



Pola Pemasaran dan Distribusi Hasil Panen Tanaman Rempah Rimpang (Lengkuas: *Alpinia galanga*, Serai: *Cymbopogon citratus*, Jahe: *Zingiber officinale*, dan Kunyit: *Curcuma longa*) di Dusun Limboro, Kecamatan Huamual Belakang, Kabupaten Seram Bagian Barat (Analisis Geografi Ekonomi dan Sumber Daya)

*Marketing and Distribution Patterns of Rhizomatous Spice Crop Harvests (Galangal: *Alpinia galanga*, Lemongrass: *Cymbopogon citratus*, Ginger: *Zingiber officinale*, and Turmeric: *Curcuma longa*) in Limboro Hamlet, Huamual Belakang District, West Seram Regency: An Economic and Resource Geography Analysis*

Gustiara Muhamat¹, Melianus Salakaory^{1*}, Edward G. Tetelepta¹

*Correspondence: Salakory_m@gmail.com

¹Program Studi Pendidikan Geografi FKIP Universitas Pattimura, Ambon

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh potensi tanaman rempah rimpang berupa lengkuas, serai, jahe, dan kunyit sebagai sumber pendapatan masyarakat Dusun Limboro yang belum didukung sistem pemasaran dan distribusi yang efisien. Penelitian ini bertujuan menganalisis pola pemasaran dan distribusi hasil panen serta faktor-faktor yang memengaruhinya berdasarkan perspektif geografi ekonomi dan sumber daya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan informan yang ditentukan secara purposive. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran berlangsung melalui saluran langsung dan tidak langsung, dengan saluran tidak langsung lebih dominan melalui pedagang pengumpul. Kondisi tersebut dipengaruhi keterbatasan transportasi, jarak pasar, infrastruktur jalan, informasi harga, dan peran pedagang perantara. Penguatan kelompok tani atau koperasi pemasaran, perbaikan transportasi dan infrastruktur, serta peningkatan akses informasi harga diperlukan untuk memperkuat posisi tawar dan meningkatkan nilai ekonomi hasil panen.

Kata kunci: pemasaran; distribusi; rempah rimpang.

Abstract

This study was motivated by the potential of rhizome spices, namely galangal, lemongrass, ginger, and turmeric, as sources of income for the community of Limboro Hamlet, which has not yet been supported by an efficient marketing and distribution system. This study aimed to analyze the marketing and distribution patterns of harvested products and the factors influencing them from an economic geography and resource perspective. The study employed a descriptive qualitative approach, with informants selected purposively. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing using source and technique triangulation. The results showed that marketing was conducted through direct and indirect channels, with the indirect channel through collectors being more dominant. This condition was influenced by limited transportation, market distance, road infrastructure, price information, and the role of intermediaries. Strengthening farmer groups or marketing cooperatives, improving transportation and infrastructure, and increasing access to price information are needed to strengthen farmers' bargaining position and increase the economic value of harvested products.

Keywords: marketing; distribution; rhizome spices.

To cite this article

Muhamat, G., Salakaory, M., & Tetelepta, E. G. (2026). Pola Pemasaran dan Distribusi Lengkuas, Serai, Jahe, dan Kunyit di Dusun Limboro: Analisis Geografi Ekonomi dan Sumber Dayadi Dusun Limboro. *SPATIA Educational Journal*. 1 (2), 248-262. <https://doi.org/10.67957/spatia.v1i2.248-262>



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Received 27 Juli 2026
Revised 20 Agustus 2026
Accepted 26 September 2026
Published: 31 Oktober 2026

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu basis penting perekonomian perdesaan karena menyediakan sumber pendapatan, lapangan kerja, sekaligus menjadi ruang pemanfaatan sumber daya lokal. Namun, keberhasilan kegiatan pertanian tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan komoditas dalam jumlah dan kualitas tertentu, melainkan juga oleh kemampuan petani menghubungkan produksi dengan pasar secara efektif. Perubahan sistem pemasaran pertanian menuntut petani untuk mampu merespons dinamika pasar, informasi harga, serta perubahan hubungan antarpelaku dalam rantai pemasaran. Petani kecil yang bergerak secara individual cenderung menghadapi keterbatasan dalam merespons perubahan tersebut sehingga penguatan organisasi petani menjadi penting untuk meningkatkan kapasitas pemasaran dan posisi tawar (Ibnu, 2023). Pada sisi lain, pengembangan sektor pertanian juga membutuhkan ketahanan terhadap berbagai tekanan eksternal agar aktivitas produksi dan pemasaran tetap mampu menopang ekonomi masyarakat perdesaan (Arman *et al.*, 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan pertanian tidak berhenti pada produksi, tetapi juga mencakup bagaimana komoditas bergerak dari wilayah produksi menuju konsumen secara efektif.

