

SKRIPSI

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN GAMBIR (*Uncaria gambir*
Roxb.) DI DESA TOMAN KECAMATAN BABAT TOMAN
KABUPATEN MUSI BANYUASIN**

**EFFICIENCY OF GAMBIR (*Uncaria Gambir* Roxb.)
MARKETING CHANNEL IN TOMAN VILLAGE BABAT
TOMAN SUB DISTRICT MUSI BANYUASIN DISTRICT**



**Andra Augustama
05011281823088**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SUMMARY

ANDRA AUGUSTAMA, Efficiency of Gambir (*Uncaria Gambir Roxb.*) Marketing Channel in Toman Village Babat Toman Sub District Musi Banyuasin District (Supervised by **MIRZA ANTONI**).

Marketing is a problem faced by gambir farmers, it is known that the low price received by farmers is caused by their weak bargaining position. Gambir marketing is dealing with an oligopoly market on the buyer's side and an oligopsony market on the seller's side, resulting in an inefficiency in the marketing system. The purpose of this research was identifying marketing channels that occur in gambir farming in Toman Village, Babat Toman District, identify the market structure that occurs in the marketing of gambir in Toman Village Babat Toman District, analyzing marketing efficiency which consists of marketing margin, farmer's share, and profit ratio on marketing of gambir in Toman Village Babat Toman District. The selection of this location was done deliberately with the consideration that this location is the only village in South Sumatra Province that cultivates gambier. Data collection was carried out in January 2022. The research method used was a survey method. The sampling method used is census sampling and snowball sampling. Data processing methods in descriptive analysis and contribution analysis are presented in tabulation of data processing with Microsoft Excel. The results of this study indicate that there are two patterns of marketing channels for gambir sap in Toman Village, namely: 1) Farmers - Collecting Traders - Retailers - Consumers and 2) Farmers - Collecting Traders - Retailers Out of Town - Consumers Out of Town. The market structure formed in the marketing of gambir sap to oligopsony markets at the farmer level and oligopoly markets at the level of collectors and retailers. Marketing channel I has a marketing margin of IDR 51,000.00/kg, a farmer's share percentage of 51.42%, and a profit-to-cost ratio of 14.03. Marketing channel II has a marketing margin of IDR 67,000.00/kg, a farmer's share percentage of 48.72%, and a profit-to-cost ratio of 19.30. It can be concluded that marketing channel I is more efficient than marketing channel II.

Keywords: efficiency of marketing channel, gambir, toman village

RINGKASAN

ANDRA AUGUSTAMA, Efisiensi Saluran Pemasaran Gambir (*Uncaria gambir* Roxb.) di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin (Dibimbing oleh **MIRZA ANTONI**).

Pemasaran merupakan permasalahan yang dihadapi petani gambir, diketahui rendahnya harga yang diterima oleh petani disebabkan oleh posisi tawar menawar mereka yang lemah. Pemasaran gambir yang berhadapan dengan pasar oligopoli pada sisi pembeli dan pasar oligopsoni pada sisi penjual, sehingga mengakibatkan ketidakefisienan sistem pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Mengidentifikasi struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman menganalisis efisiensi pemasaran yang terdiri dari margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan pada pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman. Penelitian ini dilakukan di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara sengaja. Pengumpulan data dilakukan bulan Januari 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus sampling dan snowball sampling. Metode pengolahan data dalam analisis deskriptif dan analisis kontribusi disajikan dalam tabulasi pemrosesan data dengan Microsoft Excel. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat dua pola saluran pemasaran gambir di Desa Toman, yaitu: 1) Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer - Konsumen dan 2) Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer Luar Kota – Konsumen Luar Kota. Struktur pasar yang terbentuk pada pemasaran gambir di Desa Toman mengarah pada pasar oligopsoni pada tingkat petani, pasar oligopoli pada tingkat pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Konsentrasi rasio pada tingkat pedagang pengecer adalah oligopsoni konsentrasi tinggi. Saluran pemasaran I memiliki nilai margin pemasaran Rp51.000,00/kg, persentase *farmer's share* sebesar 51,42 %, nilai rasio keuntungan sebesar 14,03. Saluran pemasaran II memiliki nilai margin pemasaran Rp63.000,00/kg, persentase *farmer's share* sebesar 48,72%, nilai rasio keuntungan sebesar 19,30. Dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran II.

Kata kunci: desa toman, efisiensi saluran pemasaran, gambir

SKRIPSI

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN GAMBIR (*Uncaria gambir*
Roxb.) DI DESA TOMAN KECAMATAN BABAT TOMAN
KABUPATEN MUSI BANYUASIN**

**EFFICIENCY OF GAMBIR (*Uncaria Gambir* Roxb.)
MARKETING CHANNEL IN TOMAN VILLAGE BABAT
TOMAN SUB DISTRICT MUSI BANYUASIN DISTRICT**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya**



**Andra Augustama
05011281823088**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN GAMBIR (*Uncaria gambir*
Roxb.) DI DESA TOMAN KECAMATAN BABAT TOMAN
KABUPATEN MUSI BANYUASIN**

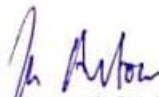
SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:

Andra Augustama
05011281823088

Indralaya, Juni 2022
Pembimbing Akademik,


Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D.
NIP. 196607071993121001


Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian

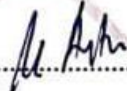
Dr. Ir. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul “Efisiensi Saluran Pemasaran Gambir (*Uncaria Gambir* Roxb.) di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin” oleh Andra Augustama telah dipertahankan dihadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada Tanggal 26 April 2022 dan telah diperbaiki sesuai aturan dan masukan dari tim penguji.

