Tingkat pendapatan petani tembakau tergantung pada efisiennya sebuah saluran pemasaran. Efisiensi saluran pemasaran salah satunya dapat diketahui dari margin pemasaran. Apabila semakin besar margin pemasaran ini akan menyebabkan harga yang diterima oleh petani produsen menjadi semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien (Risnawati, 2017).

Efisiensi usahatani erat kaitannya dengan efisien dari usaha tersebut. Melalui pendekatan biaya dapat dikaji efisien atau tidak usaha tersebut dibudidayakan. Begitu pula dengan usahatani tembakau di desa selomukti kecamatan mlandingan kabupaten Situbondo yang akan dianalisis efisiensinya. Oleh sebab itu untuk meningkatkan produksi dalam mencapai sasaran produksi maka Desa Selomukti juga perlu mengadakan penelaahan lebih dalam tentang sistem pemasaran tembakau yang selama ini dilakukan. Apakah petani sudah mendapatkan keuntungan yang layak dan konsumen mendapatkan produk tembakau dalam bentuk, tempat dan waktu harga yang sesuai. Adapun permasalahan pada penelitian ini tentang:

1. Saluran Pemasaran Tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo
2. Efisiensi Pemasaran Tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian di laksanakan di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo. Pemilihan tempat dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan

dasar pertimbangan bahwa Desa Selomukti merupakan Desa dengan luas lahan 596 hektar, dimana setiap musim tanam tembakau di desa tersebut penduduknya menanam tanaman tembakau dengan produksi sekitar 534 Ton. Dan hasil produksinya lebih tinggi dibandingkan enam (6) desa yang ada di Kecamatan Mlandingan.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode sebagai berikut :

- a. Wawancara
- b. Observasi (metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menganalisis serta melakukan pencatatan secara sistematis terhadap individu atau kelompok dengan mengamati tingkah laku secara langsung , Sugiyono, 2017).
- c. Studi kepustakaan

Teknik Analisis Data

Untuk untuk mengkaji saluran pemasaran usahatani tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan dilakukan dengan analisis deskriptif yaitu menganalisis profil usahatani seperti saluran pemasaran, tenaga kerja, biaya produksi, proses produksi dan pemasaran hasil tembakau.

Kemudian dilanjutkan dengan menganalisis margin pemasaran setiap pelaku usaha. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga di tingkat lembaga-lembaga pemasaran, atau dapat dikatakan sebagai perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diperoleh produsen. Margin pemasaran yang semakin tinggi berarti semakin tidak efisien saluran pemasaran dan sebaliknya margin pemasaran yang rendah menyatakan tidak efisien saluran pemasaran (Sujarwo *et. al*, 2011). Hanafie (2010), menyatakan bahwa margin pemasaran dapat diperoleh dengan cara mengurangi harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen akan dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga tingkat konsumen

Pf = Harga tingkat produsen

Sedangkan untuk mengkaji masalah efisiensi pemasaran usahatani tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan dilakukan dengan analisis R/C Ratio, namun yang pertama mencari pendapatan usaha dan digunakan rumus pendapatan sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Besarnya Tingkat Pendapatan

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya Produksi (Soekartawi, 2011)

Dilanjutkan dengan menganalisis penerimaan pemasaran tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan diketahui dengan rumus :

$$TR = P \cdot Q$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan

P = Harga Produk

Q = Jumlah Produksi (Soekartawi, 2011)

Tahap berikutnya yaitu menghitung total biaya pemasaran tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan diketahui dengan analisis biaya sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = Total Biaya Produksi

TFC = Total Biaya Tetap

TVC = Total Biaya Variabel (Soekartawi, 2011)

Dan dilanjutkan dengan efisiensi pemasaran tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan dengan menggunakan analisis R/C Ratio sebagai berikut:

$$R/C \text{ Ratio} = TR/TC$$

Dimana :

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya Produksi

Jika :

R/C Ratio > 1, maka pemasaran usahatani tembakau efisien

R/C Ratio = 1, maka pemasaran usahatani tembakau impas

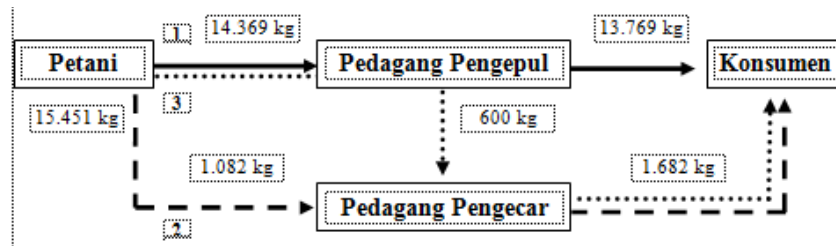
R/C Ratio < 1, maka pemasaran usahatani tembakau tidak efisien (Soekartawi, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Usahatani Tembakau

Saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar produk atau jasa tersedia untuk dikonsumsi (Kotler dan Keller, 2007). Saluran pemasaran dalam penelitian ini menggambarkan proses penyampaian tembakau dari petani hingga ke konsumen akhir. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan tembakau dari petani hingga ke konsumen akhir di Desa Selomukti adalah: petani, pedagang pengepul, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan dengan responden petani tembakau dan pedagang di lokasi penelitian,

maka diketahui terdapat tiga pola saluran pemasaran tembakau yang ada di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo. Tiga saluran pemasaran tembakau yang digunakan di Desa Selomukti dapat dijabarkan secara rinci sebagai berikut :



Gambar 1. Saluran Pemasaran Tembakau di Desa Selomukti

Gambar 1 hasil perolehan produksi dan pemasaran tembakau petani dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran I yaitu Petani → Pedagang Pengepul → Konsumen
Pada model saluran pemasaran I, petani menjual dan memasarkan hasil produksi tembakau melalui pedagang pengepul yang kemudian dijual dan dipasarkan langsung kepada konsumen akhir berupa konsumen individu maupun lembaga. Jumlah volume penjualan tembakau dari petani sebanyak 15.451 kg dan kepada pedagang pengepul sebanyak 14.369 kg (93%).
2. Saluran pemasaran II yaitu Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
Pada model saluran pemasaran II, petani menjual dan memasarkan hasil produksi tembakau melalui pedagang pengecer yang kemudian dijual dan dipasarkan langsung kepada konsumen akhir berupa konsumen individu. Jumlah volume penjualan tembakau dari petani sebanyak 15.451 kg dan kepada pedagang pengecer sebanyak 1.082 kg (7%).
3. Saluran pemasaran III yaitu Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen
Pada model saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran cabang dari saluran pemasaran I dimana pada saluran pemasaran I petani menjual tembakau kepada pedagang pengepul dan kemudian menjual kepada konsumen, namun penjualan kepada konsumen tidak 100% dilakukan tetapi pedagang pengepul yang membeli produksi tembakau sebanyak 14.369 kg tersebut dilakukan pemasaran dengan 2 saluran yaitu langsung kepada konsumen sebanyak 13.769 kg tembakau (96%) dan pedagang pengecer sebanyak 600 kg tembakau (4%). Pedagang pengecer menerima tembakau petani sebanyak 1.082 kg dan dari pedagang pengepul sebanyak 600 kg sehingga menjual seluruh tembakau sebanyak 1.682 kg kepada konsumen (konsumen lembaga dan individu)

Berdasarkan data pada gambar saluran pemasaran produk tembakau di Desa Selomukti dari tangan petani sampai konsumen akhir, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran terbanyak yang digunakan untuk melakukan penjualan tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan adalah saluran pemasaran pertama yaitu dari petani kepada pedagang pengepul dan langsung kepada konsumen. Hal ini diketahui dari adanya besaran jumlah tembakau yang dijual oleh petani kepada lembaga pemasaran lainnya lebih besar penjualan kepada pedagang pengepul dan juga dapat dilihat dari besaran pembelian tembakau oleh konsumen hampir mayoritas pembelian lebih besar dari tangan lembaga pemasaran pedagang pengepul. Sehingga bisa disimpulkan bahwa saluran pemasaran terbanyak yang digunakan adalah saluran pemasaran I.

Marjin Pemasaran Usahatani Tembakau

Proses mengalirnya barang/produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya marjin pemasaran di tingkat pedagang pengepul Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Marjin Pemasaran Tembakau Tingkat Pedagang Pengepul

Uraian	Nilai (Rp/kg)
I. Petani	
1. Harga tingkat petani	48.000
2. Biaya kemasan	0
3. Biaya transportasi	0
4. Total biaya	0
II. Pedagang Pengepul	
1. Harga beli tembakau	48.000
2. Biaya transportasi	369
3. Biaya tenaga kerja	1.401
4. Biaya tetap	102
5. Biaya lain-lain	790
6. Total biaya	2.662
7. Keuntungan	11.342
8. Marjin Pemasaran	14.000
9. Harga jual tembakau	62.000
IV. Konsumen	
Harga beli konsumen	62.000
IV. Marjin Pemasaran	

1. Total margin pemasaran	14.000
2. Total biaya	2.662
3. Total keuntungan	11.342
4. <i>Farmer's Share</i>	77,42%

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Komponen margin pemasaran terdiri biaya-biaya pemasaran yang diperlukan oleh petani untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran pemasaran tingkat pedagang pengepul margin pemasaran per kgnya sebesar Rp 14.000 per kg sedangkan *farmer's share*nya adalah sebesar 77,42%. Hal ini dikarenakan pedagang pengepul mendatangi langsung rumah petani sehingga tidak ada biaya pemasarannya.

