

**EFISIENSI SISTEM PEMASARAN CENGKEH (*Syzygium aromaticum*)
DI KABUPATEN PESISIR BARAT
(Skripsi)**

Oleh

Siti Meiska Amelia



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

ABSTRACT

MARKETING SYSTEM EFFICIENCY OF CLOVE (*Syzygium aromaticum*) ON PESISIR BARAT REGENCY

By

SITI MEISKA AMELIA

This research aims to analyze the efficiency of clove marketing system in Pesisir Barat Regency. The research was conducted in Karya Penggawa and Pesisir Utara Subdistrict of Pesisir Barat Regency in January – February 2017. This location chosen purposively with the consideration that the location was the largest clove producer in Pesisir Barat Regency. Farmer respondents were chosen randomly and marketing channel respondents were taken by tracing marketing networks. Data consisted of primary and secondary data. Data marketing system efficiency analyzed by S-C-P (*Structure, Conduct, Performance*). The results showed that the marketing system of clove in Pesisir Barat Regency was inefficient, because: (a) the market structure was a imperfect competition (oligopsoni), (b) the market conduct shows that farmers tend to act as price takers, clove sales are carried out gradually by farmers, and (c) the market performance shows that marketing margins are relatively high and RPM is still high (93%), although the producer's share gained is high (96.84%).

Keywords: clove, efficiency, marketing system

ABSTRAK

EFISIENSI SISTEM PEMASARAN CENGKEH (*Syzygium aromaticum*) DI KABUPATEN PESISIR BARAT

Oleh

SITI MEISKA AMELIA

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Karya Penggawa dan Kecamatan Pesisir Utara Kabupaten Pesisir Barat pada bulan Januari - Februari 2017. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut merupakan penghasil cengkeh terbesar di Kabupaten Pesisir Barat. Responden petani dipilih secara acak sederhana dan responden lembaga pemasaran diambil dengan mengikuti alur pemasaran. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah model S-C-P (*Structure, Conduct, Performance*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat belum efisien, karena: a. struktur pasar yang dihadapi adalah oligopsoni, b. perilaku pasar menunjukkan bahwa petani cenderung berperan sebagai *price taker*, penjualan cengkeh dilakukan secara bertahap oleh petani, dan c. keragaan pasar menunjukkan bahwa margin pemasaran relatif tinggi dan RPM masih tinggi (93%), walaupun *producer's share* yang diperoleh sudah tinggi (96,84%).

Kata kunci : cengkeh, efisiensi, sistem pemasaran

**EFISIENSI SISTEM PEMASARAN CENGKEH (*Syzygium aromaticum*)
DI KABUPATEN PESISIR BARAT**

Oleh

Siti Meiska Amelia

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN

Pada
Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

Judul Skripsi : **EFISIENSI SISTEM PEMASARAN
CENGKEH (*Syzygium aromaticum*)
DIKABUPATEN PESISIR BARAT**

Nama Mahasiswa : **Siti Meiska Amelia**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1214131097**

Program Studi : **Agribisnis**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



1. Komisi Pembimbing

Prof. Dr. Ir. Ali Ibrahim Hasyim, M.S.
NIP 19490614 197603 1 001

Ir. Surliaty Situmorang, M.Si.
NIP 19620816 198703 2 002

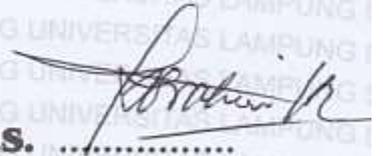
2. Ketua Jurusan Agribisnis

Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P.
NIP 19630203 198902 2 001

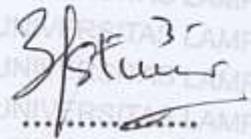
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Prof. Dr. Ir. All Ibrahim Hasyim, M.S.



Sekretaris : Ir. Surlaty Situmorang, M.Si.



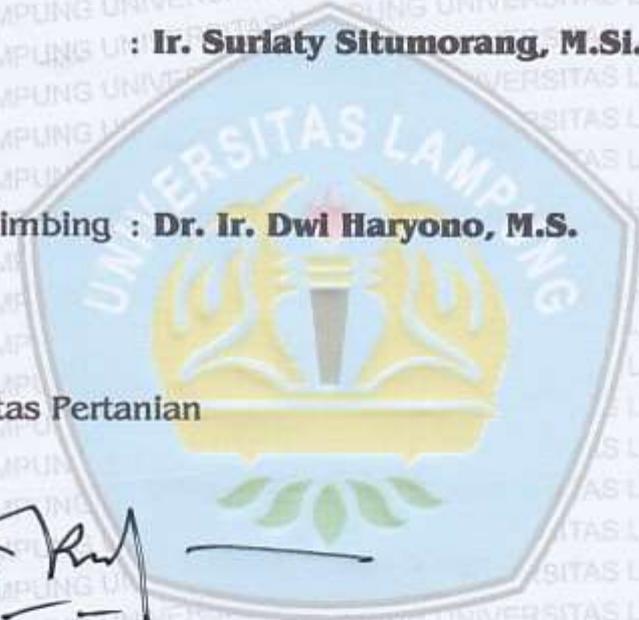
**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Agustus 2018

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Desa Pasar Ulu, Kecamatan Pesisir Tengah, Kabupaten Pesisir Barat pada tanggal 12 Mei 1994. Penulis merupakan putri pertama dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Muhammad Fuad dan Ibu Mega Rahayu. Sekolah Dasar penulis tempuh di SD Negeri 2 Pesisir Tengah pada Tahun 2006, Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Pesisir Tengah pada Tahun 2009 dan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pesisir Tengah pada Tahun 2012. Pada Tahun 2012 penulis diterima di Universitas Lampung, Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Perluasan Akses Pendidikan (PMPAP).

Pada Tahun 2013 penulis mengikuti kegiatan *homestay* (Praktik Pengenalan Pertanian) selama lima hari di Dusun 3 Desa Margodadi, Kecamatan Padang Cermin, Kabupaten Pesawaran. Pada Tahun 2015 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Labuhan Jaya, Kecamatan Gunung Labuhan, Kabupaten Way Kanan. Pada tahun yang sama, penulis juga melaksanakan Praktik Umum (PU) di PT. Ciomas Adisatwa Lampung pada bagian Pemasaran dan Produksi. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam kegiatan kemahasiswaan yaitu menjadi anggota bidang 1 Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) Tahun 2013/2014.

Selama menjadi mahasiswa penulis pernah menjadi Asisten Dosen di beberapa mata kuliah yaitu Sosiologi Pertanian pada semester genap Tahun Ajaran 2014/2015, Pengembangan Masyarakat dan Teknologi Informasi dan Multimedia (TIM) pada semester ganjil Tahun Ajaran 2015/2016, Kuliah Pengenalan Pertanian pada semester ganjil Tahun Ajaran 2015/2016, Kewirausahaan pada semester genap Tahun Ajaran 2015/2016, Dasar-dasar Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian (DDPK) pada semester genap Tahun Ajaran 2015/2016. Penulis juga pernah menjadi Petugas Cacah Lapang (PCL) dalam kegiatan Sensus Ekonomi (SE) yang diadakan oleh Badan Pusat Statistik pada bulan Mei 2016.

SANWACANA

Alhamdulillah segala puji ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan cahaya, nikmat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Efisiensi Sistem Pemasaran Cengkeh (*Syzygium aromaticum*) di Kabupaten Pesisir Barat**” dengan baik. Sholawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan-Nya kepada junjungan dan teladan kita Nabi Besar Muhammad *Shalallahu'alaihi wassalam*, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini tidak semata-mata hasil karya pribadi penulis, tetapi banyak pihak yang telah memberikan sumbangsih bantuan, nasihat, motivasi dan saran-saran serta doa yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ali Ibrahim Hasyim, M.S., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan pengarahan, ilmu, dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
3. Ir. Suriaty Situmorang, M.S., selaku pembimbing kedua yang telah memberikan banyak pengarahan, ilmu, bimbingan, dukungan, dan masukan kepada penulis.

4. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S., sebagai dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran, dukungan dan masukan kepada penulis dalam melakukan penyusunan skripsi.
5. Kedua orangtua tercinta Aba Muhammad Fuad dan Ibu Mega Rahayu yang tanpa mereka penulis tidak akan bisa menjadi seperti saat ini, serta adik-adik tersayang Ferdo Fahriando, Mahendra dan Rafli Ferdiansyah, dan seluruh keluarga besar penulis. Terimakasih atas semua limpahan kasih sayang, cinta, doa, dukungan, bantuan dan motivasi yang telah diberikan hingga diraihnya gelar Sarjana ini, semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Ir. Begem Viantimala, M.Si., selaku pembimbing akademik atas perhatian, nasihat, bantuan dan semangat yang telah diberikan.
7. Dr. Ir. Fembriarti Erry Prasmatiwi, M.P., selaku Ketua Jurusan Agribisnis, atas arahan, bantuan dan nasihat yang telah diberikan.
8. Seluruh dosen Jurusan Agribisnis atas semua ilmu yang telah diberikan selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
9. Karyawan dan karyawan di Jurusan Agribisnis (Mbak Ayi, mbak Iin, Mbak Tunjung, Mas Kardi, Mas Boim, Mas Bukhori) atas semua kemudahan dan bantuan yang telah diberikan.
10. Sahabat tercinta selama kuliah, Santi, Nopralita, Dhevi Maryanti, Cherli Medika, Tri Widia Ningrum, Cindy Nurul Mugniati, Fitri Solekhah, Yohilda Elva Putri, Ulpah Choirun Nisa, Erni Rohasti. Terima kasih atas pelajaran hidup, dukungan, dan motivasi serta telah mewarnai hari-hari penulis selama kuliah, semoga kalian sehat selalu.

11. Sahabat seperjuangan Dewi Nurul F, Selvi Amelia, Susi Puspita Sari, Eva Mulia Sari, Rio Khusnul Rizal, Hari Murti, Irpan Rilpani, Rofiiqoh Al-khoiriah, Hardini Tristya, I Made Thresna, Bayu Saputra. Terima kasih atas semangat, kritik, saran, motivasi, dan pencerahan ilmu yang telah diberikan.
12. Sahabat-sahabat Agribisnis 2012, Ayu Yuni, Dina Wulandari, Ayu Okriani, Desi Darmilayanti, Afsani Saputri, Agustya Ratna, Nadia Azzahra, Linda Soina, Yurlia Pitasari, Maria Christina Pasaribu, Khairuni Sholeha, Fajar Ali, Ririn Pamuncak, Syafri Alfizar, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala kebersamaan, kekompakkan, canda tawa, dukungan, nasihat, semangat, pengalaman, pembelajaran selama ini. Semoga kesuksesan menyertai kita semua.
13. Atu dan Kyay Agribisnis 2009, 2010, dan 2011, Adinda Agribisnis 2013 serta adik-adik angkatan 2014 dan 2015 atas dukungan dan bantuan kepada penulis.
14. Semua pihak yang telah membantu demi terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan lebih baik dan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan. Semoga karya kecil ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Akhirnya, Penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan dan kepada Allah SWT penulis mohon ampun.