Komisi Penguji


1. Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D.
NIP. 196607071993121001

Ketua

(..........)

2. Erni Purbiyanti, S.P., M.Si.
NIP. 197802102008122001

Sekretaris


(..........)

3. Dr. Riswani, S.P., M.Si.
NIP. 197006171995122001

Anggota

(..........)

Indralaya, Juni 2022
Program Studi Agribisnis
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Ketua Jurusan


Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andra Augustama

NIM : 05011281823088

Judul : Efisiensi Saluran Pemasaran Gambir (*Uncaria gambir* Roxb.) di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam skripsi ini merupakan hasil pengamatan saya sendiri di bawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, Juni 2022



Andra Augustama

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Pampangan pada tanggal 08 Agustus tahun 1999, merupakan putra pertama dari dua bersaudara. Orang tua bernama Bapak Nanang dan Ibu Anistanti. Penulis menempuh sekolah dasarnya di SDN 01 Pampangan, kemudian menamatkan sekolah menengah pertamanya di SMPN 01 pampangan, dan juga merupakan salah satu alumni dari SMAN 01 Pampangan. Pada tahun 2018 penulis melanjutkan sekolahnya kejenjang perguruan tinggi di Universitas Sriwijaya tepatnya di Porgram Studi Agribisnis.

Selama menempuh pendidikan sekolah tinggi di program studi agribisnis, penulis aktif dalam berorganisasi dibuktikan penulis tergabung dalam Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) sebagai staf Humas. Selain organisasi internal kampus penulis juga aktif pada organisasi eksternal seperti Organisasi Kedaerahan Gonjeng Anget Pampangan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang mana atas berkat rahmat dan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Efisiensi Saluran Pemasaran Gambir (*Uncaria gambir* Roxb.) di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin”.

Penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan berupa dorongan, semangat, bimbingan, petunjuk, kerja sama, penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta yaitu Nanang dan Anistanti serta adik saya yaitu M. Rizky Dwinanda yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, dukungan yang tiada henti, serta do'a dan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, SP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberikan izin kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Bapak Ir. Mirza Antoni, M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan dukungan, arahan dan motivasi serta bimbingan yang sabar kepada saya dengan sangat baik dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Riswani, S.P., M.Si. selaku dosen penelaah (seminar proposal dan seminar hasil) dan penguji saat sidang serta memberikan bimbingan dan saran yang baik kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna kepada penulis.
7. Mba Dian, Mba Serly, Kak Bayu, Kak Ikhsan, Kak Ari yang senantiasa dengan baik membantu saya dalam pemberkasan dan arahan serta saran dalam menyelesaikan pemberkasan tugas akhir saya.
8. Pak Sam dan warga Desa Toman yang telah mengizinkan saya untuk singgah di rumahnya selama penelitian berlangsung serta Kak Sandy yang senantiasa membantu saya dalam proses penelitian di lapangan.

9. Teman seperjuangan penelitian Yeny dan Hestu yang selalu kebersamai dan membantu dalam proses penelitian di lapangan hingga selesainya penyusunan skripsi ini serta teman sepembimbingan lainnya Zella, Doni, Saprik, Farhan, dan Saiful yang selalu memberikan dukungan, informasi, dan berbagi cerita selama penyusunan skripsi ini.
10. Republik Rakyat Molay (Uda, Galih, Edos, Doni, Rachmat, Roni, Perian, Galang, Surbi, Yogik, Ejak, Ehan, Boy, Iyal, Irul, Bayu, Adi, Darmo, Wawa, Rapli, Edof, Saiful) yang selalu ada membantu disaat susah maupun senang dan memberikan motivasi agar cepat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
11. Joki Ayam yang selalu memberikan support selama semasa perkuliahan serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman Agribisnis B Indralaya 2018 yang membantu semasa perkuliahan dan memberikan saran yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentu masih memiliki banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki penulisan pada skripsi ini agar tidak terulang lagi pada skripsi berikutnya.

Indralaya, Juni 2022

Andra Augustama

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvi |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Tujuan | 7 |
| 1.3. Manfaat | 7 |
| BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN..... | 9 |
| 2.1. Tinjauan Pustaka | 9 |
| 2.1.1. Konsepsi Tanaman Gambir..... | 9 |
| 2.1.2. Proses Pengolahan Gambir | 10 |
| 2.1.3. Konsepsi Pemasaran | 11 |
| 2.1.4. Konsepsi Saluran Pemasaran Hidroponik | 12 |
| 2.1.5. Konsepsi Lembaga Pemasaran | 14 |
| 2.1.6. Konsepsi Struktur Pasar | 15 |
| 2.1.7. Konsentrasi Rasio | 18 |
| 2.1.8. Konsepsi Fungsi Pemasaran | 19 |
| 2.1.8.1. Fungsi Pertukaran | 19 |
| 2.1.8.2. Fungsi Fisik..... | 19 |
| 2.1.8.3. Fungsi Fasilitas | 20 |
| 2.1.9. Konsepsi Efisiensi Saluran Pemasaran | 21 |
| 2.1.10. Konsepsi Margin Pemasaran | 23 |
| 2.1.11. Konsepsi Keuntungan Pemasaran dan Rasio Keuntungan | 24 |
| 2.1.12. <i>Farmer's Share</i> | 25 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.3. Model Pendekatan..... | 27 |
| 2.4. Batasan-Batasan Operasional..... | 29 |
| BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN..... | 31 |