Berikut ini margin pemasaran tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo pada saluran pemasaran tingkat pengecer.

Tabel 2. Rata-rata Margin Pemasaran Tembakau Tingkat Pedagang Pengecer

Uraian	Nilai (Rp/kg)
I. Petani	
1. Harga tingkat petani	62.000
2. Harga tingkat pedagang pengepul	62.000
3. Biaya kemasan	0
4. Biaya transportasi	0
5. Total biaya	0
II. Pedagang Pengecer	
1. Harga beli tembakau	62.000
2. Biaya transportasi	292
3. Biaya tenaga kerja	2.458
4. Biaya tetap	154
5. Biaya lain-lain	250
6. Total biaya	3.154
7. Keuntungan	7.706
8. Margin Pemasaran	11.000
9. Harga jual tembakau	73.000
IV. Konsumen	
Harga beli konsumen	62.000
IV. Margin Pemasaran	

1. Total margin pemasaran	11.000
2. Total biaya	3.154
3. Total keuntungan	7.706
4. <i>Farmer's Share</i>	84,93%

Sumber : Data Primer diolah ,2022

Komponen margin pemasaran terdiri biaya-biaya pemasaran yang diperlukan oleh petani untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran pemasaran tingkat pedagang pengecer margin pemasaran per kgnya sebesar Rp 11.000 per kg sedangkan *farmer's share*nya adalah sebesar 84,93%. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer mendatangi langsung rumah petani sehingga tidak ada biaya pemasarannya. Saluran pemasaran tingkat pedagang pengecer termasuk saluran pemasaran yang paling efisien karena nilai *farmer's share*nya lebih dari 50% yaitu *farmer's share*nya sebesar 84,93%.

Efisiensi Pemasaran Usahatani Tembakau

Analisis R/C Ratio usahatani tembakau adalah analisis untuk mengetahui efisiensi pemasaran usahatani tembakau efisien atau tidak. Untuk analisis tersebut dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 3. R/C Ratio Rata-rata Usahatani Tembakau di Desa Selomukti

No	Penerimaan/Musim	Total Biaya/Musim	Efisiensi Pemasaran
	(Rp)	(Rp)	
Jumlah	741.663.360	355.701.000	85,27
Rata-rata	18.541.584	8.892.525	2,09

Sumber : Data primer diolah ,2022

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa efisiensi pemasaran rata-rata usahatani tembakau berdasarkan penghitungan R/C Ratio di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan mencapai 2,09. Penerimaan rata-rata petani tembakau selama satu musim adalah sebesar Rp 18.541.584,- yang diterima oleh petani tembakau di Desa Selomukti. Sedangkan total biaya rata-rata yang dikeluarkan selama satu musim adalah sebesar Rp. 8.892.525,- yang dikeluarkan oleh petani tembakau di Desa Selomukti, sehingga menghasilkan rata-rata efisiensi pemasaran dari keseluruhan petani tembakau di Desa Selomukti sebesar 2,09 selama satu musim, maka dapat disimpulkan bahwa usahatani tembakau efisien atau menguntungkan.

Efisiensi Pemasaran Pedagang Pengepul

Analisis R/C Ratio usaha penjualan tembakau adalah analisis untuk mengetahui efisiensi pemasaran usaha penjualan tembakau efisien atau tidak. Untuk analisis tersebut dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4. R/C Ratio Rata-rata Usaha Penjualan Tembakau di Tingkat Pedagang Pengepul di Desa Selomukti

No	Penerimaan/Musim	Total Biaya/Musim	Efisiensi Pemasaran
	(Rp)	(Rp)	
Jumlah	853.678.000	697.560.000	14,68
Rata-rata	71.139.833	58.130.000	1,22

Sumber : Data primer diolah ,2022

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa efisiensi pemasaran rata-rata usaha penjualan tembakau berdasarkan penghitungan R/C Ratio di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan mencapai 1,22. Penerimaan rata-rata pedagang pengepul tembakau selama satu musim adalah sebesar Rp 71.139.833,- yang diterima oleh pedagang pengepul tembakau di Desa Selomukti. Sedangkan total biaya rata-rata yang dikeluarkan selama satu musim adalah sebesar Rp. 58.130.000,- yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul tembakau di Desa Selomukti, sehingga menghasilkan rata-rata efisiensi pemasaran dari keseluruhan pedagang pengepul tembakau di Desa Selomukti sebesar 1,22, maka dapat disimpulkan bahwa usaha penjualan tembakau pedagang pengepul efisien atau menguntungkan.