Pemasaran dan distribusi merupakan bagian strategis dalam menentukan nilai ekonomi suatu komoditas pertanian karena keduanya menghubungkan produsen, pedagang, dan konsumen melalui aliran barang, informasi, serta nilai ekonomi. Struktur rantai pemasaran yang panjang dapat meningkatkan jumlah pelaku dan biaya transaksi, sedangkan keterbatasan informasi dapat memperlemah kemampuan produsen dalam menentukan pilihan saluran pemasaran. Kajian rantai pasok komoditas pertanian menunjukkan bahwa hubungan antarpelaku, aliran informasi, serta mekanisme distribusi menjadi unsur penting dalam menentukan kinerja rantai pasok dan penerimaan produsen (Khatimah, 2023). Pengembangan rantai nilai pertanian juga tidak dapat dilepaskan dari keterkaitan antara pemasaran, infrastruktur, sumber daya manusia, teknologi, inovasi, dan kebijakan, karena setiap unsur tersebut memengaruhi kemampuan komoditas

menghasilkan nilai tambah (Desparita *et al.*, 2025). Dengan demikian, efisiensi pemasaran perlu dipahami sebagai persoalan yang melibatkan lebih dari sekadar transaksi jual beli, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan wilayah dan pelaku ekonomi mengorganisasikan arus komoditas dari produsen sampai konsumen.

Tanaman rempah rimpang merupakan salah satu sumber daya pertanian yang memiliki nilai ekonomi dan dapat menjadi bagian dari strategi penguatan ekonomi masyarakat perdesaan. Lengkuas, serai, jahe, dan kunyit tidak hanya digunakan sebagai kebutuhan rumah tangga, tetapi juga mempunyai peluang pemasaran karena dimanfaatkan dalam pangan, minuman, dan berbagai produk berbasis bahan alami. Penelitian Yusup dan (Yusup and Murtisari, 2024) menunjukkan bahwa rempah memiliki keterkaitan dengan kehidupan ekonomi masyarakat serta memiliki saluran pemasaran yang berbeda menurut komoditas dan lokasi produksinya. Penelitian tersebut juga memperlihatkan bahwa kajian mengenai potensi dan pemasaran rempah pada tingkat wilayah masih diperlukan karena karakteristik sumber daya dan saluran pemasaran dapat berbeda antardaerah. Sementara itu, pengembangan rantai nilai komoditas pertanian menunjukkan bahwa peningkatan nilai ekonomi tidak cukup dilakukan melalui produksi, tetapi perlu diikuti penguatan pengolahan, pemasaran, infrastruktur, sumber daya manusia, dan kelembagaan (Desparita *et al.*, 2025). Oleh karena itu, potensi rempah rimpang perlu dikaji tidak hanya berdasarkan keberadaan produksinya, tetapi juga berdasarkan bagaimana komoditas tersebut dipasarkan dan didistribusikan.

Permasalahan pemasaran menjadi semakin kompleks pada wilayah perdesaan yang memiliki keterbatasan aksesibilitas. Jarak antara lokasi produksi dengan pasar, kondisi jaringan jalan, ketersediaan kendaraan, serta biaya pengangkutan dapat membentuk pilihan saluran pemasaran yang digunakan petani. Analisis spasial berbasis jaringan jalan menunjukkan bahwa infrastruktur transportasi merupakan salah satu unsur yang berkaitan dengan perkembangan sosial ekonomi wilayah perdesaan karena menentukan

keterhubungan antarlokasi dan kemudahan mobilitas (Yakin, Rustiadi and Pribadi, 2024). Dalam konteks rantai pasok pertanian, keterbatasan akses juga dapat mendorong produsen menggunakan perantara karena perantara menyediakan fungsi pengumpulan dan pengangkutan yang sulit dilakukan petani secara mandiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa saluran pemasaran merupakan hasil interaksi antara pertimbangan ekonomi dan kondisi keruangan. Dengan demikian, analisis pemasaran komoditas pertanian di wilayah perdesaan perlu memperhatikan karakteristik geografis lokasi produksi, keterhubungan dengan pasar, sarana transportasi, serta biaya yang muncul sepanjang proses distribusi agar mekanisme pemasaran yang terbentuk dapat dipahami secara lebih komprehensif.

Penelitian terdahulu telah memberikan sejumlah dasar penting mengenai pemasaran dan distribusi komoditas pertanian. (Yusup and Murtisari, 2024) mengkaji sebaran potensi dan saluran pemasaran rempah di Provinsi Gorontalo dengan menempatkan komoditas rempah sebagai sumber daya ekonomi wilayah. (Ibnu, 2023) menyoroti pentingnya organisasi petani dalam merespons transformasi sistem pemasaran dan keterbatasan petani kecil ketika menghadapi perubahan pasar. (Khatimah, 2023) mengkaji kondisi rantai pasok komoditas pertanian dengan menekankan hubungan antarpelaku dan kinerja rantai pasok, sedangkan (Desparita *et al.*, 2025) memperluas kajian pada pengembangan rantai nilai melalui keterkaitan produksi, pemasaran, infrastruktur, sumber daya manusia, teknologi, dan kebijakan. Penelitian-penelitian tersebut memperlihatkan bahwa pemasaran pertanian telah dikaji dari perspektif saluran, kelembagaan, rantai pasok, dan rantai nilai. Namun, pendekatan tersebut belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana faktor keruangan di tingkat lokal berinteraksi dengan pilihan saluran pemasaran rempah rimpang pada wilayah perdesaan kepulauan.