| | Halaman |
|--|-----------|
| 3.1. Tempat dan Waktu | 31 |
| 3.2. Metode Penelitian | 31 |
| 3.3. Metode Penarikan Contoh | 31 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.5. Metode Pengolahan Data | 33 |
| BAB 4 PEMBAHASAN | 36 |
| 4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian | 36 |
| 4.1.1. Letak Dan Batas Wilayah | 36 |
| 4.1.2. Keadaan Geografis Dan Topografi | 36 |
| 4.1.3. Kondisi Sistem Pemerintah Desa | 37 |
| 4.1.4. Keadaan Umum Penduduk..... | 37 |
| 4.1.4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelamin | 37 |
| 4.1.4.2. Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian | 38 |
| 4.1.5. Sarana Dan Prasarana Desa Toman | 39 |
| 4.2. Karakteristik Petani Gambir..... | 40 |
| 4.2.1. Umur Petani Contoh | 40 |
| 4.2.2. Tingkat Pendidikan | 40 |
| 4.1.3. Pengalaman Usahatani | 41 |
| 4.1.4. Luas Lahan Petani | 42 |
| 4.3. Karakteristik Pedagang Contoh | 43 |
| 4.3.1. Pedagang Pengumpul..... | 43 |
| 4.3.1.1. Usia Pedagang Pengumpul | 43 |
| 4.3.1.2. Tingkat Pendidikan Pedagang Pengumpul | 44 |
| 4.3.1.3. Pengalaman Berdagang Pedagang Pengumpul | 44 |
| 4.3.2. Pedagang Pengecer | 45 |
| 4.3.2.1. Usia Pedagang Pengecer | 45 |
| 4.3.2.2. Tingkat Pendidikan Pedagang Pengecer | 46 |
| 4.3.2.3. Pengalaman Berdagang Pedagang Pengecer..... | 46 |
| 4.4. Saluran Pemasaran | 47 |
| 4.4.1. Saluran Pemasaran I..... | 49 |
| 4.4.2. Saluran Pemasaran II | 50 |

| | Halaman |
|---|---------|
| 4.5. Struktur Pasar | 52 |
| 4.5.1. Konsentrasi Rasio | 56 |
| 4.5.2. Fungsi Pemasaran | 58 |
| 4.6. Keragaan Pasar..... | 62 |
| 4.6.1. Margin Pemasaran | 62 |
| 4.6.1.1. Margin Pemasaran Saluran I..... | 64 |
| 4.6.1.2. Margin Pemasaran Saluran II..... | 64 |
| 4.6.2. Rasio Keuntungan | 65 |
| 4.6.2.1. Biaya Pemasaran | 65 |
| 4.6.2.2. Keuntungan Pemasaran..... | 68 |
| 4.6.2.3. Rasio Keuntungan | 69 |
| 4.6.3. <i>Farmer's Share</i> | 70 |
| 4.6.4. Efisiensi Saluran Pemasaran | 71 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | 73 |
| 5.1. Kesimpulan | 73 |
| 5.2. Saran | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Gambir Menurut Provinsi di Pulau Sumatera Tahun 2014 | 2 |
| Tabel 3.1. Jumlah Sampel Petani Gambir di Desa Toman | 32 |
| Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin | 38 |
| Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian | 38 |
| Tabel 4.3. Sarana Dan Prasarana Desa Toman | 39 |
| Tabel 4.4. Tingkat Usia Petani Gambir Di Desa Toman | 40 |
| Tabel 4.5. Tingkat Pendidikan Petani Gambir Di Desa Toman | 41 |
| Tabel 4.6. Pengalaman Usahatani Petani Gambir Di Desa Toman | 42 |
| Tabel 4.7. Luas Lahan Petani Gambir Di Desa Toman | 42 |
| Tabel 4.8. Usia Pedagang Pengumpul Gambir Di Desa Toman | 44 |
| Tabel 4.9. Tingkat Pendidikan Pedagang Pengumpul Gambir | 44 |
| Tabel 4.10. Pengalaman Berdagang Pedagang Pengumpul Gambir | 45 |
| Tabel 4.11. Tingkat Usia Pedagang Pengecer Gambir | 45 |
| Tabel 4.12. Tingkat Pendidikan Pedagang Pengecer Gambir | 46 |
| Tabel 4.13. Pengalaman Berdagang Pedagang Pengecer Gambir | 47 |
| Tabel 4.14. Jumlah Petani Dan Volume Gambir Yang Dipasarkan Per Saluran Pemasaran | 49 |
| Tabel 4.15. Perbedaan Ciri-Ciri Struktur Pasar | 53 |
| Tabel 4.16. Struktur Pasar Pemasaran Gambir Di Desa Toman | 54 |
| Tabel 4.17. Konsentrasi Rasio (Kr) Ditingkat Pedagang Pengumpul | 56 |
| Tabel 4.18. Konsentrasi Rasio (Kr) Ditingkat Pedagang Pengecer Luar Kota | 57 |
| Tabel 4.19. Konsentrasi Rasio (Kr) Ditingkat Pedagang Pengecer Pasar 16 Ilir | 57 |
| Tabel 4.20. Fungsi Pemasaran Pada Lembaga Pemasaran | 58 |
| Tabel 4.21. Margin Pemasaran Gambir di Desa Toman | 63 |
| Tabel 4.22. Biaya Pemasaran Gambir Ditingkat Pedagang Pengumpul | 66 |
| Tabel 4.23. Biaya Pemasaran Gambir Ditingkat Pedagang Pengecer Pasar 16 Ilir | 67 |
| Tabel 4.24. Biaya Pemasaran Gambir Ditingkat Pedagang Pengecer Luar Kota | 68 |