Bandar Lampung, 15 Agustus 2018

Penulis,

Siti Meiska Amelia

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
1. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Karakteristik Komoditi Cengkeh	8
2. Teori Pemasaran.....	9
3. Teori Efisiensi Sistem Pemasaran.....	10
B. Kajian Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis.....	23
III. METODE PENELITIAN	25
A. Konsep Dasar dan Definisi operasional.....	25
B. Metode Penelitian, Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian	29
C. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	32
D. Metode Analisis Data	32
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	38
A. Gambaran Umum Kabupaten Pesisir Barat	38
1. Keadaan Geografis	38
2. Topografi dan Iklim	40
B. Keadaan Demografi	41
C. Keadaan Umum Perkebunan Pesisir Barat	42

D. Gambaran Umum Kecamatan Pesisir Utara	44
E. Gambaran Umum Kecamatan Karya Penggawa.....	46
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Keadaan Umum Responden Penelitian.....	48
1. Karakteristik Responden Petani	49
a. Umur Petani Responden	49
b. Tingkat Pendidikan Petani Responden.....	50
c. Pekerjaan Petani Responden	51
d. Luas Lahan Petani Responden.....	52
e. Jumlah Tanggungan Petani Responden.....	53
f. Pengalaman Berusahatani Cengkeh	54
2. Karakteristik Pedagang Besar	55
B. Sistem Pemasaran Cengkeh	56
1. Lembaga dan Fungsi-fungsi Tataniaga	56
a. Petani	57
b. Pedagang Besar	58
2. Struktur Pasar	60
3. Perilaku Pasar	61
4. Keragaan Pasar	65
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Penyebaran luas areal dan produksi cengkeh menurut wilayah dan status penguasaan lahan di Indonesia tahun 2017*).....	3
2. Perkembangan luas areal dan produksi cengkeh perkebunan rakyat di Provinsi Lampung menurut kabupaten dan keadaan tanaman tahun 2015 .	4
3. Perkembangan harga rata-rata cengkeh di pasar domestik dan dunia tahun 2010-2015 (Rp/kg)	5
4. Kajian penelitian terdahulu	15
5. Penyebaran luas areal dan produksi perkebunan cengkeh Kabupaten Pesisir Barat tahun 2014	30
6. Penyebaran jumlah petani cengkeh di Kecamatan Karya Penggawa dan Pesisir Utara tahun 2014	31
7. Sebaran petani cengkeh berdasarkan umur di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2017	49
8. Sebaran petani cengkeh berdasarkan tingkat pendidikan di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2017	50
9. Sebaran petani cengkeh berdasarkan pekerjaan di luar usahatani cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2017	51
10. Sebaran petani cengkeh berdasarkan luas lahan di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2017.....	52
11. Sebaran petani cengkeh berdasarkan jumlah tanggungan di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2017	54

12. Sebaran petani cengkeh berdasarkan pengalaman berusahatani cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2017	55
13. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat, 2017	57
14. Marjin pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat, 2017.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran	24
2. Saluran pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat 2017	66

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi ekonomi cukup besar dalam berbagai sektor. Salah satu sektor yang menunjang pembangunan di Indonesia adalah sektor pertanian. Menurut Saragih (2001), bagi Indonesia, kegiatan yang berbasis pada pemanfaatan sumber daya hayati dikuasai dan dikelola sebagian besar oleh rakyat yang menjadi fundamental ekonominya, baik dahulu maupun sekarang. Lebih dari 95% pengusaha di Indonesia adalah pengusaha dibidang pertanian dan sekitar 80% dari jumlah penduduk menggantungkan kehidupannya pada sektor pertanian (baik yang berbasis tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan maupun kehutanan).

Subsektor perkebunan merupakan bagian dari sektor pertanian yang cukup potensial dalam perekonomian Indonesia guna meningkatkan devisa negara, pemenuhan bahan baku, penyediaan lapangan kerja serta pelestarian sumber daya alam. Salah satu komoditas subsektor perkebunan yang sebagian besar diusahakan oleh perkebunan rakyat adalah cengkeh. Cengkeh merupakan tanaman asli Indonesia, banyak digunakan sebagai bumbu masakan pedas di negara-negara Eropa, dan sebagai bahan utama rokok kretek khas Indonesia.

Saat ini Indonesia merupakan negara penghasil cengkeh terbesar di dunia, karena merupakan tanaman asli Indonesia, juga didukung oleh kondisi alam, iklim dan topografi yang mendukung dilakukannya agribisnis cengkeh di Indonesia (Pusdatin, 2014).

Pada tahun 2012 produksi cengkeh Indonesia mencapai sebesar 79,25 ribu ton, sedangkan produksi cengkeh dunia pada tahun yang sama adalah sekitar 111,65 ribu ton. Dengan kata lain, Indonesia memberikan kontribusi sebesar 70,99 % terhadap total produksi dunia. Untuk ASEAN, Indonesia memberikan kontribusi 99,66% (FAO, 2012). Disisi lain, komoditi cengkeh memberikan sumbangsih sebesar 3% bagi Produk Domestik Bruto (PDB) subsektor perkebunan, sedangkan sektor perkebunan memberikan kontribusi sebesar 1,94% atau sekitar 159,8 triliun terhadap PDB nasional. Dengan kata lain sumbangsih cengkeh terhadap PDB nasional adalah sebesar 4,79 triliun (Pusdatin, 2014). Selain itu, cengkeh juga berperan sebagai penyumbang pendapatan petani, mendukung berkembangnya industri, dan potensial untuk menjadi sarana pengembangan dan pemerataan pembangunan wilayah (Siregar dan Suhendi, 2006 dalam Situmeang, 2008).

Penyebaran komoditas cengkeh di Indonesia hampir merata di seluruh wilayah kepulauan Indonesia, khususnya cengkeh perkebunan rakyat. Luas areal dan produksi cengkeh Indonesia menurut wilayah dan status penguasaan lahan pada tahun 2015 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Penyebaran luas areal dan produksi cengkeh menurut wilayah dan status pengusahaan lahan di Indonesia tahun 2017*)

Provinsi	Luas lahan (ha)				Produksi (ton)			
	PR	PN	PS	Total	PR	PN	PS	Total
Aceh	22.492	-	-	22.492	4.581	-	-	4.581
Sumatera Utara	3.190	-	-	3.190	643	-	-	643
Sumatera Barat	8.305	-	-	8.305	1.894	-	-	1.894
Riau	-	-	-	-	-	-	-	-
Kepulauan Riau	15.481	-	-	15.481	2.471	-	-	2.471
Jambi	168	-	-	168	31	-	-	31
Sumatera Selatan	295	-	-	295	57	-	-	57
Kep. Bangka Belitung	17	-	-	17	1	-	-	1
Bengkulu	1.411	-	-	1.411	132	-	-	132
Lampung	8.340	-	-	8.340	1.165	-	-	1.165
DKI Jakarta	-	-	-	-	-	-	-	-
Jawa Barat	32.450	-	1.412	33.862	6.698	-	238	6.937
Banten	13.196	-	-	13.196	3.301	-	-	3.301
Jawa Tengah	41.207	-	1.264	42.471	5.589	-	175	5.764
D.I Yogyakarta	2.835	-	-	2.835	396	-	-	396
Jawa Timur	39.195	2.365	4.063	45.624	8.380	415	1.091	9.886
Bali	15.476	-	3	15.479	4.250	-	1	4.251
NTB	2.571	-	-	2.571	106	-	-	106
NTT	14.594	-	20	14.615	3.043	-	6	3.049
Kalimantan Barat	894	-	-	894	273	-	-	273
Kalimantan Tengah	4	-	-	4	-	-	-	-
Kalimantan Selatan	372	-	-	372	74	-	-	74
Kalimantan Timur	-	-	-	-	-	-	-	-
Kalimantan Utara	-	-	-	-	-	-	-	-
Sulawesi Utara	74.793	-	-	74.793	20.404	-	-	20.404
Gorontalo	9.189	-	-	9.189	680	-	-	680
Sulawesi Tengah	68.970	-	-	68.970	14.926	-	-	14.926
Sulawesi Selatan	59.701	-	-	59.701	18.987	-	-	18.987
Sulawesi Barat	2.826	-	-	2.826	683	-	-	683
Sulawesi Tenggara	29.552	-	-	29.552	14.226	-	-	14.226
Maluku	44.082	-	-	44.082	20.598	-	-	20.598
Maluku Utara	20.800	-	-	20.800	4.480	-	-	4.480
Papua	578	-	-	578	3	-	-	3
Papua Barat	636	-	-	636	54	-	-	54
Jumlah	533.623	2.365	6.762	542.750	138.129	415	1.512	140.056

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2017

Ket : *) = Angka Estimasi

PR = Perkebunan Rakyat

PN = Perkebunan Nasional

PS = Perkebunan Swasta

Tabel 1 menunjukkan bahwa provinsi penghasil cengkeh dengan luas areal terbesar pertama adalah Provinsi Sulawesi Utara, kedua Sulawesi Tengah dan ketiga adalah Sulawesi Selatan. Salah satu provinsi yang potensial untuk dikembangkan usahatani cengkeh adalah Provinsi Lampung.

Perkebunan cengkeh Provinsi Lampung didominasi oleh Perkebunan Rakyat (PR), cengkeh perkebunan rakyat di Provinsi Lampung tersebar di berbagai kabupaten. Salah satu daerah yang cukup potensial untuk pengembangan tanaman cengkeh di Provinsi Lampung adalah Kabupaten Pesisir Barat, karena kondisi iklimnya yang mendukung, sehingga Kabupaten Pesisir Barat merupakan kabupaten yang memiliki luas areal, produksi dan produktivitas cengkeh terbesar di Provinsi Lampung. Penyebaran luas areal dan produksi cengkeh perkebunan rakyat di Provinsi Lampung menurut kabupaten dan keadaan tanaman, pada tahun 2013 seperti disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Penyebaran luas areal dan produksi cengkeh perkebunan rakyat di Provinsi Lampung menurut kabupaten dan keadaan tanaman, tahun 2015

Kabupaten	Luas areal (ha)			Jumlah	Produksi (ton)	Produktivitas (kg/ha)
	TBM	TM	TTM			
Lampung Selatan	704	553	99	1.356	251	454
Pesawaran	190	267	73	530	75	281
Lampung tengah	-	5	-	5	1	200
Lampung Timur	21	32	22	75	11	344
Lampung Utara	100	94	12	206	13	138
Way kanan	68	75	341	484	39	520
Lampung Barat	310	272	26	608	62	228
Tulang Bawang	-	-	-	-	-	-
Tanggamus	719	629	550	1.898	300	477
Bandar Lampung	3	50	3	56	27	540
Pringsewu	157	54	30	241	17	315
Pesisir Barat	1.089	1.159	39	2.248	263	227

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2017

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa kabupaten di Provinsi Lampung yang memiliki produksi cengkeh paling tinggi adalah Kabupaten Pesisir Barat, dan terbesar kedua serta ketiga adalah Kabupaten Tanggamus dan Lampung Selatan.