Keterbatasan tersebut penting diperhatikan karena kondisi pemasaran suatu wilayah tidak selalu dapat dijelaskan hanya melalui panjang-pendeknya rantai pemasaran atau besarnya margin. Petani

dapat memilih saluran tidak langsung bukan karena saluran tersebut selalu memberikan nilai jual terbaik, tetapi karena terdapat pertimbangan aksesibilitas, biaya transportasi, jarak, ketersediaan kendaraan, dan informasi harga. Sebaliknya, saluran langsung dapat memberikan peluang penerimaan yang lebih tinggi, tetapi membutuhkan kemampuan petani untuk menjangkau pasar dan menanggung biaya distribusi. Pada penelitian mengenai rempah di Gorontalo, perhatian diarahkan pada sebaran potensi dan saluran pemasaran komoditas rempah dalam cakupan wilayah yang lebih luas (Yusup and Murtisari, 2024). Sementara itu, penelitian tentang organisasi petani menunjukkan pentingnya tindakan kolektif untuk menghadapi persoalan inefisiensi pemasaran (Ibnu, 2023). Hal tersebut menunjukkan perlunya kajian yang menghubungkan kondisi keruangan wilayah, pilihan saluran pemasaran, dan hubungan antarpelaku secara langsung pada tingkat komunitas petani, khususnya di wilayah yang akses pasarnya terbatas.

Penelitian ini menempatkan pola pemasaran dan distribusi rempah rimpang sebagai fenomena yang terbentuk melalui interaksi antara potensi sumber daya lokal dan karakteristik keruangan wilayah. Fokus analisis tidak hanya diarahkan pada identifikasi saluran pemasaran, tetapi juga pada alasan mengapa saluran tertentu lebih dominan, bagaimana pedagang perantara menjalankan fungsi distribusi, serta bagaimana keterbatasan transportasi, jarak pasar, infrastruktur, dan informasi harga membentuk hubungan antara petani dan pasar. Dalam konteks Dusun Limboro, penelitian menemukan bahwa terdapat pemasaran langsung dan tidak langsung, sedangkan saluran tidak langsung melalui pedagang pengumpul lebih dominan karena dianggap lebih praktis bagi petani yang menghadapi keterbatasan kendaraan, biaya transportasi, dan akses pasar. Posisi penelitian ini dengan demikian terletak pada pengintegrasian dimensi ekonomi dan keruangan dalam membaca pemasaran rempah rimpang pada skala lokal. Pendekatan tersebut memberikan gambaran mengenai bagaimana kondisi geografis tidak hanya menjadi latar tempat berlangsungnya aktivitas ekonomi, tetapi turut membentuk

pola distribusi dan pilihan saluran pemasaran masyarakat.

Dusun Limboro, Kecamatan Huamual Belakang, Kabupaten Seram Bagian Barat merupakan wilayah perdesaan yang memiliki aktivitas pertanian dan potensi tanaman rempah rimpang berupa lengkuas, serai, jahe, dan kunyit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komoditas tersebut dipasarkan melalui dua bentuk saluran, yaitu pemasaran langsung kepada konsumen dan pemasaran tidak langsung melalui pedagang pengumpul, dengan saluran tidak langsung lebih dominan karena keterbatasan akses transportasi dan pasar. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya memahami hubungan antara potensi sumber daya pertanian dan kondisi geografis yang memengaruhi distribusi hasil panen. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pola pemasaran dan distribusi hasil panen lengkuas, serai, jahe, dan kunyit serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya ditinjau dari perspektif geografi ekonomi dan sumber daya. Penelitian ini penting sebagai dasar untuk memperkuat akses pasar, meningkatkan posisi tawar petani, memperbaiki distribusi, serta mengoptimalkan nilai ekonomi sumber daya rempah rimpang di tingkat lokal. Tujuan tersebut konsisten dengan rumusan masalah penelitian yang mencakup pola pemasaran-distribusi dan faktor-faktor yang memengaruhinya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis pola pemasaran dan distribusi hasil panen tanaman rempah rimpang di Dusun Limboro, Kecamatan Huamual Belakang, Kabupaten Seram Bagian Barat. Komoditas yang menjadi fokus penelitian meliputi lengkuas, serai, jahe, dan kunyit. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara mendalam saluran pemasaran, pelaku yang terlibat, mekanisme penentuan harga, biaya dan margin pemasaran, akses informasi pasar, serta kondisi distribusi hasil panen. Penelitian diarahkan untuk memahami hubungan antara kondisi geografis wilayah dengan aktivitas pemasaran dan distribusi hasil panen berdasarkan kondisi yang ditemukan di lapangan.