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 4.25. Keuntungan Pemasaran Gambir | 69 |
| Tabel 4.26. Rasio Keuntungan Pemasaran Gambir | 69 |
| Tabel 4.27. Nilai <i>Farmer's Share</i> Pada Saluran Pemasaran Gambir..... | 70 |
| Tabel 4.28. Rekapitulasi Margin Pemasaran, Rasio Keuntungan, Dan <i>Farmer's Share</i> Pemasaran Gambir | 71 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1. Grafik Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2010-2017..... | 2 |
| Gambar 2. Model Pendekatan Diagramatis | 28 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1. Peta Desa Toman Kecamatan Babat Toman | 80 |
| Lampiran 2. Identitas Petani Gambir di Desa Toman..... | 81 |
| Lampiran 3. Identitas Pedagang Pengumpul Gambir | 82 |
| Lampiran 4. Identitas Pedagang Pengecer Gambir Pasar 16 Ilir..... | 83 |
| Lampiran 5. Identitas Pedagang Pengecer Luar Kota..... | 84 |
| Lampiran 5. Rata-Rata Harga Jual dan Volume Penjualan Petani Gambir Pada Saluran Pemasaran I..... | 85 |
| Lampiran 6. Rata-Rata Harga Jual dan Volume Penjualan Petani Gambir Pada Saluran Pemasaran II..... | 86 |
| Lampiran 7. Biaya Transportasi Pedagang Pengumpul I dan II | 87 |
| Lampiran 8. Konsentrasi Rasio Tingkat Pedagang Pengumpul dan Pengecer | 88 |
| Lampiran 9. Rekapitulasi Margin Pemasaran, Rasio Keuntungan, Dan <i>Farmer's Share</i> Pemasaran Gambir..... | 89 |
| Lampiran 10. Dokumentasi di Lapangan..... | 90 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keanekaragaman hayati yang sangat luas adalah salah satu dari banyaknya ciri khas Indonesia, keanekaragaman tersebut berupa sumber daya alam melimpah yang terbagi pada udara, perairan, dan daratan. Mayoritas sumber daya alam yang sangat melimpah tadi berasal dari sektor perkebunan, produksi yang dihasilkan perkebunan mempunyai nilai yang relatif besar serta memiliki berbagai macam jenis seperti contohnya komoditi gambir. Indonesia memiliki keunggulan dalam bentuk topografi serta iklim yang cocok dengan usahatani gambir sehingga berdampak positif untuk ekspor dan produksi gambir tiap tahunnya yang membuat Indonesia menjadi pemasok utama gambir yang ada di dunia (Tarumun et al., 2019).

Gambir ini sendiri adalah komoditi pertanian yang cukup penting, dikarenakan memiliki nilai yang cukup tinggi dalam segi ekonomi. Gambir yang diperjualbelikan berupa getah atau pasta yang dikeringkan dan berasal dari ekstrak remasan daun dan ranting gambir yang melalui pengolahan dan dicetak dengan bentuk stick. Gambir dapat digunakan sebagai bahan baku atau utama pada industri batik, industri penyamak kulit, industri farmasi, industri cat, industri kosmetik, biopestisida, hormon pertumbuhan, pigmen, serta sebagai bahan campuran pelengkap makanan (Tarumun *et al.*, 2019).

Masyarakat Indonesia sebagian besar biasanya gambir ini dipergunakan untuk obat menyirih, selain gambir juga berfungsi pada proses pewarnaan. India melakukan impor gambir sebesar 68% yang berasal dari Indonesia serta digunakan didalam bahan tambahan campuran untuk menyirih. Gambir termasuk ke dalam keluarga kopi-kopian. Diketahui gambir mempunyai kandungan nilai yang tinggi dari segi ekonomi yakni berasal dari ekstrak daun dan ranting yang banyak mengandung asam katekin, pyrocatecol, asam katechu tannat, fixed oil, florisin, lilin, membuat gambir digunakan untuk ramuan obat-obatan (Elida, 2011).

Sejalan dengan semakin berkembang barang industry yang bervariasi serta memerlukan bahan baku dari produk gambir, maka kebutuhan menggunakan gambir pada industri juga semakin meningkat. Pasar sentral gambir yang

difokuskan oleh Indonesia yaitu pangsa ekspor. Indonesia berkedudukan sebagai pemasok terbesar gambir di dunia yang memiliki kekuasaan sekitar 80 % pasar gambir yang ada di dunia. Selain India yang menjadi sentral tujuan ekspor, Indonesia juga memiliki tujuan ekspor gambir ke negara-negara seperti Pakistan, Malaysia, Singapura, Bangladesh, Jepang, Pakistan, dan beberapa negara lainnya.