Kegiatan agribisnis cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat dilakukan guna meningkatkan pendapatan petani. Besar kecilnya pendapatan yang akan diperoleh petani antara lain dipengaruhi oleh harga komoditas yang dipasarkan. Apabila semakin tinggi harga jual (*output*) yang diterima oleh petani, maka akan semakin tinggi pula pendapatan petani tersebut. Begitupun sebaliknya, jika harga yang diterima petani rendah, maka pendapatan petani juga akan rendah. Data perkembangan harga rata-rata cengkeh di pasar domestik dan dunia tahun 2010-2015

Tabel 3.

Tabel 3. Perkembangan harga rata-rata cengkeh di pasar domestik dan dunia tahun 2010-2015 (Rp/kg)

Pasar	Tahun					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Domestik (Rp/Kg)	49.890	125.756	85.389	115.715	132.062	121.619
Internasional (US\$ c/lb)	-	7,10	-	-	-	-

Sumber : Direktorat Jendral Perkebunan, 2017

Harga cengkeh terus mengalami perubahan setiap tahunnya, yang disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya persaingan antarpedagang pengumpul, serta jumlah cengkeh yang melimpah namun jumlah pembeli kurang. Dalam setiap kegiatan usahatani, petani pasti memiliki tujuan untuk memperoleh penerimaan yang maksimum. Pemasaran merupakan proses yang harus dilalui oleh petani sebagai produsen untuk menyalurkan produknya hingga sampai ke tangan konsumen.

Pemasaran cengkeh, baik untuk kebutuhan lokal maupun ekspor, dihantarkan melalui perantara-perantara dalam saluran pemasaran. Perantara tersebut dapat berupa lembaga maupun individu yang berperan dalam pemasaran cengkeh.

Pada proses pemasaran cengkeh yang terjadi di Kabupaten Pesisir Barat, terdapat beberapa saluran pemasaran dan setiap lembaga pemasaran yang terlibat akan melakukan fungsi pemasaran, sehingga mengakibatkan semakin besar biaya pemasaran dan dapat mempengaruhi efisiensi sistem pemasaran. Keterlibatan pedagang perantara akan menyebabkan harga yang diterima petani produsen dan yang dibayarkan oleh konsumen berbeda. Oleh karena itu, penelitian untuk menganalisis efisiensi pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat perlu dilakukan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian, yakni “Apakah sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat efisien atau tidak dilihat dari struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat dilihat dari struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai :

- (1) Penambahan informasi bagi pelaku pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat.
- (2) Informasi bagi pemerintah dalam menerapkan kebijakan untuk pengembangan sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat.
- (3) Bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian sejenis.

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Karakteristik Komoditi Cengkeh

Cengkeh (*Syzygium aromaticum*) dalam bahasa Inggris disebut *cloves*, adalah tangkai bunga kering beraroma dari keluarga pohon *Myrtaceae*. Taksonomi tanaman cengkeh menurut beberapa ahli botani adalah (Wikipedia, 2006):

Kingdom : Plantae

Filum : Magnoliophyta

Kelas : Magnoliopsida

Ordo : Myrtales

Famili : Myrtaceae

Genus : *Syzygium*

Spesies : *S. aromaticum*

Cengkeh termasuk jenis tumbuhan perdu yang memiliki batang pohon besar dan berkayu keras, serta mampu bertahan hidup puluhan bahkan sampai ratusan tahun. Tinggi cengkeh dapat mencapai 20m-30m dan cabang-cabangnya cukup lebat. Cabang-cabang dari tumbuhan cengkeh tersebut pada umumnya panjang dan dipenuhi oleh ranting-ranting kecil yang mudah patah. Mahkota, atau juga lazim disebut

tajuk, pohon cengkeh berbentuk kerucut. Daun cengkeh berwarna hijau berbentuk bulat telur memanjang, dengan bagian ujung dan pangkalnya menyudut, rata-rata mempunyai ukuran lebar berkisar 2cm – 3cm dan panjang daun tanpa tangkai berkisar 7,5cm-12,5cm. Bunga dan buah cengkeh akan muncul pada ujung ranting daun dengan tangkai pendek serta bertandan. Pada saat masih muda, bunga cengkeh berwarna keungu-unguan, kemudian berubah menjadi kuning kehijau-hijauan dan berubah lagi menjadi merah muda apabila sudah tua. Bunga cengkeh kering akan berwarna coklat kehitaman dan berasa pedas, sebab mengandung minyak atsiri. Umumnya cengkeh pertama kali berbuah pada umur 4-7 tahun (Najiyati dan Danarti, 1992).

2. Teori Pemasaran

Sunarto (2006) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produksi dan nilai dengan orang lain. Menurut Hasyim (2012) pemasaran adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud menciptakan permintaan yang efektif. Menurut Mursid (2006) pengertian pemasaran adalah suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Dapat pula dikatakan bahwa pemasaran adalah semua kegiatan (usaha) yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan

jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Selanjutnya, menurut Hasyim (2012) tataniaga adalah proses sosial dan manajerial yang ditandai dengan seseorang atau kelompok orang yang memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Lebih lanjut Hasyim (2012) menjelaskan bahwa fungsi-fungsi tataniaga secara teoritis dapat digolongkan ke dalam tiga golongan, yaitu fungsi pertukaran (*exchange functional*), fungsi fisik (*physical functional*) dan fungsi fasilitas (*facilitating functional*). Fungsi pertukaran menciptakan kegunaan hak milik, sedangkan fungsi fisik menciptakan kegunaan waktu, bentuk, dan tempat. Dari tiga fungsi tataniaga ini dapat dibagi lagi menjadi sembilan fungsi, yaitu fungsi pembelian, penjualan, penyimpanan, pengolahan, pengangkutan, standarisasi dan grading, penanggungan risiko, pembiayaan, dan informasi pasar.

3. Teori Efisiensi Sistem Pemasaran

Menurut Kotler (2002) efisiensi pemasaran adalah maksimisasi dari ratio input dan output dalam pemasaran. Perubahan yang mengurangi biaya input tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan meningkatkan efisiensi, sedangkan perubahan yang mengurangi biaya input serta kepuasan konsumen akan menurunkan efisiensi pemasaran. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983), efisiensi pemasaran bagi pengusaha adalah jika penjualan produknya dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi mereka, sedangkan efisiensi pemasaran bagi konsumen

adalah jika konsumen mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga rendah.

Mubyarto (1995) menyatakan bahwa sistem pemasaran dianggap efisien jika memenuhi dua syarat, yaitu : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut. Syarat kedua tersebut menyatakan bahwa untuk mencapai efisiensi pemasaran, harus ada pembagian yang adil dalam margin pemasaran. Efisiensi dalam pengertian ilmu ekonomi termasuk tataniaga digunakan untuk merujuk pada sejumlah konsep yang terkait pada kegunaan, pemaksimalan, dan pemanfaatan seluruh sumberdaya dalam proses produksi barang dan jasa (Hasyim, 2012).

Menurut Hasyim (2012), untuk melakukan analisis terhadap sistem atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan model S-C-P (*structure, conduct dan performance*). Pada dasarnya, sistem atau organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu :

- a. Struktur pasar (*market structure*) merupakan gambaran hubungan antara penjual dan pembeli yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran (penjual dan pembeli), diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Struktur pasar dikatakan bersaing bila jumlah pembeli dan penjual banyak, pembeli dan

penjual hanya menguasai sebagian kecil dari barang yang dipasarkan sehingga masing-masing tidak dapat mempengaruhi harga pasar (*price taker*), tidak ada gejala konsentrasi, produk homogen, dan bebas untuk keluar masuk pasar. Struktur pasar yang tidak bersaing sempurna terjadi pada pasar monopoli (hanya ada penjual tunggal), pasar monopsoni (hanya ada pembeli tunggal), pasar oligopoli (ada beberapa penjual), dan pasar oligopsoni (ada beberapa pembeli).

b. Perilaku pasar (*market conduct*) merupakan gambaran tingkah laku lembaga pemasaran dalam menghadapi struktur pasar, untuk tujuan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya, yang meliputi kegiatan pembelian, penjualan, penentuan harga, serta siasat pasar, seperti : potongan harga, penimbangan yang curang, dan lain-lain.

c. Keragaan pasar (*market performance*) merupakan gambaran gejala pasar yang tampak akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Interaksi antara struktur dan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis. Untuk menganalisis keragaan pasar digunakan beberapa indikator, yaitu:

(1) Saluran pemasaran

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen. Pada pemasaran komoditas pertanian sering

dijumpai adanya rantai pemasaran yang panjang yang melibatkan banyak pelaku pemasaran. Hanafiah dan Saefuddin (1983) menyatakan bahwa, panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui tergantung dari beberapa faktor, yaitu jarak antara produsen dan konsumen, cepat tidaknya produk rusak, skala produksi, dan posisi keuangan pengusaha.

(2) Harga, biaya, dan volume penjualan

Keragaan pasar juga berkenaan dengan harga, biaya, dan volume penjualan masing-masing tingkat pasar, dimulai dari tingkat petani (produsen), pedagang sampai ke konsumen.

(3) Pangsa produsen

Pangsa produsen atau *producer share* (PS) bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila PS semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen dirumuskan sebagai :

$$PS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

di mana : PS = Bagian harga yang diterima petani (produsen)
 P_f = Harga di tingkat petani (produsen)
 P_r = Harga di tingkat konsumen

(4) Marjin pemasaran

Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen. Perhitungan marjin pemasaran digunakan untuk melihat aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh lembaga

pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran yang mengakibatkan adanya perbedaan harga di tingkat produsen dengan di tingkat konsumen akhir (Sudiyono, 2004). Hasyim (2012) berpendapat bahwa yang dimaksud dengan margin pemasaran secara umum adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Dalam bidang pertanian, margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan harga pada tingkat usahatani dengan harga di tingkat konsumen akhir, atau dengan kata lain perbedaan harga antara dua tingkat pasar.

Margin pemasaran atau *farm retail spread* adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk suatu produk dengan harga yang diterima oleh produsen. Besarnya margin pemasaran ini oleh lembaga pemasaran digunakan atau dialokasikan untuk biaya-biaya pengumpulan, pengolahan, pergudangan, *packing*, dan keuntungan pedagang (Ginting, 2006).