Informan penelitian ditentukan menggunakan purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan bahwa informan memiliki keterlibatan dan pengetahuan mengenai pemasaran serta distribusi hasil panen rempah rimpang. Informan mencakup petani yang aktif membudidayakan rempah rimpang, pedagang pengumpul yang membeli hasil panen petani, serta pihak yang memahami proses distribusi di wilayah penelitian. Jumlah informan ditentukan berdasarkan kecukupan informasi hingga mencapai kejenuhan data. Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari petani dan pelaku pemasaran, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen desa, arsip, serta sumber ilmiah yang relevan dengan pemasaran dan distribusi hasil pertanian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk memperoleh informasi mengenai saluran pemasaran, proses distribusi, penentuan harga, hubungan antara petani dan pedagang, biaya pemasaran, serta kendala yang dihadapi dalam penjualan hasil panen. Observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas pemasaran dan distribusi hasil panen, mulai dari lokasi produksi hingga proses penjualan. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui catatan, foto, dan dokumen pendukung penelitian. Ketiga teknik tersebut digunakan secara terpadu untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai pola pemasaran dan distribusi lengkuas, serai, jahe, dan kunyit di Dusun Limboro.

Analisis data dilakukan secara kualitatif interaktif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan mengelompokkan informasi sesuai fokus penelitian. Data kemudian disajikan dalam bentuk uraian dan tabel untuk menggambarkan saluran pemasaran, pelaku yang terlibat, harga, biaya distribusi, serta margin pemasaran. Analisis harga dilakukan dengan membandingkan harga pada tingkat petani dan pasar, sedangkan biaya pemasaran diidentifikasi berdasarkan pengeluaran transportasi, pengangkutan, retribusi pasar, dan tenaga kerja. Margin pemasaran digunakan untuk

menggambarkan perbedaan harga antartingkat pelaku pemasaran sebagaimana tercatat dalam data penelitian.

Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari petani dan pelaku pemasaran, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis biaya dan margin digunakan sebagai bagian pendukung untuk menjelaskan proses pemasaran. Data penelitian mencatat biaya perjalanan dan distribusi sebesar Rp140.000 yang terdiri atas transportasi, pengangkutan, retribusi pasar, dan tenaga kerja. Data margin menunjukkan perubahan harga dari tingkat petani hingga pedagang pasar. Dengan demikian, analisis diarahkan untuk menjelaskan pola pemasaran dan distribusi berdasarkan kondisi ekonomi serta aksesibilitas wilayah penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pola Pemasaran Hasil Panen Tanaman Rempah Rimpang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran hasil panen tanaman rempah rimpang di Dusun Limboro berlangsung melalui dua saluran, yaitu pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung melalui pedagang pengumpul. Komoditas yang dipasarkan melalui kedua saluran tersebut meliputi serai, jahe, kunyit, dan lengkuas. Pada pemasaran langsung, hasil panen dibawa oleh petani menuju pasar untuk dijual kepada konsumen. Sementara itu, pada pemasaran tidak langsung, hasil panen terlebih dahulu dijual kepada pedagang pengumpul untuk kemudian disalurkan kepada pedagang pasar dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua saluran tersebut digunakan dalam kegiatan pemasaran, dengan saluran tidak langsung menjadi pola yang lebih dominan.

Pemasaran langsung berlangsung melalui alur Petani → Konsumen. Pada saluran ini, petani membawa hasil panen dari kebun menuju pasar dan melakukan transaksi secara langsung dengan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, I1 memasarkan serai, jahe, kunyit, dan lengkuas secara langsung ke pasar, sedangkan I2

memasarkan jahe, kunyit, dan serai secara langsung di pasar tradisional. Keterangan tersebut menunjukkan bahwa pemasaran langsung dilakukan tanpa melalui pedagang pengumpul. Petani menjadi pihak yang membawa hasil panen menuju lokasi pasar dan melakukan transaksi secara langsung dengan konsumen.

“Pemasaran langsung memberikan keuntungan yang lebih besar karena harga jual dapat ditentukan sendiri sesuai kondisi pasar.” (I1, 2026).

Keterangan I1 menunjukkan bahwa pemasaran langsung memberikan kesempatan kepada petani untuk melakukan transaksi secara langsung dengan konsumen. Keterangan I2 juga menunjukkan adanya pemasaran langsung di pasar tradisional. Dalam saluran ini, petani terlibat secara langsung dalam proses membawa dan menjual hasil panen. Dengan demikian, pemasaran langsung merupakan saluran yang mempertemukan petani dan konsumen tanpa melibatkan pedagang pengumpul. Pemasaran tidak langsung berlangsung melalui alur Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pasar → Konsumen. Pada saluran ini, petani menjual hasil panen terlebih dahulu kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul kemudian menyalurkan hasil panen kepada pedagang pasar sebelum komoditas tersebut sampai kepada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, saluran tidak langsung merupakan pola pemasaran yang lebih dominan digunakan dalam pemasaran hasil panen rempah rimpang di Dusun Limboro. Pedagang pengumpul mendatangi lokasi petani untuk membeli hasil panen sehingga petani tidak perlu membawa seluruh komoditas menuju pasar.