Menurut data BPS (2022), pada tahun 2009 ekspor gambir Indonesia mencapai hingga sebesar 18,298 ton dengan nilai US\$ 38,04 juta. Indonesia mengekspor gambir ke India dengan volume sebesar 91,15% dari total volume ekspor gambir Indonesia. Sementara itu, Singapura termasuk pengimpor gambir terbesar di Indonesia. Singapura pernah mencapai volume impor gambir tertinggi sebesar 92,1% dari total produksi gambir Indonesia. Berbagai hal tersebut membuat prospek ekspor gambir menjadi sangat terbuka. Sumatera Barat adalah provinsi dengan penghasil terbesar tanaman gambir terbesar di Indonesia disusul oleh beberapa provinsi penghasil gambir seperti Provinsi Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, Riau dan Aceh. Luas panen, produksi, dan produktivitas gambir menurut provinsi di pulau Sumatera pada tahun 2014 bisa dilihat pada Tabel 1.1.

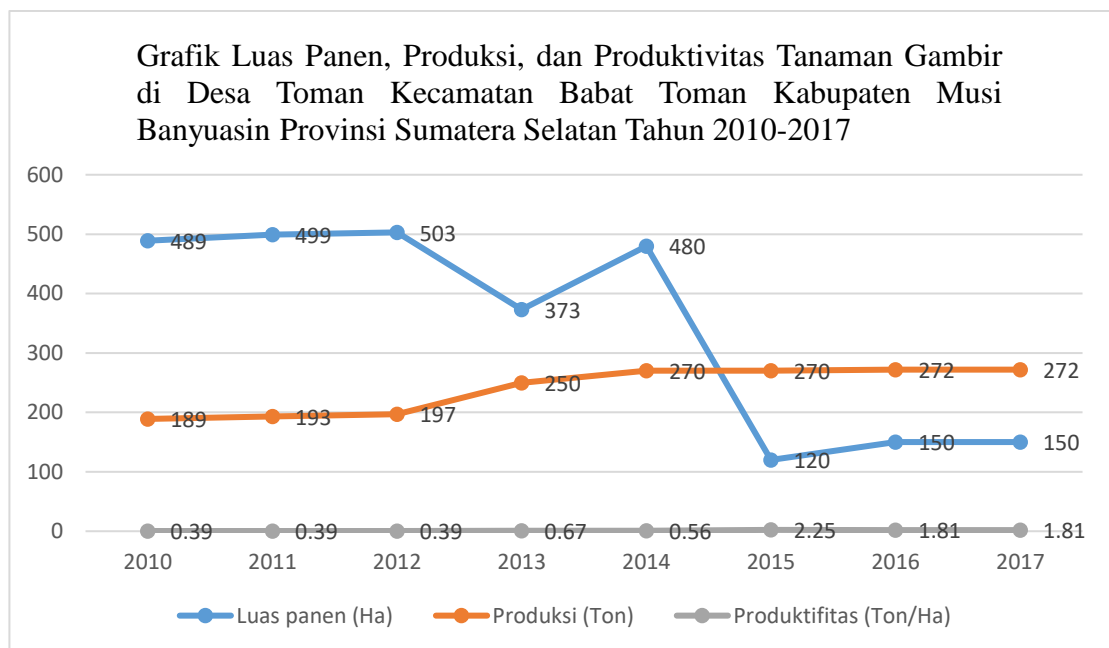
Tabel 1.1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Gambir Menurut Provinsi di Pulau Sumatera Tahun 2014

| No. | Provinsi | Luas Panen (ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/ha) |
|------------------|------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|
| 1. | Sumatera Barat | 19.598 | 13.790 | 0,70 |
| 2. | Riau | 4.256 | 4.230 | 0,99 |
| 3. | Sumatera Utara | 1.552 | 1.887 | 1,21 |
| 4. | Sumatera Selatan | 480 | 270 | 0,56 |
| 5. | Kepulauan Riau | 191 | 356 | 1,86 |
| 6. | Aceh | 31 | 26 | 0,64 |
| Wilayah Sumatera | | 26.131 | 20.485 | 5,79 |

Sumber: Direktorat Jenderal Perkebunan, 2022

Hingga sekarang ini Indonesia masih menjadi negara dengan ekspor gambir terbesar di dunia ini. Gambir adalah komoditi ekspor utama Indonesia dikarenakan sebanyak 80% total produk gambir yang ada di dunia merupakan asal dari Indonesia. Pada Tabel 1.1. menunjukkan pada tahun 2014 luas panen perkebunan gambir menurut Provinsi di Pulau Sumatera meliputi Provinsi Sumatera Barat sebesar 19.598 ha serta tingkat produksi sebesar 13.790 ton. Provinsi Sumatera

Utara memiliki luas panen sebanyak 1.552 ha serta total produksi sebesar 1.887 ton, kemudian provinsi Sumatera Selatan luas panen sebesar 480 ha dengan jumlah produksi sebesar 270 ton. Selanjutnya untuk melihat grafik luas panen, produksi, dan produktivitas tanaman gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan tahun 2010-2017 bisa dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Grafik Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan Tahun 2010-2017

Berdasarkan gambar 1.1. terlihat luas panen, produksi dan produktivitas tanaman gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan pada tahun 2010-2017. Pada tahun 2010 luas panen gambir yang ada di desa Toman sebesar 489 ha, dengan total produksi sebesar 189 ton, serta produktivitas sebesar 0,39 ton/ha. Tahun 2012 luas panen gambir desa Toman mengalami sedikit kenaikan menjadi sebesar 499 ha, total produksi sebesar 193 ton, dan tingkat produktivitas sebesar 0,39 ton/ha. Tingkat produktivitas gambir yang terbesar tercapai pada tahun 2013 yaitu sebesar 0,67 ton/ha dengan luas panen sebesar 373 ha dan tingkat produksi sebesar 250 ton.