Efisiensi Pemasaran Pedagang Pengecer

Analisis R/C Ratio usaha penjualan tembakau adalah analisis untuk mengetahui efisiensi pemasaran usaha penjualan tembakau efisien atau tidak. Untuk analisis tersebut dapat dilihat dibawah ini :

Tabel R/C Ratio Rata-rata Usaha Penjualan Tembakau di Tingkat Pedagang Pengecer di Desa Selomukti

No	Penerimaan/Musim	Total Biaya/Musim	Efisiensi Pemasaran
	(Rp)	(Rp)	
Jumlah	122.786.000	109.840.000	6,70
Rata-rata	20.464.333	18.306.667	1,12

Sumber : Data primer diolah ,2022

Berdasarkan Tabel, diketahui bahwa efisiensi pemasaran rata-rata usaha penjualan tembakau berdasarkan penghitungan R/C Ratio di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan mencapai 1,12. Penerimaan rata-rata pedagang pengecer tembakau selama satu musim adalah sebesar Rp 20.464.333,- yang diterima oleh pedagang pengecer tembakau di Desa Selomukti. Sedangkan total biaya rata-rata yang dikeluarkan selama satu musim adalah sebesar Rp. 18.306.667,- yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer tembakau di Desa Selomukti, sehingga menghasilkan rata-rata efisiensi pemasaran dari keseluruhan pedagang pengecer tembakau di Desa Selomukti sebesar 1,12 selama satu musim, maka dapat disimpulkan bahwa usaha penjualan tembakau yang dilakukan pedagang pengecer di Desa Selomukti efisien atau menguntungkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian efisiensi pemasaran tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan Kabupaten Situbondo untuk mengetahui saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran tembakau dapat disimpulkan berikut :

1. Terdapat tiga saluran pemasaran usahatani tembakau di Desa Selomukti yaitu saluran pemasaran I yaitu: Petani → pedagang pengepul → konsumen; II yaitu: Petani → pedagang pengecer → konsumen; dan III yaitu: Petani → pedagang pengepul → pedagang pengecer →konsumen. Margin pemasaran yang paling tinggi adalah pada tingkat pedagang pengepul dengan jumlah Rp. 14.000 per kg dan efisiensi pemasaran yang paling baik berdasarkan *farmer's share* adalah tingkat pedagang pengecer dengan nilai 84,93%.
2. Tingkat efisiensi pemasaran atau R/C Ratio petani mencapai 2,09, pedagang pengepul mencapai 1,22 dan pedagang pengecer mencapai 1,12 lebih besar dari 1, hal tersebut berarti semua pelaku usahatani tembakau di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan efisien.

SARAN

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini antara lain adalah:

1. Dalam kegiatan usahatani tembakau yang ada di Desa Selomukti Kecamatan Mlandingan, petani harus tetap giat dan tekun dalam bekerja di bidang budidaya tembakau dan jika diperlukan bisa ditingkatkan dengan menanam varietas yang lebih unggul meningkatkan perawatan yang lebih efektif dan memperluas lahan budidaya
2. Efisiensi dalam penggunaan tenaga kerja dan peningkatan proporsi penjualan perlu dilakukan oleh tiap pedagang tembakau agar dapat meningkatkan keuntungan pemasaran tembakau. Selain itu, untuk meningkatkan keuntungan pedagang pengepul dan pengecer tembakau perlu mencoba pengemasan yang lebih menarik, peningkatan pangsa pasar dan mempertahankan kualitas mutu tembakau agar dapat meningkatkan daya saing penjualan di pasaran

REFERENSI

- Anonim. 2020. *Kabupaten Situbondo Dalam Angka 2020*. BPS Kabupaten Situbondo. Situbondo
- Deptan. 2011. *Informasi Pengembangan Agribisnis Tanaman*. Jakarta
- Hanafie, R. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV Andi Offset. Yogyakarta
- Kotler, Philip dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks. Jakarta
- Oentoro, Deliyanti. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern* . Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Rachmat, M. 2010. *Pengembangan Ekonomi Tembakau Nasional: Kebijakan Negara Maju dan Pembelajaran Bagi Indonesia*. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 8(1), 67-83
- Risnawati. J. 2017. *Efisiensi Saluran Pemasaran*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Soekartawi. 2011. *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia. Jakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung
- Sujarwo et, al. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung (Zea Mays L.) (Studi Kasus di Desa Segunung Kecamatan Dlanggu Kabupaten Mojokerto*. Universitas Brawijaya