Pemasaran melalui pedagang perantara biasanya dipilih oleh petani yang memiliki keterbatasan kendaraan, biaya transportasi, atau akses menuju pasar.” (I2, 2026). Keterangan I2 menunjukkan bahwa penggunaan pedagang pengumpul berkaitan dengan kondisi transportasi dan akses petani menuju pasar. Melalui saluran tersebut, hasil panen dapat dijual dari lokasi produksi kepada pedagang pengumpul untuk kemudian disalurkan kepada pedagang pasar dan konsumen. Pedagang pengumpul menjadi pihak yang mengambil hasil panen

dari petani dan melanjutkan proses penyaluran. Dengan demikian, saluran tidak langsung memiliki tahapan pemasaran yang lebih panjang dibandingkan saluran langsung.

Tabel 1. Saluran Pemasaran Hasil Panen Tanaman Rempah Rimpang di Dusun Limboro

No.	Pola pemasaran	Alur pemasaran	Pelaku yang terlibat	Temuan hasil penelitian
1	Langsung	Petani → Konsumen	Petani dan konsumen	Hasil panen dibawa langsung ke pasar dan dijual kepada konsumen
2	Tidak langsung	Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pasar → Konsumen	Petani, pedagang pengumpul, pedagang pasar, dan konsumen	Hasil panen dijual kepada pedagang pengumpul untuk diteruskan kepada pedagang pasar dan konsumen

Sumber: Data hasil wawancara dan observasi penelitian, 2026.

Tabel 1 menunjukkan bahwa kedua saluran mempunyai struktur pemasaran yang berbeda. Saluran langsung hanya melibatkan petani dan konsumen, sedangkan saluran tidak langsung melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang pasar sebelum hasil panen sampai kepada konsumen. Perbedaan tersebut terlihat pada proses penyaluran hasil panen. Pada saluran langsung, petani membawa hasil panen sendiri menuju pasar, sedangkan pada saluran tidak langsung hasil panen diserahkan kepada pedagang pengumpul yang kemudian melanjutkan proses penyaluran.

Data penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan kedua saluran berkaitan dengan kondisi yang dihadapi petani dalam proses pemasaran. Pada saluran langsung, petani terlibat secara langsung dalam pengangkutan dan penjualan hasil panen. Sementara itu, pada saluran tidak langsung, proses pengambilan hasil panen dilakukan oleh pedagang pengumpul sehingga petani tidak perlu membawa komoditas sendiri menuju pasar. Keterbatasan kendaraan, biaya transportasi, dan akses menuju pasar menjadi kondisi yang ditemukan dalam penggunaan pedagang pengumpul.

B. Mekanisme Harga dan Biaya Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme harga hasil panen tanaman rempah rimpang di Dusun Limboro ditandai oleh adanya perbedaan nilai jual pada tingkat pemasaran yang berbeda. Komoditas yang

diamati meliputi serai, jahe, kunyit, dan lengkuas. Perubahan harga yang ditemukan berkaitan dengan kondisi pasar, ketersediaan hasil panen, tingkat permintaan, serta kondisi fisik komoditas. Ketika jumlah hasil panen meningkat, harga cenderung mengalami penurunan, sedangkan keterbatasan ketersediaan dan peningkatan permintaan dapat menyebabkan perubahan harga. Kondisi fisik hasil panen juga menjadi salah satu pertimbangan dalam transaksi, terutama berkaitan dengan tingkat kesegaran dan kualitas komoditas. Selain kondisi tersebut, keterbatasan informasi mengenai harga pasar menjadi bagian dari kondisi pemasaran yang dihadapi petani dalam menentukan harga pada saat transaksi.

Perbedaan harga antara tingkat kampung dan tingkat pasar ditemukan pada seluruh komoditas yang diteliti. Serai memiliki harga Rp10.000 per ikat pada tingkat kampung dan Rp15.000 per ikat pada tingkat pasar. Jahe memiliki harga Rp15.000 per ikat pada tingkat kampung dan Rp22.000 per ikat pada tingkat pasar. Kunyit memiliki harga Rp12.000 per ikat pada tingkat kampung dan Rp18.000 per ikat pada tingkat pasar, sedangkan lengkuas memiliki harga Rp13.000 per ikat pada tingkat kampung dan Rp20.000 per ikat pada tingkat pasar. Perbedaan tersebut menunjukkan adanya variasi nilai jual pada masing-masing komoditas antara tingkat kampung dan tingkat pasar.

Tabel 2. Perbedaan Harga Hasil Panen Rempah Rimpang pada Tingkat Kampung dan Pasar

Komoditas	Tingkat Kampung (Rp/ikat)	Tingkat Pasar (Rp/ikat)	Selisih Harga (Rp/ikat)
Serai	10.000	15.000	5.000
Jahe	15.000	22.000	7.000
Kunyit	12.000	18.000	6.000
Lengkuas	13.000	20.000	7.000

Sumber: Data hasil penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, selisih harga antara tingkat kampung dan tingkat pasar berada pada kisaran Rp5.000–Rp7.000 per ikat. Selisih tertinggi terdapat pada jahe dan lengkuas, masing-masing sebesar Rp7.000 per ikat, sedangkan selisih terendah terdapat pada serai sebesar Rp5.000 per ikat. Kunyit memiliki selisih harga sebesar Rp6.000 per ikat. Data tersebut menunjukkan adanya perubahan nilai jual pada setiap komoditas antara tingkat kampung dan tingkat pasar. Selisih harga tersebut digunakan untuk menggambarkan perbedaan nilai jual antartingkat pemasaran dan tidak diperlakukan sebagai keuntungan bersih petani, karena biaya pemasaran belum dihitung secara spesifik untuk setiap komoditas.