Tanaman gambir adalah komoditas unggulan Kabupaten Musi Banyuasin dan sudah sejak lama dikembangkan oleh masyarakat di Desa Toman Kecamatan Babat Toman. Desa Toman merupakan satu-satunya desa yang ada di Kabupaten Musi Banyuasin maupun di provinsi Sumatera Selatan yang aktif mengusahakan dan mengolah komoditi gambir. Dimana hingga sekarang usahatani gambir dan pengolahan gambir masih dilakukan secara tradisional dan juga menggunakan alat yang tradisional pula, dimana hal tersebut telah menjadi warisan petani sejak lama secara turun-temurun (Sidik dan Apriyani, 2017). Usahatani tanaman gambir untuk Desa Toman merupakan kegiatan usahatani rakyat dan merupakan mata pencaharian pokok dari masyarakat Desa Toman. Sumatera Selatan merupakan salah satu icon gambir dan penghasil gambir tertinggi, dimana sangat sedikit industri gambir yang berkembang di Indonesia. Walaupun menurut data memperlihatkan bahwa gambir merupakan salah satu komoditi ekspor andalan Indonesia, namun kenyataannya hal tersebut tidak menjamin kesejahteraan dari petani Gambir.

Walaupun pada Provinsi Sumatera Selatan komoditi gambir adalah tanaman yang cuma serta sudah lama dikembangkan oleh masyarakat di Desa Toman Kecamatan Babat Toman, industri gambir masih tergolong ke dalam industri rumah tangga yang dikelola menggunakan cara tradisional. Produk gambir yang dihasilkan dan dijual oleh petani masih dalam bentuk gambir yang mentah karena petani belum memiliki kejelasan untuk standar kualitasnya, baik standar menurut pasar maupun standar menurut kegunaan dan pemakaiannya sendiri. Belum ada investor-investor untuk mencoba mengembangkan potensi usahatani gambir maupun pengolahan produk turunan gambirnya. Produk gambir yang dihasilkan petani produsen dengan menggunakan peralatan dan teknologi sederhana ini mengakibatkan mutu, produktivitas, dan pendapatan petani masih rendah (Manalu dan Armyanti, 2019).

Sebagai salah satu negara dengan penghasil gambir terbesar di dunia, Indonesia dihadapkan dengan harapan agar bisa meningkatkan kemakmuran serta tingkat hidup petani karena Indonesia memiliki keuntungan yang relatif terbesar apabila dibandingkan negara lain jika dilihat dari produksi gambir. Namun, pada kenyataannya impian tersebut belum bisa dirasakan oleh petani. Adanya proporsi gambir dari Indonesia yang sangat mendunia, malah tidak dirasakan oleh petani itu

sendiri. Indikasi tersebut diduga akibat dari lemahnya sistem pemasaran gambir dan peran kelembagaan yang masih sangat kurang pada konteks pemasaran gambir, yang membuat belum efisiennya sistem pemasaran gambir terbentuk saat ini.

Pemasaran merupakan konsep yang menjadi sesuatu hal yang tak lepas dari kehidupan sehari-hari masyarakat, banyak hal yang ada kaitannya dengan kata pemasaran, baik secara sadar ataupun tidak sadar masyarakat melalui kegiatan tersebut. Secara umum pemasaran merupakan proses memperkenalkan atau memasarkan suatu barang atau jasa kepada pasar yaitu masyarakat. Proses yang dilakukan untuk membuat masyarakat mengenali suatu produk sehingga mereka dapat memberikan respon tertentu. Pemasaran merupakan kegiatan yang cukup sulit, karena harus dapat meyakinkan begitu banyak pasar yang mempunyai berbagai sudut pandang dan latar belakang.

Saluran pemasaran merupakan sekumpulan organisasi yang saling bergantung satu sama lain dan terlibat pada proses untuk menjadikan produk maupun jasa agar dapat dikonsumsi atau digunakan. Terdapat beberapa pola saluran pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman. Dengan adanya penelitian ini, dapat terlihat bagaimana setiap saluran pemasaran memiliki proporsi distribusi keuntungan yang berbeda-beda pada setiap lembaga. Tingkat efisiensi pada setiap saluran pemasaran berbeda-beda berdasarkan saluran pemasarannya (Arbi *et al.*, 2018).

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam sistem pemasaran, dimana sistem pemasaran memberikan kepuasan kepada setiap pihak-pihak yang terlibat produsen, konsumen, dan lembaga-lembaga pemasaran. Untuk mengukur efisiensi pemasaran dapat dilakukan pendekatan struktur, keragaan, dan tingkah laku pasar. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran dan mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2004).

Efisiensi suatu pemasaran banyak digunakan dalam menilai prestasi kerja suatu proses pemasaran dimana hal tersebut mencerminkan bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus dilakukan secara efisien. Suatu saluran pemasaran akan efisien dan menguntungkan bagi pelaku pemasaran yang terlibat jika semakin pendek saluran pemasaran dari suatu produk hasil pertanian sehingga akan

membuat margin pemasaran semakin rendah, biaya pemasaran yang semakin rendah, dan harga yang dibayar oleh konsumen juga akan semakin rendah serta harga yang diterima oleh produsen semakin tinggi. Keuntungan yang didapatkan petani akan semakin kecil jika suatu saluran memiliki margin yang semakin besar. Pemasaran merupakan kegiatan yang harus diperhatikan karena dengan adanya sistem pemasaran yang baik petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar sehingga dapat merangsang petani dalam meningkatkan tingkat produksinya (Rahmadansyah, 2017).

