

**ANALISIS TATANIAGA TEMBAKAU  
VARIETAS RUDAU TELENG DARI KECAMATAN BUKIT  
BARISAN KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

**SKRIPSI**



**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG**

**2017**

# ANALISIS TATANIAGA TEMBAKAU VARIETAS RUDAU TELENG DARI KECAMATAN BUKIT BARISAN KABUPATEN 50 KOTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan saluran tataniaga dan fungsi-fungsi tataniaga tembakau (2) menganalisis margin tataniaga, bagian yang diterima petani, keuntungan yang diterima lembaga tataniaga, dan efisiensi saluran tataniaga tembakau dari Kecamatan Bukit Barisan Kabupaten 50 Kota. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode survei dimana responden terdiri dari petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 2 saluran tataniaga. Saluran I: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir, Saluran II: Petani Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Aktivitas tataniaga yang dilakukan oleh lembaga tataniaga yaitu petani melakukan penjualan tembakau kering kepada pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, kemudian pedagang pengumpul melakukan penjualan kepada pedagang pengecer, dan pedagang pengecer melakukan penjualan ke konsumen akhir masih dalam bentuk tembakau kering. Fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Margin tataniaga yang terbentuk pada saluran I sebesar Rp 68.363,64/Kg untuk tembakau kualitas 1 dan Rp 36.235,95/Kg untuk tembakau kualitas 2. Margin tataniaga pada saluran II adalah sebesar Rp 43.448,28 untuk tembakau kualitas 1 dan Rp 23.000,00 /Kg untuk tembakau kualitas 2. Bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*) pada pola saluran I sebesar 69,78% untuk tembakau kualitas 1 dan 69,70% untuk tembakau kualitas 2, sementara untuk pola saluran II sebesar 77,72% untuk tembakau kualitas 1 dan 84,45 % untuk tembakau kualitas 2. Nilai efisiensi tataniaga tembakau pada pola saluran I adalah 6,32% untuk tembakau kualitas 1 dan 8,16% untuk tembakau kualitas 2. Sementara pada pola saluran II sebesar 2,29% untuk tembakau kualitas 1 dan 3,01% untuk tembakau kualitas 2. Dilihat dari margin tataniaga, bagian yang diterima petani dan nilai efisiensi tataniaga maka saluran II lebih efisien daripada saluran I. Berdasarkan hasil penelitian sebaiknya petani lebih memilih untuk menggunakan saluran II, kepada pemerintah agar bisa membentuk kelompok tani dan gabungan kelompok tani agar dapat meningkatkan posisi tawar petani.

Kata Kunci: Tataniaga, Tembakau, Margin Tataniaga, Bagian yang diterima petani, dan Efisiensi Tataniaga

## MARKETING ANALYSIS OF RUDAU TELENG TOBACCO IN BUKIT BARISAN 50 KOTA REGENCY

### ABSTRACT

*This research aims to (1) describe the marketing channels and tobacco marketing functions (2) to analyze the marketing margin, the farmer's share, the profit received by the marketing agency, and the efficiency of the tobacco marketing channels from Bukit Barisan Sub-district, 50 Kota. This research was conducted by a survey method in which respondents consist of farmers, collectors, and retailers. The result of the research shows that there are 2 marketing channels. Channel I: Farmers → Collectors → Retailers → End Consumers. Channel II: Farmers → Retailers → End Consumers. The marketing activities are the farmer sell the dry tobacco to the collectors and retailers, then the collectors sell to the retailers, and the retailers sell to the end consumer in the form of dry tobacco. The functions of the marketing systems are the exchange function, physical function, and facility function. The marketing margin on channel I is Rp 68,363,64 / kg for first quality and Rp 36,235.95 / kg for second quality in the II channel. The marketing margin on channel II is Rp 43,448,28 / kg for first quality and Rp 23.000,00 / kg for second quality. Farmer's share in channel I is 69,78% for first quality and 69,70% for second quality while for channel II was 77,72% for first quality and 84,45% for second quality. The value of tobacco marketing efficiency on channel I is 6.32% for first quality and 8.16% for second quality. While the channel II is 2.29% for first quality and 3.01% for second quality. From the marketing margin, the farmer's share and the value of the marketing efficiency in channel II is more efficient than channel I. Based on the results of the research the farmers suggested to use channel II, and the government should develop farmer groups in order to improve the bargaining position of farmers.*

*Key Words: Marketing, Tobacco, Marketing Margin, Farmer's Share, And Marketing Eficiency*