Keterbatasan informasi harga juga ditemukan dalam proses transaksi hasil panen. Berdasarkan hasil penelitian, sebagian petani belum memperoleh informasi mengenai harga pasar secara langsung sehingga harga yang diterima pada tingkat kampung masih dipengaruhi oleh informasi yang tersedia ketika transaksi dilakukan. Kondisi tersebut diperkuat oleh keterangan informan: “Sebagian besar petani belum sepenuhnya menentukan harga sendiri karena masih terbatasnya informasi mengenai harga pasar dan akses pemasaran yang dimiliki masyarakat.” (I3, 2026).

Keterangan I3 menunjukkan bahwa informasi harga merupakan salah satu kondisi yang ditemukan dalam mekanisme pemasaran. Keterbatasan informasi mengenai harga yang berlaku di pasar membuat petani memiliki informasi pembandingan yang terbatas ketika melakukan transaksi. Dalam kondisi tersebut, harga pada tingkat kampung dan harga pada tingkat pasar menunjukkan nilai yang berbeda sesuai dengan tingkat transaksi tempat komoditas diperjualbelikan. Selain

aspek harga, penelitian mencatat adanya biaya yang berkaitan dengan pemasaran hasil panen, terutama pada kegiatan penjualan langsung menuju pasar. Biaya yang tercatat meliputi transportasi kendaraan atau *spit* sebesar Rp100.000, pengangkutan barang sebesar Rp25.000, retribusi pasar sebesar Rp5.000, dan tenaga kerja atau buru sebesar Rp10.000. Keempat komponen tersebut menghasilkan total biaya perjalanan sebesar Rp140.000. Nilai tersebut merupakan total biaya yang tercatat dalam kegiatan pemasaran dan belum dialokasikan secara khusus berdasarkan masing-masing komoditas.

Data penelitian juga mencatat perubahan harga pada tingkat pelaku pemasaran. Pada salah satu rangkaian transaksi, harga pada tingkat petani tercatat sebesar Rp5.000 per ikat, kemudian menjadi Rp6.500 per ikat pada tingkat pedagang pengumpul dan Rp8.000 per ikat pada tingkat pedagang pasar. Dengan demikian, terdapat perubahan harga sebesar Rp1.500 per ikat antara tingkat petani dan pedagang pengumpul serta Rp1.500 per ikat antara tingkat pedagang pengumpul dan pedagang pasar. Perubahan harga pada setiap tingkat pelaku pemasaran tersebut tidak diperlakukan sebagai keuntungan bersih masing-masing pelaku karena biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pasar belum dihitung secara terpisah. Oleh karena itu, nilai perubahan sebesar Rp1.500 pada masing-masing tahapan digunakan untuk menunjukkan perubahan nilai jual antartingkat pemasaran. Dengan cara tersebut, penyajian hasil dapat membedakan antara perubahan harga dan keuntungan bersih, sehingga angka yang tersedia tidak ditafsirkan melampaui data penelitian.

C. Pola Distribusi Hasil Panen Tanaman Rempah Rimpang

Distribusi hasil panen tanaman rempah rimpang di Dusun Limboro berlangsung melalui rangkaian kegiatan sejak hasil panen diperoleh dari lokasi produksi hingga diterima oleh pihak pembeli. Proses tersebut mencakup kegiatan pascapanen, pengumpulan hasil, penyerahan komoditas, pengangkutan, dan penyaluran menuju pasar. Komoditas yang didistribusikan terdiri atas lengkuas, serai,

jahe, dan kunyit yang pada umumnya dipasarkan dalam kondisi segar tanpa pengolahan lanjutan. Pola distribusi yang ditemukan mengikuti kondisi pemasaran yang telah berlangsung di wilayah penelitian, dengan sebagian hasil panen disalurkan melalui pedagang pengumpul dan sebagian lainnya dibawa menuju pasar.

Tahap awal distribusi dimulai setelah kegiatan panen selesai. Hasil panen dikumpulkan dan dipersiapkan untuk disalurkan kepada pihak pembeli. Berdasarkan instrumen observasi penelitian, kegiatan pascapanen yang menjadi bagian dari proses distribusi meliputi pembersihan dan sortasi hasil panen, sedangkan pengumpulan mencakup lokasi serta jumlah hasil yang dikumpulkan. Hasil panen kemudian diserahkan sesuai dengan saluran yang digunakan. Pada tahap ini, komoditas

tetap berada dalam kondisi segar dan belum melalui proses pengolahan lebih lanjut.