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Analisis efisiensi sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Kajian penelitian terdahulu

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1.	Efisiensi Pemasaran Produk Duku Lampung Melalui Pendekatan Serba Fungsi Di Kabupaten Lampung Selatan (Firham Ramadinata, Ali Ibrahim Hasyim, dan Suriaty Situmorang 2014)	<ul style="list-style-type: none"> Mengetahui efisiensi pemasaran yang dilihat dari <i>producer share</i>, margin pemasaran, dan <i>ratio profit margin</i> yang diterima oleh tiap lembaga pemasaran yang ada 	<ul style="list-style-type: none"> Metode sampling dilakukan menggunakan metode alur pemasaran. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran, <i>producer share</i>, margin pemasaran, dan <i>ratio profit margin</i>. 	Sistem pemasaran duku Lampung di Kecamatan Katibung Kabupaten Lampung Selatan belum efisien. Fungsi pemasaran belum dilakukan sebagaimana seharusnya, <i>producer share</i> < 50%, margin pemasaran cenderung besar, serta <i>ratio profit margin</i> di antara lembaga pemasaran yang terlibat tidak merata.
2.	Analisis Efisiensi Produksi dan Pemasaran Kacang Hijau di Kabupaten Lampung Tengah (Reswari,2011)	<ul style="list-style-type: none"> Menganalisis struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar pada pemasaran kacang hijau di Kabupaten Lampung Tengah. 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. 	Struktur pasar yang terbentuk adalah oligopsoni, perilaku pasar, menunjukkan bahwa sistem pembayaran dilakukan secara tunai dan melalui proses tawar-menawar, dan keragaan pasar, yaitu terdapat hanya satu saluran pemasaran serta elastisitas transmisi harga bernilai 0,6 ($E_t < 1$) yang menunjukkan

				bahwa pasar yang terjadi adalah pasar persaingan tidak sempurna.
3.	<p>Analisis Efisiensi Pemasaran Karet (Hevea Brasiliensis) Rakyat Jenis Bokar di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung (Kurniawan,2012)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui saluran pemasaran karet rakyat dari produsen sampai pabrik karet • Mengetahui efisiensi pemasaran karet rakyat di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode yang digunakan untuk menganalisis efisiensi sistem pemasaran adalah deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Analisis kualitatif (deskriptif) digunakan untuk mengetahui struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis margin pemasaran dan (RPM), analisis koefisien korelasi harga, dan analisis elastisitas transmisi harga. 	<p>(1) Terdapat tiga saluran pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang, dan saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran yang pertama, yaitu : petani secara langsung menjual karet ke pabrik, (2) sistem pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung tidak efisien, serta pasar produsen dan konsumen kurang terintegrasi, dan pasar yang terbentuk cenderung oligopsoni.</p>
4.	<p>Analisis Efisiensi dan Strategi Pemasaran Padi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis efisiensi sistem pemasaran benih 	<ul style="list-style-type: none"> • Metode analisis data meliputi analisis efisiensi 	<p>(1) sistem pemasaran benih padi inbrida oleh beberapa produsen di Kabupaten Lampung</p>

<p>Inbrida Oleh Produsen P4S. Sama Maju, Sri Yasa, dan Panti Boga di Kabupaten Lampung Tengah (Nilawati,2012)</p>	<p>padi inbrida oleh P4S Sama Maju, Sri Yasa, dan Panti Boga di Kabupaten Lampung Tengah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menganalisis strategi pemasaran dalam mendistribusikan benih padi inbrida yang dilakukan oleh P4S Sama Maju, SriYasa, dan Panti Boga di Kabupaten Lampung Tengah. 	<p>sistem pemasaran dan analisis strategi pemasaran, yaitu 4P (<i>price, product, place, promotion</i>).</p>	<p>Tengah sudah efisien dengan producer share >80%, walaupun (a) struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopoli, (b) perilaku pasar menunjukkan bahwa sistem pembayaran lebih dominan dilakukan secara tunai dan penentuan harga oleh produsen, (c) terdapat empat saluran pemasaran padi inbrida, dengan RPM yang tidak merata antarlembaga pemasaran dan elastisitas transmisi harga yang lebih besar dari satu, (2) strategi pemasaran benih padi inbrida oleh beberapa produsen di Kabupaten Lampung Tengah, terdiri dari: (a) product, masing-masing produsen melakukan diversifikasi produk, (b) price, produsen menggunakan metode costplus pricing method dan metode berdasarkan harga pasar dalam menentukan harga, (c) place, produsen mendistribusikan produk mereka dengan melibatkan perantara pemasaran, seperti pedagang kios dan</p>
---	---	--	---

			Gapoktan/poktan dan (d) promotion, promosi yang dilakukan oleh produsen adalah personal selling.
5.	Analisis Efisiensi Pemasaran Karet (<i>Havea brasiliensis</i>) Rakyat di Kecamatan Bahuga Kabupaten Way Kanan (Manullang, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> Menganalisis struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar pada pemasaran karet rakyat di Kecamatan Bahuga Kabupten Way Kanan. 	<ul style="list-style-type: none"> Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. <p>Sistem pemasaran karet (<i>Havea brasiliensis</i>) di Kabupaten Way Kanan belum efisien, dimana : (1) struktur pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni, (2) perilaku pasar menunjukkan bahwa petani karet tidak mengalami kesulitan dalam memasarkan hasil panennya dan (3) keragaan pasar menunjukkan bahwa terdapat lima saluran pemasaran dengan margin pemasaran yang relatif besar dan ratio profit margin tidak merata serta elastisitas transmisi harga adalah 0,064 atau kurang dari satu, yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah pasar tidak bersaing sempurna.</p>
6.	Analisis Efisiensi Pemasaran dan Harga	<ul style="list-style-type: none"> Menganalisis efisiensi pemasaran, perbedaan, 	<p>Metode analisis data yang digunakan adalah analisis</p> <p>(1) Pemasaran jagung di Desa Karang Rejo Kecamatan Jati Agung Kabupaten</p>

<p>Pokok Produksi (HPP) Jagung Pada Berbagai Jenis Kadar Air di Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan (Budiman,2011)</p>	<p>pendapatan, dan perbandingan harga pokok produksi jagung pada berbagai kadar air di Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan</p>	<p>kuantitatif (statistik) dan kualitatif (deskriptif)</p>	<p>Lampung Selatan berlangsung secara tidak efisien. Ratio Profit Margin (RPM) tidak merata, dan nilai elastisitas transmisi harga kurang dari satu, yaitu sebesar 0,684 dan 0,819 yang menunjukkan bahwa pasar yang terjadi adalah pasar tidak bersaing sempurna, (2) terdapat perbedaan pendapatan antara petani yang menjual jagung berkadar air 15-27% dan 28-40%, (3) terdapat selisih harga pokok produksi (HPP) yang tidak besar, yaitu Rp 24,66/kg antara petani yang menjual jagung berkadar air 15-27% dan petani berkadar air 28-40%.</p>
<p>7. Analisis pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri (Kurniawan ,2009)</p>	<p>•Menganalisis efisiensi pemasaran cengkeh di Kabupaten Wonogiri</p>	<p>• Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik penelitian survey.</p>	<p>Saluran pemasaran cengkeh yang terdapat di Kabupaten Wonogiri terdiri dari 2 jenis saluran, yakni Saluran I : petani pedagang pengumpul pedagang besar konsumen, Saluran II : petani Pedagang besar konsumen.</p>

Hasil penelitian menunjukkan (1) besarnya biaya pemasaran pada saluran pemasaran I dan II masing-masing sebesar Rp. 1390/kg dan Rp 606/kg, persentase margin pemasaran pada saluran pemasaran I dan II masing-masing sebesar 6,85 % dan 2,31 % sedangkan total keuntungan lembaga pemasaran cengkeh lewat saluran I sebesar Rp. 2.310/kg, dan saluran II sebesar Rp. 646/kg. (2) Saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I, karena saluran pemasaran II mempunyai persentase margin pemasaran lebih rendah (2,31%) dan farmer's share lebih tinggi (97,73%).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada komoditas dan lokasi penelitian, pada penelitian ini komoditas yang diteliti adalah cengkeh dengan lokasi di wilayah Kabupaten Pesisir Barat walaupun metode analisisnya cenderung sama dengan penelitian terdahulu, yaitu metode S-C-P (*structure, conduct, dan performance*) namun penelitian terkait dengan komoditas cengkeh di Provinsi Lampung belum banyak dilakukan.

C. Kerangka Pemikiran

Cengkeh merupakan tanaman asli Indonesia, banyak digunakan sebagai bumbu masakan pedas di negara-negara Eropa, dan sebagai bahan utama rokok kretek khas Indonesia. Saat ini Indonesia merupakan negara penghasil cengkeh terbesar di dunia. Cengkeh juga berperan sebagai penyumbang pendapatan petani, mendukung berkembangnya industri, dan potensial untuk menjadi sarana pengembangan dan pemerataan pembangunan wilayah (Siregar dan Suhendi, 2006 dalam Situmeang, 2008). Salah satu provinsi di Indonesia yang potensial untuk budidaya cengkeh adalah Provinsi Lampung, dan Kabupaten Pesisir Barat merupakan wilayah di Provinsi Lampung yang menghasilkan cengkeh dalam jumlah yang tinggi.

Kegiatan usahatani cengkeh dilakukan guna meningkatkan pendapatan petani, melalui penerimaan yang maksimum. Besarnya penerimaan yang diterima petani ditentukan oleh harga output dan harga input. Oleh sebab itu, semakin tinggi harga jual cengkeh yang diterima petani, maka akan

semakin tinggi penerimaan petani (*ceteris paribus*). Namun, hal berbeda justru dialami oleh petani cengkeh saat ini, yaitu harga cengkeh cenderung fluktuatif. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya adalah jumlah produsen cengkeh yang melimpah tetapi jumlah pembelinya di tingkat petani masih terbatas.

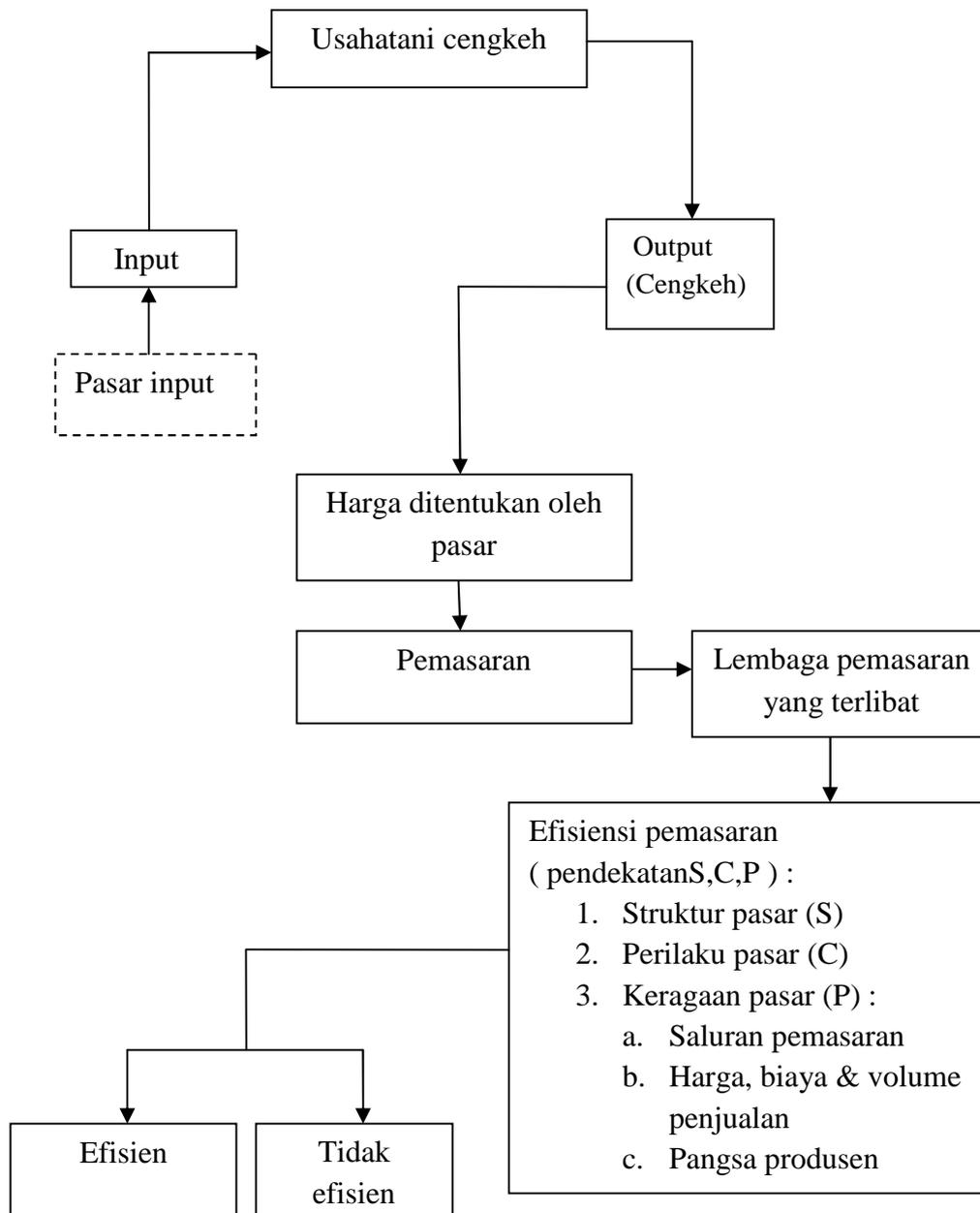
Pemasaran cengkeh saat ini melibatkan beberapa lembaga, seperti: petani, pedagang pengepul, pedagang besar, serta konsumen akhir, dan setiap lembaga perantara pemasaran yang terlibat akan melakukan fungsi pemasaran, sehingga mengakibatkan biaya pemasaran semakin besar dan dapat mempengaruhi efisiensi sistem pemasaran. Oleh karena itu, sistem pemasaran cengkeh sangat penting untuk diketahui guna melihat efisien atau tidaknya kegiatan tersebut.