Berdasarkan wawancara pra penelitian dengan beberapa petani gambir di daerah tersebut, diketahui bahwa masih rendahnya harga yang diterima petani merupakan permasalahan yang dihadapi petani saat ini. Kelembagaan petani yang ada juga belum kuat sehingga membuat petani selalu berada pada posisi tawar menawar yang lebih rendah dengan pedagang. Faktor lain yang menyebabkan lemahnya posisi tawar petani yaitu petani ingin memperoleh pendapatan secepatnya agar bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga membuat petani memiliki kecenderungan berpikir untuk melakukan penjualan gambir secepat mungkin dengan menerima berapapun harga yang ditawarkan oleh pedagang di pasar. Pada saat melakukan tawar menawar dengan pedagang, petani tidak bisa menahan lebih lama produksinya. Gambir tersebut akan berjamur apabila disimpan lebih lama sehingga pedagang tidak mau membelinya, hal itu membuat posisi tawar menawar petani semakin lemah dan terpaksa menjualnya kepada pedagang. Ketidakseimbangan tersebut menyebabkan pedagang memiliki peranan yang lebih dominan dan memperkecil peluang petani dalam memperoleh harga yang menguntungkan (Nasution *et al.*, 2015). Perbedaan *market power* diduga mengindikasikan inefisiensi dalam pemasaran gambir. Hal ini terlihat dari besarnya perbedaan harga tiap lembaga pemasaran. Kondisi tersebut berdampak pada besarnya margin pemasaran.

Berdasarkan wawancara dengan Penyuluh Pertanian Lapangan (PPL) di desa Toman Kecamatan Babat Toman, diduga tidak efisiennya sistem pemasaran gambir mengakibatkan lemahnya pemasaran gambir. Hal tersebut bisa dilihat pada pemasaran gambir yang berhadapan dengan pasar oligopoli pada sisi pembeli dan pasar oligopsoni pada sisi penjual, sehingga mengakibatkan ketidakefisienan sistem

pemasaran gambir. Situasi ini mengakibatkan petani hanya berkedudukan sebagai penerima harga (*price taker*) yang ditetapkan oleh pedagang. Padahal seharusnya struktur pasar yang efisien berada pada situasi struktur pasar persaingan sempurna.

Berdasarkan wawancara dengan petani di daerah penelitian, pembentukan kelompok seperti koperasi belum mampu mentransformasi fungsi dan menjalankan perannya untuk meningkatkan *bargaining power* petani pada pemasaran gambir. Ketidakpuasan petani seharusnya mampu diakomodasi oleh kelembagaan tersebut tidak dirasakan oleh petani. Keberadaan kelembagaan yang seharusnya mampu mengarahkan pemasaran gambir pada pasar persaingan sempurna agar efisien.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin?
2. Bagaimana struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin?
3. Berapa besar efisiensi pemasaran yang terdiri margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan pada pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin.
2. Mengidentifikasi struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin.
3. Menganalisis efisiensi pemasaran yang terdiri dari margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan pada pemasaran gambir di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin.

Berdasarkan permasalahan dan tujuan diatas, maka kegunaan penelitian ini.