Setelah dikumpulkan, hasil panen memasuki tahap pengangkutan. Jenis sarana transportasi dan biaya angkut menjadi bagian yang diamati dalam penelitian. Pengangkutan dilakukan untuk memindahkan hasil panen dari lokasi produksi menuju tempat transaksi atau lokasi pemasaran. Dalam distribusi melalui pedagang pengumpul, perpindahan komoditas dilakukan setelah pedagang mengambil atau membeli hasil panen dari petani. Naskah penelitian mencatat bahwa pedagang pengumpul biasanya datang langsung ke lokasi petani dan membeli hasil panen dalam jumlah besar. Selanjutnya, hasil pembelian tersebut disalurkan kembali kepada pedagang pasar atau pihak pembeli berikutnya.

Tabel 3. Tahapan Distribusi Hasil Panen Tanaman Rempah Rimpang

Tahap	Aktivitas distribusi	Hasil yang ditemukan
1	Panen	Lengkuas, serai, jahe, dan kunyit dipanen dari lokasi produksi
2	Pascapanen	Hasil panen dibersihkan dan disortir
3	Pengumpulan	Hasil panen dikumpulkan sebelum diserahkan atau dibawa ke lokasi pemasaran
4	Penyerahan	Komoditas diserahkan kepada pembeli sesuai saluran yang digunakan
5	Pengangkutan	Hasil panen dipindahkan dari lokasi produksi menuju tempat transaksi/pemasaran
6	Penyaluran	Komoditas diteruskan kepada pedagang pasar atau konsumen sesuai pola distribusinya

Sumber: Data hasil observasi dan dokumentasi penelitian, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, distribusi hasil panen berlangsung secara bertahap dan dimulai dari kegiatan panen hingga penyaluran kepada pembeli. Tahapan pascapanen menjadi bagian awal sebelum komoditas dipindahkan dari lokasi produksi. Setelah dikumpulkan, hasil panen diserahkan dan diangkut sesuai dengan jalur distribusi yang digunakan. Pada distribusi melalui pedagang pengumpul, penyerahan hasil panen berlangsung di lokasi petani, kemudian komoditas dibawa oleh pedagang untuk diteruskan ke pasar. Sementara itu, hasil panen yang dipasarkan secara langsung dibawa menuju lokasi pasar untuk selanjutnya dilakukan transaksi.

Pola distribusi tersebut memperlihatkan bahwa proses perpindahan komoditas tidak hanya mencakup kegiatan pengangkutan, tetapi juga melibatkan aktivitas sebelum dan sesudah pengangkutan. Pembersihan, sortasi, pengumpulan, dan penyerahan merupakan bagian dari rangkaian kegiatan yang berlangsung sebelum komoditas diteruskan kepada pembeli. Setelah pengangkutan dilakukan, hasil panen memasuki tahap penjualan di lokasi pemasaran atau diteruskan kepada pelaku berikutnya. Dalam penelitian, aktivitas tersebut diamati sebagai bagian dari proses distribusi hasil panen dari lokasi produksi sampai kepada pihak penerima.

Dari sisi sarana distribusi, penelitian mencatat transportasi sebagai salah satu unsur penting dalam perpindahan hasil panen. Jenis transportasi dan biaya angkut menjadi aspek observasi, sedangkan kondisi jalan dan akses menuju pasar juga diamati sebagai bagian dari kondisi distribusi. Jarak antara lokasi produksi dan pusat pasar dalam naskah penelitian disebut sebagai salah satu kondisi yang berkaitan dengan waktu perjalanan dan biaya transportasi. Dengan demikian, proses distribusi berlangsung dalam ruang geografis yang menghubungkan lokasi produksi dengan lokasi pemasaran.

Waktu distribusi juga menjadi bagian yang diamati, terutama mengenai lama waktu sejak panen hingga hasil panen dijual. Pengamatan tersebut diperlukan karena komoditas rempah rimpang umumnya dipasarkan dalam kondisi segar. Proses distribusi karena itu meliputi rangkaian kegiatan yang relatif berurutan, mulai dari panen, penanganan pascapanen, pengumpulan, penyerahan, pengangkutan, hingga penjualan. Data penelitian tidak memberikan angka waktu distribusi yang terukur secara rinci, sehingga bagian ini hanya menyajikan urutan proses yang tercatat dalam instrumen dan hasil penelitian tanpa memberikan estimasi waktu tambahan.

Dalam distribusi melalui pedagang pengumpul, proses perpindahan hasil panen berlangsung dari lokasi produksi menuju pedagang pengumpul dan selanjutnya diteruskan ke pasar. Pedagang pengumpul berperan dalam mengambil hasil panen dari petani dan menyalurkannya kepada pihak berikutnya. Hasil observasi menunjukkan bahwa pedagang pasar memperoleh rempah rimpang dari petani maupun pedagang pengumpul untuk kemudian menjualnya kepada konsumen. Penjualan dilakukan di pasar tradisional dalam kondisi komoditas yang masih segar dan tanpa proses pengolahan lebih lanjut.

Dengan demikian, pola distribusi hasil panen tanaman rempah rimpang di Dusun Limboro terdiri atas rangkaian panen, penanganan pascapanen, pengumpulan, penyerahan, pengangkutan, dan penyaluran kepada pembeli. Distribusi berlangsung melalui perpindahan komoditas dari lokasi produksi menuju tempat transaksi atau melalui pedagang pengumpul sebelum

diteruskan ke pasar. Hasil penelitian juga mencatat bahwa komoditas yang didistribusikan umumnya masih dalam keadaan segar dan belum mengalami pengolahan lanjutan. Temuan tersebut menggambarkan proses distribusi fisik hasil panen sebagaimana ditemukan melalui observasi dan dokumentasi penelitian.