Analisis efisiensi pemasaran juga sekaligus sebagai analisis terhadap struktur pasar, perilaku pasar dan keragaan pasar. Struktur pasar dapat menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli, yang dapat dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, differensiasi produk dan kondisi keluar masuk pasar. Struktur pemasaran paling banyak digunakan dalam menganalisis sistem pemasaran, karena melalui analisis struktur pasar, secara langsung akan dapat dijelaskan bagaimana karakteristik pasar yang ada. Perilaku pasar digunakan untuk melihat pola tingkah laku dari lembaga pemasaran dalam hubungannya dengan sistem pembentukan harga dan kegiatan jual beli. Keragaan pasar dianalisis untuk mengetahui apakah kegiatan pemasaran efisien atau tidak melalui pangsa produsen,

margin pemasaran, dan *ratio profit margin*. Kerangka pemikiran efisiensi sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat disajikan pada Gambar 1.

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran, maka hipotesis pada penelitian ini adalah “Diduga pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat belum efisien dilihat dari : struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar.



Gambar 1. Kerangka pemikiran “Efisiensi Sistem Pemasaran Cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat”, 2017

III. METODE PENELITIAN

A. Konsep Dasar dan Definisi Operasional

Konsep dasar dan definisi operasional ini mencakup pengertian yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis sehubungan dengan tujuan penelitian.

Pasar adalah tempat barang atau jasa diperjualbelikan (Hasyim, 2012)

Barang adalah suatu produk fisik (berwujud/*tangible*) yang dapat diberikan pada seorang pembeli dan melibatkan perpindahan kepemilikan dari penjual dan pembeli.

Jasa adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.

Produk dalam penelitian ini adalah hasil kegiatan usahatani cengkeh berupa bunga cengkeh kering yang diukur dalam satuan kilogram (Kg).

Pemasaran cengkeh adalah proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk mendistribusikan cengkeh dari petani cengkeh ke konsumen guna mendapatkan keuntungan. Cengkeh merupakan jenis tanaman tahunan, oleh karena itu, kegiatan pemasaran produk cengkeh pada penelitian ini hanya dilihat pada satu tahun tertentu tanpa memperhatikan usia tanaman cengkeh.

Saluran pemasaran adalah lembaga-lembaga distribusi yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen (Nitisemito, 1982 dalam Hasyim, 2012)

Saluran pemasaran cengkeh adalah lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam mendistribusikan komoditas cengkeh dengan menyelenggarakan kegiatan- kegiatan pembelian, pengangkutan, penyimpanan, dan penjualan dari petani cengkeh sampai ke konsumen akhir.

Lembaga pemasaran cengkeh adalah lembaga-lembaga serta orang-orang yang berusaha dalam bidang pemasaran cengkeh, dan mendistribusikan cengkeh dari produsen ke konsumen melalui suatu kegiatan penjualan dan pembelian.

Pedagang pengumpul adalah pedagang-pedagang yang membeli cengkeh langsung dari petani dan menjualnya kembali ke pedagang besar maupun konsumen akhir.

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli cengkeh dari pedagang pengumpul atau langsung dari petani produsen dengan jumlah (skala) pembelian yang besar untuk kemudian menjualnya kembali ke konsumen akhir.

Konsumen akhir dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli cengkeh dari pedagang besar kemudian melakukan kegiatan jual beli cengkeh antar daerah atau menjualnya kembali ke pabrik rokok.

Harga di tingkat konsumen adalah harga cengkeh yang dibayarkan konsumen akhir pada waktu transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Total margin pemasaran adalah perbedaan harga antara pembayaran konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (produsen), sedangkan margin pemasaran di setiap lembaga pemasaran adalah selisih harga beli dengan harga jual dari masing-masing lembaga yang bersangkutan, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Biaya pemasaran cengkeh adalah biaya yang dikeluarkan, baik oleh petani maupun pedagang, untuk memasarkan cengkeh sampai ke konsumen akhir, meliputi biaya pengangkutan, penyusutan, dan biaya-biaya lainnya, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Harga produsen adalah harga jual oleh petani cengkeh pada saat melakukan transaksi jual beli, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Struktur pasar cengkeh merupakan karakteristik pasar cengkeh yang menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli yang dapat dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, differensiasi produk cengkeh, dan kondisi mudah tidaknya untuk keluar masuk pasar cengkeh.

Perilaku pasar cengkeh merupakan gambaran tingkah laku lembaga pemasaran cengkeh dalam menghadapi struktur pasar, untuk tujuan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya.

Keragaan pasar cengkeh merupakan hasil akhir dari struktur pasar dan perilaku pasar yang ditunjukkan oleh harga, biaya dan volume penjualan cengkeh.

Harga beli cengkeh adalah harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran untuk mendapatkan cengkeh, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Harga jual cengkeh adalah harga yang berlaku untuk menjual cengkeh di setiap tingkat pasar, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Profit margin adalah marjin keuntungan pemasaran, dihitung dari nilai marjin pemasaran dikurangi biaya yang dikeluarkan, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

Marjin pemasaran total adalah selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga di tingkat petani produsen, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Marjin tingkat lembaga perantara pemasaran adalah selisih harga jual dan harga beli di tiap lembaga pemasaran, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Volume beli adalah jumlah produk cengkeh yang dibeli oleh lembaga pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg).

Volume jual adalah jumlah produksi cengkeh yang dijual, baik oleh petani maupun lembaga perantara pemasaran, dinyatakan dalam satuan kilogram (Kg).

Producer share adalah bagian dari harga konsumen yang diterima oleh petani cengkeh sebagai produsen, dan diukur dalam satuan presentase (%).

Ratio profit margin adalah perbandingan antara marjin keuntungan pada masing-masing lembaga pemasaran dengan biaya-biaya yang dikeluarkannya, diukur dalam satuan presentase (%).

B. Metode Penelitian, Lokasi, Responden, dan Waktu Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Survei adalah pemeriksaan atau penelitian secara komprehensif. Survei yang dilakukan dalam penelitian biasanya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau wawancara. Survei (*survey*) atau lengkapnya

self-administered survey adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu, dan dapat disimpulkan bahwa survei adalah metode untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi (Wikipedia, 2014).

Penelitian dilakukan di Kecamatan Karya Penggawa dan Kecamatan Pesisir Utara Kabupaten Pesisir Barat. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa kedua kecamatan tersebut merupakan wilayah dengan produksi cengkeh terbesar di Kabupaten Pesisir Barat. Data penyebaran luas areal dan produksi cengkeh Kabupaten Pesisir Barat pada tahun 2014 dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Penyebaran luas areal dan produksi perkebunan cengkeh Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2014

Kecamatan	Luas Areal (Ha)			Total	Produksi (ton)	Produktivitas (Kg/ha/th)
	TBM	TM	TR			
Bengkunat Belimbing	88.0	165.0	3.0	256.0	37.1	225.0
Bengkunat	93.0	144.8	5.0	242.8	29.0	200.0
Ngambur	100.0	111.1	5.0	216.0	25.5	230.0
Pesisir Selatan	91.0	55.0	1.0	147.0	13.8	250.0
Krui Selatan	63.5	55.5	2.0	121.0	21.8	660.0
Pesisir Tengah	36.0	37.5	5.0	78.5	8.6	230.0
Way Krui	33.5	66.5	5.0	105.0	15.3	230.0
Karya Penggawa	158.5	170.0	4.0	332.5	45.9	250.0
Pulau Pisang	96.0	54.0	2.0	152.0	25.0	90.0
Pesisir Utara	148.0	175.5	6.5	330.0	42.5	200.0
Lemong	182.0	125.0	1.0	308.0	32.5	260.0

Sumber : BP4K Kabupaten Pesisir Barat, 2014

Ket : TBM = Tanaman Belum Menghasilkan

TM = Tanaman Menghasilkan

TR = Tanaman Rusak

Penentuan responden untuk petani cengkeh didasarkan atas informasi dari BP4K (Balai Penyuluhan Pertanian, Perkebunan, Perikanan, dan Kehutanan) Kabupaten Pesisir Barat. Dari Kecamatan Karya Penggawa diambil desa dengan jumlah petani cengkeh yang paling dominan, yakni Tebakak Way Sindi dan Kecamatan Pesisir Utara diambil Desa Kota Karang. Sebaran petani cengkeh di masing-masing desa pada Kecamatan Karya Penggawa dan Kecamatan Pesisir Utara dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Penyebaran jumlah petani cengkeh di Kecamatan Karya Penggawa dan Pesisir Utara tahun 2014.

Kecamatan Karya Penggawa		Kecamatan Pesisir Utara	
Desa	Jumlah petani cengkeh (Org)	Desa	Jumlah petani cengkeh (org)
Tebakak Way Sindi	249	Padang Rindu	67
Penggawa V Tengah	82	Kota Karang	140
Menyancang	68	Negeri Ratu	29
La'ay	51	Kuripan	30
Kebuayan	47	Kerbang Dalam	16
Total	497		282

Sumber : BP4K Kabupaten Pesisir Barat, 2014

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa jumlah populasi petani cengkeh di Desa Tebakak Way Sindi dan Kota Karang berjumlah 389 orang. Dari jumlah tersebut diambil masing-masing 10 % sebagai sampel, sehingga diperoleh sampel sebanyak 39 petani, dengan rincian dari Desa Tebakak Way Sindi 25 orang petani dan Desa Kota Karang 14 petani. Pengambilan sampel petani cengkeh di dua desa tersebut dilakukan secara acak sederhana (*simple random sampling*). Sampel lembaga perantara pemasaran diperoleh dengan menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu penelusuran saluran pemasaran cengkeh, dimulai dari petani cengkeh

di tingkat desa sampai dengan konsumen akhir, berdasarkan informasi yang diberikan oleh petani dan pemasar. Waktu penelitian dimulai dari saat pra survei sampai dengan penyusunan laporan akhir, dan pengumpulan data penelitian di lapangan telah dilaksanakan pada bulan Januari 2017.

C. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara kepada responden dengan menggunakan kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disiapkan sebelumnya, serta hasil pengamatan langsung di lapangan. Sumber data primer adalah petani (produsen) responden dan pedagang responden. Data sekunder diperoleh dari literatur pada berbagai lembaga/instansi yang terkait, diantaranya Dinas Perkebunan, BP4K, BP3K, laporan ilmiah, dan literatur atau publikasi yang relevan dengan penelitian ini.

D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui struktur pasar (jumlah pembeli dan penjual), perilaku pasar (cara pembelian, penjualan, serta pembayaran), dan keragaan pasar (khususnya saluran pemasaran dari petani cengkeh sampai ke konsumen akhir), biaya, serta volume penjualan. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis pemasaran berdasarkan pangsa produsen (PS), dan margin pemasaran.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi sistem pemasaran dalam penelitian ini adalah analisis model S-C-P (*structure, conduct, dan performance*) atau model pendekatan organisasi pasar. Pada dasarnya, organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu :

(a). Struktur pasar (*market structure*)

Struktur pasar merupakan gambaran hubungan antara penjual dan pembeli yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Di dalam struktur pasar dianalisis berapa jumlah lembaga pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat, yang dilakukan dengan metode wawancara (deskriptif) langsung dengan responden penelitian (petani cengkeh). Setelah diketahui berapa jumlah lembaga pemasaran cengkeh di lokasi penelitian, maka dapat diketahui apakah komoditi cengkeh merupakan produk yang termasuk dalam pasar bersaing sempurna atau termasuk dalam pasar bersaing tidak sempurna (monopoli, monopsoni, oligopoli, oligopsoni). Selain itu, dapat juga dianalisis perbedaan produk (ukuran/ bentuk) cengkeh yang dipasarkan pada setiap lembaga pemasaran, serta mudah tidaknya lembaga pemasaran masuk dan keluar pasar.

(b). Perilaku pasar (*market conduct*)

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga pemasaran (petani/produsen, pedagang atau perantara, dan konsumen) dalam menghadapi struktur pasar. Di dalam perilaku pasar dianalisis sistem

pembentukan harga dan praktek pembelian serta penjualan cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat yang dilakukan oleh lembaga pemasaran.

(c). Keragaan pasar (*market performance*)

Keragaan pasar merupakan suatu gambaran gejala pasar yang terlihat sebagai akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Interaksi antara struktur dan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis. Untuk menganalisis keragaan pasar digunakan beberapa indikator, yaitu :

(1) Saluran pemasaran

Saluran pemasaran dianalisis secara kualitatif, dengan melihat setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses penyaluran barang atau jasa. Jika saluran pemasaran panjang, namun fungsi pemasaran yang dilakukan sangat dibutuhkan (sulit diperpendek), maka dapat dikatakan efisien. Sebaliknya, jika saluran pemasaran panjang, namun ada fungsi pemasaran yang tidak perlu dilakukan (dapat diperpendek), tetapi tidak dilakukan, maka dapat dikatakan tidak efisien. Jika saluran pemasaran pendek dan fungsi pemasaran dirasa cukup, maka dapat dikatakan efisien. Sebaliknya, jika saluran pemasaran pendek dan dirasa perlu ditambah fungsi pemasaran, sehingga perlu diperpanjang, maka dapat dikatakan tidak efisien (Hasyim,2012).

(2) Harga, biaya, dan volume penjualan

Keragaan pasar dianalisis secara kualitatif (deskriptif) yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume penjualan masing-masing tingkat pasar mulai dari tingkat petani, pedagang, sampai ke konsumen.

(3) Pangsa produsen

Analisis pangsa produsen bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila PS semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Pangsa produsen dirumuskan sebagai :

$$PS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan : PS = Bagian harga cengkeh yang diterima petani (produsen)
 Pf = Harga cengkeh di tingkat petani (produsen)
 Pr = Harga cengkeh di tingkat konsumen

(4) Marjin pemasaran dan Rasio Profit Marjin

Analisis marjin pemasaran digunakan untuk mengetahui perbedaan harga di tingkat produsen (Pt) dengan harga di tingkat konsumen (Pr). Perhitungan marjin pemasaran dirumuskan sebagai :

$$mji = Psi - Pbi \dots \dots \dots (3)$$

atau

$$mji = bti + \pi i \dots \dots \dots (4)$$

Total marjin pemasaran adalah :

$$Mji = \sum_{i=1}^n mji \dots \dots \dots (5)$$

atau

$$M_{ji} = P_r - P_f \dots\dots\dots (6)$$

Menurut Hasyim (2012), konsep pengukuran dalam analisis margin adalah :

- (a) Margin pemasaran dihitung berdasarkan perbedaan harga beli dengan harga jual dalam rupiah per kilogram pada masing-masing tingkat pemasaran.
- (b) Harga beli dihitung berdasarkan harga rata-rata pembelian per kilogram.
- (c) Harga jual dihitung berdasarkan harga rata-rata penjualan per kilogram.

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin/RPM*) pada masing-masing lembaga pemasaran, yang dirumuskan sebagai:

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \dots\dots\dots (7)$$

- Keterangan :
- M_{ji} = Margin lembaga pemasaran tingkat ke-i
 - P_{si} = Harga penjualan lembaga pemasaran tingkat ke-i
 - P_{bi} = Harga pembelian lembaga pemasaran tingkat ke-i
 - B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
 - π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
 - M_{ji} = Total margin pemasaran
 - P_r = Harga pada tingkat konsumen
 - P_f = Harga pada tingkat produsen (petani)

Menurut Hasyim (2012), nilai RPM yang relatif menyebar merata pada berbagai tingkat pemasaran merupakan cerminan dari sistem pemasaran yang efisien. Jika selisih RPM antarlembaga pemasaran sama dengan nol, maka pemasaran tersebut efisien. Sebaliknya, jika selisih RPM lembaga pemasaran tidak sama dengan nol, maka sistem pemasaran tersebut tidak efisien.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Pesisir Barat

1. Keadaan Geografis

Kabupaten Pesisir Barat dengan ibukota Krui adalah salah satu dari lima belas kabupaten/kota di wilayah Provinsi Lampung. Secara geografis letak Kabupaten Pesisir Barat pada koordinat : 4°, 40', 0" - 6°, 0', 0" Lintang Selatan dan 103°, 30', 0" - 104°, 50', 0" Bujur Timur. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang No. 22 Tahun 2012 (Lembaran Negara Nomor 231, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5364) tentang Pembentukan Daerah Otonomi Baru (DOB) Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung tertanggal 16 November 2012 (Buku Putih Sanitasi, 2014). Secara administrasi wilayah Kabupaten Pesisir Barat memiliki batas-batas di (Bappeda Pesisir Barat, 2015) :

- a. sebelah Utara : berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat, Kabupaten Tanggamus, Desa Way Beluah dan Kecamatan Banding Agung Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Provinsi Sumatera Selatan.
- b. sebelah Selatan : berbatasan dengan Samudera Hindia.

- c. sebelah Barat : berbatasan dengan Kecamatan Nasal Kabupaten Kaur Provinsi Bengkulu.
- d. sebelah Timur : berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus

Secara administratif wilayah Kabupaten Pesisir Barat terdiri dari 11 (sebelas) kecamatan yang terbagi menjadi 116 (seratus enam belas) pekon/desa dan 2 (dua) kelurahan. Dari 11 (sebelas) kecamatan yang ada, Kecamatan Bengkunt Belimbing merupakan kecamatan yang mempunyai wilayah terluas, sekitar $\pm 943,70 \text{ Km}^2$, sedangkan Kecamatan Krui Selatan merupakan kecamatan yang mempunyai wilayah terkecil yaitu $\pm 40,92 \text{ Km}^2$ (Bappeda, 2015). Tabel 7 menyajikan luas wilayah per kecamatan di Kabupaten Pesisir Barat.

Tabel 7. Luas wilayah Kecamatan di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2016

No	Kecamatan	Luas (Km^2)	Jumlah pekon (desa)	Jumlah kelurahan
1.	Pesisir Selatan	409,17	15	0
2.	Bengkunt	215,03	9	0
3.	Bengkunt Belimbing	943,70	14	0
4.	Ngambur	327,17	9	0
5.	Pesisir Tengah	120,64	6	2
6.	Karya Penggawa	211,11	12	0
7.	Way Krui	40,92	10	0
8.	Krui Selatan	36,26	10	0
9.	Pesisir Utara	84,27	12	0
10.	Lemong	454,97	13	0
11.	Pulau Pisang	64,00	6	0
	Jumlah	2907,23	116	2

Sumber : Pesisir Barat dalam Angka, 2017

2. Topografi dan Iklim

Menurut Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Pesisir Barat (2015) Kabupaten Pesisir Barat memiliki luas wilayah $\pm 2.907,23$ Km atau sekitar 8,39% dari luas keseluruhan wilayah Provinsi Lampung, dengan keadaan tanah yang terbagi atas 6 (enam) sistem, yaitu: sistem tanah *alluvial* (0-100m dpl), sistem tanah *marine* (0-20m dpl), sistem tanah teras *marine* (0-20m dpl), sistem tanah *vulkan* (25-200m dpl), sistem tanah perbukitan dan sistem tanah pegunungan dan plato (25-1.350m dpl). Secara topografi, Kabupaten Pesisir Barat dibagi menjadi 3 (tiga) unit topografi, yaitu:

- a. Daerah dataran rendah, yakni ketinggian 0 sampai 600 meter dari permukaan laut.
- b. Daerah berbukit, yakni ketinggian 600 sampai 1.000 meter dari permukaan laut.
- c. Daerah pegunungan, yakni daerah ketinggian 1.000 sampai dengan 2.000 meter dari permukaan laut.

Kondisi iklim Kabupaten Pesisir Barat dipengaruhi oleh keadaan alamnya yang dilewati oleh jalur Pegunungan Bukit Barisan dan keberadaan Samudera Hindia di sebelah Barat. Rata-rata curah hujan di Kabupaten Pesisir Barat berkisar antara 2.500 – 3.000 mm/tahun atau 140-221 mm/bulan. Tingkat kelembaban berkisar antara 50-80%, yang dikendalikan oleh *regim sirhu* dari panas (*isohypothermic*) di wilayah perbukitan. Secara umum, Kabupaten Pesisir Barat beriklim tropis humid

dengan angin laut lembab yang bertiup dari Samudera Indonesia dengan 2 (dua) angin dan 2 (dua) musim setiap tahunnya. Pada bulan November sampai dengan bulan Maret angin bertiup dari arah Barat dan Barat Laut, bulan Juli sampai dengan Agustus angin bertiup dari arah Timur dan Tenggara dengan kecepatan angin rata-rata 70 km/hari. Temperatur udara maksimum 33°C dan temperatur minimum 22°C. Rata-rata kelembaban udara adalah sekitar 80°C-88°C, dan akan lebih tinggi pada daerah yang lebih rendah.