1. Diharapkan dapat menjadi salah satu sarana untuk menambah wawasan maupun pengetahuan peneliti mengenai pemasaran gambir yang terjadi di Desa Toman Kecamatan Babat Toman.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, pengetahuan dan sebagai bahan rujukan kepada semua pihak yang membutuhkan mengenai kegiatan pemasaran gambir yang terjadi di Desa Toman Kecamatan Babat Toman.
3. Berguna untuk peneliti selanjutnya yang tertarik atau ingin mengambil penelitian yang berkaitan tentang pemasaran gambir.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Dimas Setio. 2019. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran dan Keuntungan Usaha Budidaya Ikan Lele (*Clarias Batrachus*) Di Kota Palembang. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Anggraini, Nur. 2017. Analisis Pendapatan dan Saluran Pemasaran Usahatani Cabai (*Capsicum Annum* L.) di Kelurahan Curup Jare Kecamatan Pagaralam Utara Kota Pagaralam. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Arbi, Muhammad, Thirtawati, dan Yulian Junaidi. 2018. Analisis Saluran Dan Tingkat Efisiensi Pemasaran Beras Semi Organik Di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. 11 (1).
- Asmarantaka RW. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor (ID): Departemen Agribisnis FEMIPB.
- Ayesha Ivonne, Gusriyeni, Erni Novitri. 2017. Peningkatan Pendapatan Petani Melalui Pelatihan Produksi Produk Turunan Gambir di Nagari Siguntur Tua. UNES Journal of Community Service (JCS). Vol 2, Issue 2: 164-173.
- Azkiyah. 2021. Sistem Pemasaran Bahan Olah Karet (Bokar) di UPPB Panca Makmur Desa Panca Tunggal Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyuasin. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Statistik Perdagangan Luar Negeri (Ekspor dan Impor). Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Produksi, Luas Panen, Produktivitas Gambir Menurut Provinsi tahun 2014.
- Daniel, M. 2002. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dinas Perkebunan Musi Banyuasin. 2021. Laporan Tahunan Dinas Perkebunan Musi Banyuasin. Sumatera Selatan.
- Elida, Septina. 2017. Strategi Pemasaran Gambir Kabupaten Kampar. Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan. No. 1.
- Fadhil, Muhammad Yusuf. 2021. Analisis Pemasaran Karet Di Desa Jerambah Rengas Kecamatan Tulung Selapan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Fauziyah dan Ihsanuddin. 2014. Pengembangan Kelembagaan Pemasaran Garam Rakyat (Studi Kasus di Lembung, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan). Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. 7(1).
- Gumbira, E, dan Sa'id A. Haritz Intan. 2001. Manajemen Agribisnis. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Hastuti, Fera, Febriani, dan Budiyantri. 2017. Bauran Pemasaran Gambir Dalam Meningkatkan Penjualan Petani Gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 8, Nomor 1.
- Istanto, Roessali, Wiludjeng, Setiadi, Agus. 2016. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*. 3 (2): 882-897.
- Istiyanti, E. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Mapeta*.
- Kasim, A. 2011. *Proses Produksi dan Industri Hilir Gambir*. Andalas University.
- Kotler, Philip., dan Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi ketujuh, Jilid 1, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Maghfira, Sabila. 2021. Analisis Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS Kelapa Sawit Petani Plasma di Desa Karang
- Manalu, Doni Sahat Tua, Tri Armyanti. 2019. Analisis Nilai Tambah Gambir Di Indonesia (Sebuah Tinjauan Literatur). *Politeknik Agroindustri*. Vol. 2, No.1.
- Milola. 2015. Analisis Pemasaran Karet di Kelurahan Gunung Kemala Kecamatan Prabumulih Barat. *Indralaya: Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya*.
- Nasrul, Wedy. 2019. *Kinerja Kelembagaan Pasar Gambir (Uncaria Gambir Roxb)*. CV. Insan Cendekia Mandiri. Padang.
- Natalia, Sherly. 2018. Analisis Saluran Pemasaran Dan Efisiensi Pemasaran Usahatani Pisang Mas Di Desa Arisan Gading Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir. *Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya*.
- Nasution, Amelira Haris Nasution, Ratna Winandi Asmarantaka, dan Lukman M Baga. 2015. Sistem Pemasaran Gambir di Sumatera Barat (Kasus Di Kecamatan Kapur IX, Kabupaten Lima Puluh Kota). *Institut Pertanian Bogor*. Vol. 12 No.1: 1 – 10.
- Nazir, N. 2000. *Gambir, Budidaya, Pengolahan, dan Prospek Diversifikasi*. Hutanku. Padang.
- Nuriati, Ni Kadek. 2018. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 20, No. 2.
- Pinsesra, Ongki. 2005. Analisis Kelayakan Usahatani Gambir Pada Skala Usaha Berbeda di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin. *Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya*.

- Ramadhansyah, E. 2017. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Rakyat (Studi Kasus: Kecamatan Bangko Pusako, Kabupaten Rokan Hilir, Riau). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Rahim dan Hastuti. 2007. Margin Pemasaran. PT. Karya Kita. Jakarta Timur.
- Rizal, Muhammad. 2018. Margin dan Efisiensi Pemasaran Lada di Desa Saotengnga Kecamatan Sinjai Tengah Kabupaten Sinjai. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sidik, Muhammad, Septa Apriani. 2019. Prospek Pengembangan Getah Gambir (Uncaria Gambir) Sebagai Komoditi Ekspor Di Desa Toman Kecamatan Babat Toman Kabupaten Musi Banyuasin. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang. 7 (2).
- Siahaan, Yosua Partahian. 2021. Analisis Tataniaga Karet di Desa Gunung Raja Kecamatan Lubai Kabupaten Muara Enim. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Soekartawi. 2002. Analisis Usahatani. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Soekertawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2004. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Sudiyono, Ahmad. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah Malang. Press. Malang.
- Sudiyono. 2004. Pemasaran Pertanian PT. Karya Kita. Jakarta Timur.
- Sudrajat, Jajat., Mulyo, Handoyo, J., Hartono, Slamet., Subejo. 2014. Analisis Efisiensi dan Kelembagaan Pemasaran Jagung di Kabupaten Bengkayang. Jurnal Social Economic og Agriculture. 3 (1).
- Sugiarto. 2001. Teknik Sampling. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. Hal. 2.
- Sulistiadi, Ardi. 2020. Analisis Pemasaran Cabai Petani Anggota Program Pengembangan Klaster Bank Indonesia Di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya Ogan Komering Ilir. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Susanto, Rizki Ferdi. 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Kelapa Di Desa Tirta Kencana Kecamatan Makarti Jaya Kabupaten Banyuasin. Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
- Swastha, B. 2001. Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif Saluran Pemasaran. Yogyakarta. BPFE.
- Syahril, Ahmad. 2018. Efisiensi Pemasaran Nanas (*Ananas Comosus L.Merr*) (Studi Kasus: Desa Pasar Tiga Kecamatan Panai Tengah Kabupaten Labuhan Batu). Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Tarumun, Suardi, Eliza, Rizki Kurniawan. 2019. Analisis Pemasaran Gambir (*Uncaria Gambir*) Di Nagari Sialang Kecamatan Kapur Ix Kabupaten Lima Puluh Kota. Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE). Pekanbaru. 2 (10).
- Yuristia, Rahmi. 2017. Pemasaran Gambir (*Uncaria Gambir* Roxb) di Kenagarian Manggilang Kec. Koto Baru Kabupaten Lima Puluh Kota. Jurnal Pertanian Faperta UMSB. Vol 1. No.1.