3. Keadaan Demografi

Menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pesisir Barat (2014) dalam Bappeda Pesisir Barat (2015), dari total jumlah penduduk Pesisir Barat sebesar 156.276 jiwa, penduduk laki-laki berjumlah 79.444 jiwa (50,83%) dan perempuan 76.839 jiwa (49,17%). Jumlah rumah tangga pada akhir tahun 2014 adalah 33.292 RT atau naik 2,77% (923 RT) dan rata-rata jiwa per rumah tangga adalah 3-4 jiwa. Wilayah kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Bengkunt Blimbing (24.041 jiwa) dengan kepadatan penduduk 25 jiwa/km² dan wilayah yang memiliki jumlah penduduk terkecil adalah Kecamatan Pulau Pisang (1.415 jiwa) dengan kepadatan penduduk 32 jiwa/km².

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Pesisir Barat

1. Keadaan Geografis

Kabupaten Pesisir Barat dengan ibukota Krui adalah salah satu dari lima belas kabupaten/kota di wilayah Provinsi Lampung. Secara geografis letak Kabupaten Pesisir Barat pada koordinat : 4°, 40', 0" - 6°, 0', 0" Lintang Selatan dan 103°, 30', 0" - 104°, 50', 0" Bujur Timur. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang No. 22 Tahun 2012 (Lembaran Negara Nomor 231, Tambahan Lembaran Negara Nomor 5364) tentang Pembentukan Daerah Otonomi Baru (DOB) Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung tertanggal 16 November 2012 (Buku Putih Sanitasi, 2014). Secara administrasi wilayah Kabupaten Pesisir Barat memiliki batas-batas di (Bappeda Pesisir Barat, 2015) :

- a. sebelah Utara : berbatasan dengan Kabupaten Lampung Barat, Kabupaten Tanggamus, Desa Way Beluah dan Kecamatan Banding Agung Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan Provinsi Sumatera Selatan.
- b. sebelah Selatan : berbatasan dengan Samudera Hindia.

- c. sebelah Barat : berbatasan dengan Kecamatan Nasal Kabupaten Kaur Provinsi Bengkulu.
- d. sebelah Timur : berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus

Secara administratif wilayah Kabupaten Pesisir Barat terdiri dari 11 (sebelas) kecamatan yang terbagi menjadi 116 (seratus enam belas) pekon/desa dan 2 (dua) kelurahan. Dari 11 (sebelas) kecamatan yang ada, Kecamatan Bengkunt Belimbing merupakan kecamatan yang mempunyai wilayah terluas, sekitar $\pm 943,70 \text{ Km}^2$, sedangkan Kecamatan Krui Selatan merupakan kecamatan yang mempunyai wilayah terkecil yaitu $\pm 40,92 \text{ Km}^2$ (Bappeda, 2015). Tabel 7 menyajikan luas wilayah per kecamatan di Kabupaten Pesisir Barat.

Tabel 7. Luas wilayah Kecamatan di Kabupaten Pesisir Barat, tahun 2016

No	Kecamatan	Luas (Km^2)	Jumlah pekon (desa)	Jumlah kelurahan
1.	Pesisir Selatan	409,17	15	0
2.	Bengkunt	215,03	9	0
3.	Bengkunt Belimbing	943,70	14	0
4.	Ngambur	327,17	9	0
5.	Pesisir Tengah	120,64	6	2
6.	Karya Penggawa	211,11	12	0
7.	Way Krui	40,92	10	0
8.	Krui Selatan	36,26	10	0
9.	Pesisir Utara	84,27	12	0
10.	Lemong	454,97	13	0
11.	Pulau Pisang	64,00	6	0
	Jumlah	2907,23	116	2

Sumber : Pesisir Barat dalam Angka, 2017

2. Topografi dan Iklim

Menurut Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Pesisir Barat (2015) Kabupaten Pesisir Barat memiliki luas wilayah $\pm 2.907,23$ Km atau sekitar 8,39% dari luas keseluruhan wilayah Provinsi Lampung, dengan keadaan tanah yang terbagi atas 6 (enam) sistem, yaitu: sistem tanah *alluvial* (0-100m dpl), sistem tanah *marine* (0-20m dpl), sistem tanah teras *marine* (0-20m dpl), sistem tanah *vulkan* (25-200m dpl), sistem tanah perbukitan dan sistem tanah pegunungan dan plato (25-1.350m dpl). Secara topografi, Kabupaten Pesisir Barat dibagi menjadi 3 (tiga) unit topografi, yaitu:

- a. Daerah dataran rendah, yakni ketinggian 0 sampai 600 meter dari permukaan laut.
- b. Daerah berbukit, yakni ketinggian 600 sampai 1.000 meter dari permukaan laut.
- c. Daerah pegunungan, yakni daerah ketinggian 1.000 sampai dengan 2.000 meter dari permukaan laut.

Kondisi iklim Kabupaten Pesisir Barat dipengaruhi oleh keadaan alamnya yang dilewati oleh jalur Pegunungan Bukit Barisan dan keberadaan Samudera Hindia di sebelah Barat. Rata-rata curah hujan di Kabupaten Pesisir Barat berkisar antara 2.500 – 3.000 mm/tahun atau 140-221 mm/bulan. Tingkat kelembaban berkisar antara 50-80%, yang dikendalikan oleh *regim sirhu* dari panas (*isohypothermic*) di wilayah perbukitan. Secara umum, Kabupaten Pesisir Barat beriklim tropis humid

dengan angin laut lembab yang bertiup dari Samudera Indonesia dengan 2 (dua) angin dan 2 (dua) musim setiap tahunnya. Pada bulan November sampai dengan bulan Maret angin bertiup dari arah Barat dan Barat Laut, bulan Juli sampai dengan Agustus angin bertiup dari arah Timur dan Tenggara dengan kecepatan angin rata-rata 70 km/hari. Temperatur udara maksimum 33°C dan temperatur minimum 22°C. Rata-rata kelembaban udara adalah sekitar 80°C-88°C, dan akan lebih tinggi pada daerah yang lebih rendah.

B. Keadaan Demografi

Menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Pesisir Barat (2014) dalam Bappeda Pesisir Barat (2015), dari total jumlah penduduk Pesisir Barat sebesar 156.276 jiwa, penduduk laki-laki berjumlah 79.444 jiwa (50,83%) dan perempuan 76.839 jiwa (49,17%). Jumlah rumah tangga pada akhir tahun 2014 adalah 33.292 RT atau naik 2,77% (923 RT) dan rata-rata jiwa per rumah tangga adalah 3-4 jiwa. Wilayah kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Bengkunt Blimbing (24.041 jiwa) dengan kepadatan penduduk 25 jiwa/km² dan wilayah yang memiliki jumlah penduduk terkecil adalah Kecamatan Pulau Pisang (1.415 jiwa) dengan kepadatan penduduk 32 jiwa/km².

C. Keadaan Umum Perkebunan Pesisir Barat

Menurut Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Pesisir Barat (2015), pembangunan di bidang perkebunan merupakan usaha yang penting untuk menunjang kegiatan perekonomian daerah. Dari berbagai jenis komoditi tanaman perkebunan (seperti kelapa dalam, kelapa sawit, kopi, lada, kakao, cengkeh, dan karet), cengkeh merupakan komoditi yang cukup berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut di Kabupaten Pesisir Barat. Jenis-jenis tanaman perkebunan yang ada di wilayah Kabupaten Pesisir Barat adalah :

1. Kelapa Sawit

Kelapa sawit memiliki luas lahan sebesar 6.459.5 ha dengan produksi sejumlah 57.518,9 ton/tahun atau 79,04% dari total produksi tanaman perkebunan, dan wilayah yang menjadi sentra produksi kelapa sawit adalah Kecamatan Bengkunt dengan jumlah produksi 32.275 ton/tahun atau 56,11 % dari jumlah total produksi kabupaten, dan Kecamatan Ngambur sebesar 16.258 ton/tahun (sebesar 28,26%). Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang mempunyai peran cukup penting dalam perekonomian Pesisir Barat.

2. Kelapa Dalam

Luas areal perkebunan kelapa dalam yang ada di Kabupaten Pesisir Barat pada tahun 2014 adalah 7.014,8 Ha dengan tingkat produksi mencapai 7.100,3 ton/tahun. Lahan perkebunan kelapa dalam tersebar di 11 kecamatan, dan wilayah yang menjadi sentra produksi kelapa

dalam adalah Kecamatan Pesisir Selatan dengan jumlah produksi 2.166,8 ton/tahun. Tanaman kelapa dalam merupakan komoditi tradisional yang tumbuh dengan baik di seluruh daerah Kabupaten Pesisir Barat yang diusahakan oleh masyarakat sebagai tanaman perkarangan maupun yang diusahakan dalam hamparan yang cukup luas.

3. Karet

Total keseluruhan luas areal perkebunan karet yang ada di Kabupaten Pesisir Barat pada tahun 2014 adalah 588,00 Ha dengan tingkat produksi 24,8 ton/tahun dan hanya tersebar di 4 (empat) kecamatan., dan baru 2 (dua) kecamatan yang memproduksi getah karet, yaitu Kecamatan Pesisir Selatan dan Kecamatan Ngambur.

4. Kopi

Secara geografis, Kabupaten Pesisir Barat hanya memungkinkan untuk ditanami kopi jenis robusta. Penyebaran lahan perkebunan kopi robusta meliputi 10 (sepuluh) kecamatan dengan total luas perkebunan 6.973,3 Ha dan tingkat produksi pada tahun 2014 berjumlah 4.475,5 ton/tahun, dengan Kecamatan Lemong dan Kecamatan Pesisir Utara sebagai sentra produksi utama kopi robusta di Kabupaten Pesisir Barat.

5. Kakao

Pada tahun 2014 Kabupaten Pesisir Barat memiliki areal perkebunan kakao luas 1.330,3 Ha dengan tingkat produksi sebesar 1.002 ton/tahun, dan tingkat penyebarannya merata di semua kecamatan. Kecamatan

Bengkunat Belimbing adalah kecamatan yang memiliki luas paling besar untuk jenis tanaman kakao dengan tingkat produksi sebesar 209,4 ton/tahun.

6. Lada

Untuk tanaman lada, hingga bulan Juni 2014, Kabupaten Pesisir Barat memiliki area perkebunan seluas 3.760,5 Ha dengan tingkat produksi per tahun mencapai 1.873,6 ton dan tersebar hampir merata di 10 (sepuluh) kecamatan. Luas lahan terbesar dan tingkat produksi tertinggi berada di Kecamatan Lemong, dengan luas lahan 1.405,0 Ha dan tingkat produksi 740,4 ton/tahun.

7. Cengkeh

Luas areal perkebunan tanaman cengkeh pada tahun 2014 di Kabupaten Pesisir Barat adalah 2.265,8 Ha, yang tersebar merata di 11 (sebelas) kecamatan dengan tingkat produksi mencapai 252,0 ton/tahun.

Kecamatan Karya Penggawa adalah kecamatan yang mempunyai tingkat produksi paling besar yaitu 41,8 ton/tahun atau 60% dari total produksi cengkeh Kabupaten Pesisir Barat.

D. Gambaran Umum Kecamatan Pesisir Utara

Menurut Bidang Litbang dan Pengendalian Bappeda Pesisir Barat (2015) Kecamatan Pesisir Utara merupakan kecamatan yang dibentuk pada saat masih bagian dari Kabupaten Lampung Utara, dengan batas-batas di :

- a. sebelah Utara : berbatasan dengan Kecamatan Lemong,

- b. sebelah Selatan : berbatasan dengan Kecamatan Karya Penggawa dan Kecamatan Pulau Pisang,
- c. sebelah Barat : berbatasan dengan Samudera Indonesia, dan
- d. sebelah Timur : berbatasan dengan Kecamatan Sukau.

Wilayah Kecamatan Pesisir Utara memiliki luas 84,27 km² atau 2,92 persen dari luas Wilayah Kabupaten Pesisir Barat, dan sebagian besar dipergunakan untuk lahan pertanian dan perkebunan, sisanya terbagi dalam berbagai peruntukan, seperti permukiman penduduk dan fasilitas umum, pariwisata dan lain-lain. Gambaran peruntukan ini sekaligus menunjukkan karakteristik wilayah kecamatan di Kabupaten Pesisir Barat yang bersifat agraris.

Kecamatan Pesisir Utara didominasi oleh kegiatan perekonomian dalam bentuk pertanian, perkebunan dan perikanan. Rata-rata jarak dari Kecamatan Pesisir Utara ke ibukota kabupaten adalah ± 60 km dengan jarak tempuh perjalanan dengan kendaraan bermotor adalah ± 60 menit. Jarak antara ibukota kecamatan dengan pekan-pekan yang ada di wilayah Kecamatan Pesisir Utara bervariasi, dengan jarak terjauh adalah 20 Km, yaitu Pekan Pemancar, dan yang terdekat adalah sekitar 0,5 Km, yaitu Pekan Negeri Ratu. Koordinasi antarpenduduk dan juga pemerintah telah terjalin dengan baik walaupun sarana dan prasarana infrastruktur masih dalam kondisi belum maksimal. Rata-rata jarak dari Kecamatan Pesisir Utara ke ibukota provinsi adalah ± 375 km dan rata-rata jarak tempuh perjalanan dengan kendaraan bermotor adalah ± 7 jam. Dengan jarak yang jauh serta memakan waktu yang cukup lama, Kecamatan Pesisir Utara

merupakan wilayah kedua terjauh di sisi sebelah Timur Kabupaten Pesisir Barat setelah Kecamatan Lemong.

Secara geografis letak wilayah Kecamatan Pesisir Utara berada pada titik koordinat: 05° 01' 50" Lintang Selatan dan 103° 46' 01" Bujur Timur.

Secara topografi dan iklim Kecamatan Pesisir Utara merupakan daerah dataran rendah dan berbukit dengan ketinggian $\pm 0-200$ m dari permukaan laut, dan suhu rata-rata 30-35°C (Bidang Litbang dan Pengendalian Bappeda Pesisir Barat, 2015)

E. Gambaran Umum Kecamatan Karya Penggawa

Menurut Bidang Litbang dan Pengendalian Bappeda Pesisir Barat (2015), Kecamatan Karya Penggawa dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Barat Nomor 40 tahun 2010, dengan batas-batas wilayah di:

- a. sebelah Utara : berbatasan dengan Kecamatan Pesisir Utara,
- b. sebelah Selatan : berbatasan dengan Kecamatan Way Krui,
- c. sebelah Barat : berbatasan dengan Kecamatan Pulau Pisang, dan
- d. sebelah Timur : berbatasan dengan Kecamatan Balik Bukit.

Wilayah Kecamatan Karya Penggawa memiliki luas 211,11 km² atau 7,31% dari luas Kabupaten Pesisir Barat. Kegiatan ekonominya didominasi oleh kegiatan sektor pertanian dan perkebunan.

Bentang alam Kecamatan Karya Penggawa berbentuk memanjang mengikuti ruas jalur lintas Barat Sumatera. Rata-rata jarak dari Kecamatan

Karya Penggawa ke ibukota kabupaten adalah ± 6 km dan rata-rata jarak tempuh perjalanan dengan kendaraan bermotor adalah ± 15 menit. Jarak antara ibukota kecamatan dengan pekan-pekon bervariasi, dimana jarak terjauh adalah sekitar 12 km, yaitu Pekan Asahan Way Sindi, dan yang terdekat adalah sekitar 0,5 km, yaitu Pekan Kebuayan. Rata-rata jarak dari Kecamatan Karya Penggawa ke ibukota provinsi adalah ± 360 km dan rata-rata jarak tempuh perjalanan dengan kendaraan bermotor adalah $\pm 6,5$ jam. Secara geografis letak Kecamatan Karya Penggawa berada pada koordinat $05^{\circ} 07' 54''$ Lintang Selatan dan $103^{\circ} 55' 01''$ Bujur Timur, sementara secara Topografi, Kecamatan Karya Penggawa merupakan daerah dataran rendah dan sedikit berbukit, dengan ketinggian dataran berkisar $\pm 0-150$ m dari permukaan laut dengan suhu rata-rata harian $30-35^{\circ}\text{C}$.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem pemasaran cengkeh di Kabupaten Pesisir Barat belum efisien, karena: (a). struktur pasar yang dihadapi adalah oligopsoni, (b). perilaku pasar menunjukkan bahwa petani cenderung berperan sebagai *price taker*, penjualan cengkeh dilakukan secara bertahap oleh petani, dan (c). keragaan pasar menunjukkan bahwa margin pemasaran relatif tinggi dan RPM masih tinggi (93%), walaupun *producer's share* yang diperoleh sudah tinggi (96,84%).

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian adalah:

1. Karena jumlah cengkeh yang dihasilkan oleh petani masih rendah, maka disarankan petani sebaiknya melakukan perawatan intensif untuk usahatani cengkeh, agar produksi yang dihasilkan dapat lebih tinggi.

2. Karena selama ini penyuluhan tentang tanaman cengkeh masih kurang, maka disarankan perlu ditingkatkan peran dan upaya penyuluhan untuk kegiatan budidaya cengkeh.
3. Karena keterbatasan penelitian ini, maka disarankan kepada peneliti selanjutnya supaya melakukan penelitian tentang pendapatan usahatani cengkeh serta prospek usahatani cengkeh di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini N, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2013. Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu Di Provinsi Lampung. *JIA*, 1 (1) : 80-86.
<http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/135>. [19 Maret 2018].
- Arisena MK. 2009. Struktur dan perilaku pasar komoditas cengkeh di Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ganec Swara*, 3(2) : 39-46.
<Http://unmasmataram.ac.id>. [25 Maret 2017].
- Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian, 2016. *Panen dan Pasca Panen Cengkeh*. <Http://cybex.pertanian.go.id/materilokalita/detail/13241/panen-dan-pasca-panen-cengkeh>. Diakses pada tanggal 10 September 2016.
- Badan Pusat Statistik, 2017. *Pesisir Barat dalam Angka 2017*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Barat.
- Bappeda Pesisir Barat, 2015. *Profil Investasi Berbasis Klaster*. Bappeda Pesisir Barat. Pesisir Barat.
- Bappeda Pesisir Barat, 2015. *Informasi dan Profil Daerah Kabupaten Pesisir Barat*. Bappeda. Pesisir Barat.
- BP4K Kabupaten Pesisir Barat. 2014. *Luas areal dan produksi perkebunan cengkeh Kabupaten Pesisir Barat tahun 2014*. BP4K Kabupaten Pesisir Barat. Pesisir Barat.
- Budiman, Arif. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran dan Harga Pokok Produksi (HPP) Jagung Pada Berbagai Jenis Kadar Air Di Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Buku Putih Sanitasi (BPS), 2014. *Gambaran Umum Wilayah Pesisir Barat*. Pemerintah Kabupaten Pesisir Barat. Pesisir Barat.
- Departemen Pertanian. *Prospek dan Arah Pengembangan Agribisnis Cengkeh*. <http://www.deptan.go.id>. Diakses pada tanggal 12 Febuari 2016.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Lampung Barat. 2012. *Harga Komoditi Perkebunan*. Dinas Perkebunan Kabupaten Lampung Barat, Lampung Barat.

- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2017. *Statistik Cengkeh Indonesia Tahun 2015-2017*. Direktorat Jenderal Perkebunan, Jakarta.
- Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO). 2012. <http://faostat.fao.org>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2016.
- Ginting, P. 2006. *Pemasaran Produk Pertanian*. USU Press. Medan
- Hanafiah dan Saefuddin. 1983. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Hasyim, Ali Ibrahim. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ishak, 2013. *Model Pengeringan Lapisan Tipis Cengkeh*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Makasar
- Kotler, Philips. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Prehallindo. Jakarta.
- Kurniawan, Erick. 2012. *Analisis Efisiensi Pemasaran Karet (Hevea Brasiliensis) Rakyat Jenis Bokar Di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang Provinsi Lampung*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Mantra, I. B. 2004. *Demografi Umum*. Penerbit Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Manullang, Lidya Sinarya. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Karet (Havea brasiliensis) Rakyat di Kecamatan Bahuga Kabupaten Way Kanan*. Skripsi. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Edisi Ketiga. LP3ES. Jakarta 305 hlm.
- Mursid,M. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta
- Najiyati, S. dan Danarti. 1992. *Budidaya dan Penanganan Pasca Panen Cengkeh*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Nilawati, Ferni. 2012. *Analisis Efisiensi Dan Strategi Pemasaran Padi Inbrida Oleh Produsen P4S. Sama Maju, Sri Yasa, Dan Panti Boga Di Kabupaten Lampung Tengah*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Ramadinata, Firham. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Produk Duku Lampung Melalui Pendekatan Serba Fungsi Di Kabupaten Lampung Selatan*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agribisnis Vol 2 No. 223-231. Universitas Lampung. Bandar Lampung.

- Reswari. 2011. *Analisis Efisiensi Produksi dan Pemasaran Kacang Hijau di Kabupaten Lampung Tengah*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Rizal RK, Hasyim AI, dan Situmorang S. 2017. Kelayakan Ekonomi Dan Pemasaran Kakao Di Kabupaten Lampung Selatan. *JIA*, 5 (4) : 384-391. <http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1747/1550>. [19 Maret 2018].
- Saragih, B. 2001. *Agribisnis. Pengembangan Sinar Tani*. Jakarta.
- Situmeang, T.H. 2008. *Analisis Produksi, Konsumsi, dan Harga Cengkeh Indonesia*. Program Studi Ekonomi Pertanian dan Sumberdaya. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Sudiyono. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Adityamedia. Yogyakarta.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. 2014. *Outlook Komoditi Cengkeh*. Kementrian Pertanian. Jakarta.