D. Faktor yang Memengaruhi Pemasaran dan Distribusi

Pemasaran dan distribusi hasil panen tanaman rempah rimpang di Dusun Limboro berlangsung dalam kondisi geografis dan akses pasar yang memiliki sejumlah keterbatasan. Hasil penelitian mengidentifikasi beberapa kondisi yang berkaitan dengan kelancaran penyaluran komoditas, yaitu aksesibilitas dan kondisi infrastruktur, jarak menuju pasar, ketersediaan sarana transportasi, informasi harga pasar, serta keberadaan pedagang perantara. Letak wilayah yang relatif jauh dari pusat perdagangan menyebabkan sebagian petani masih mengandalkan pedagang pengumpul untuk menyalurkan hasil panen. Kondisi akses jalan dan keterbatasan sarana transportasi juga menjadi bagian dari kondisi lapangan yang berkaitan dengan pilihan petani dalam memasarkan hasil produksinya.

Keterbatasan transportasi dan akses pasar terlihat dari keterangan informan yang memilih menjual hasil panen kepada pedagang pengumpul. **I1** memberikan keterangan bahwa pemasaran melalui pedagang perantara dipilih oleh petani yang memiliki keterbatasan kendaraan, biaya transportasi, atau akses menuju pasar. Sistem tersebut dinilai lebih praktis karena hasil panen dapat dijual dari lokasi produksi tanpa harus dibawa sendiri ke pasar. "Pemasaran melalui pedagang perantara biasanya dipilih oleh petani yang memiliki keterbatasan kendaraan, biaya transportasi, atau akses menuju pasar." (*I1, 2026*).

Keterangan tersebut memperlihatkan bahwa keterbatasan sarana transportasi dan aksesibilitas menjadi kondisi yang berkaitan dengan pilihan petani dalam menyalurkan hasil panen. Petani yang memiliki kemampuan membawa hasil panen menuju pasar dapat melakukan penjualan secara langsung, sedangkan petani yang menghadapi keterbatasan transportasi

memiliki alternatif untuk menyerahkan hasil panen kepada pedagang pengumpul. Dalam data penelitian, pedagang pengumpul biasanya datang langsung ke lokasi petani sehingga proses pengambilan hasil panen tidak sepenuhnya bergantung pada kemampuan petani menyediakan transportasi sendiri.

Faktor lain yang ditemukan adalah akses terhadap informasi harga pasar. Data penelitian menunjukkan bahwa sebagian petani belum memperoleh informasi harga secara langsung dan akurat. Informasi mengenai harga lebih banyak diperoleh melalui pedagang pengumpul. Kondisi tersebut tercatat dalam hasil penelitian sebagai salah satu keadaan yang menyertai proses penentuan harga hasil panen. “Sebagian besar petani belum sepenuhnya menentukan harga sendiri karena masih terbatasnya informasi mengenai harga pasar dan akses pemasaran yang dimiliki masyarakat.” (I2, 2026).

Selain informasi harga, jarak menuju pasar menjadi kondisi yang berkaitan dengan proses pemasaran dan distribusi. Jarak yang relatif jauh membutuhkan waktu perjalanan dan sarana transportasi untuk memindahkan hasil panen. Dalam kondisi tersebut, sebagian petani memilih menggunakan pedagang pengumpul karena hasil panen dapat diambil dari lokasi produksi. Dengan demikian, jarak dan akses menuju pasar berkaitan dengan kemampuan petani melakukan pemasaran secara langsung.

Keberadaan pedagang pengumpul juga menjadi faktor yang menonjol dalam sistem pemasaran di lokasi penelitian. Data menunjukkan bahwa pedagang pengumpul membeli hasil panen secara langsung dari petani dalam jumlah besar dan selanjutnya menyalurkannya kepada pedagang pasar. Mekanisme tersebut membantu petani menyalurkan hasil panen ketika menghadapi keterbatasan akses transportasi. Keterangan informan juga menunjukkan bahwa cara tersebut dianggap lebih praktis karena petani tidak harus membawa sendiri hasil panen ke pasar. “Pedagang pengumpul biasanya datang langsung ke lokasi petani untuk membeli hasil panen dalam jumlah besar.” (I3, 2026).

Berdasarkan keseluruhan keterangan informan dan hasil observasi, faktor yang berkaitan dengan pemasaran dan distribusi hasil panen tidak hanya berasal dari kondisi fisik wilayah, tetapi juga dari ketersediaan sarana pendukung dan akses informasi pasar. Keterbatasan aksesibilitas, jarak menuju pasar, sarana transportasi, informasi harga, serta keberadaan pedagang perantara menjadi kondisi yang ditemukan dalam proses penyaluran hasil panen. Rangkuman faktor-faktor tersebut disajikan pada Tabel 4 untuk memperlihatkan keterkaitan antara kondisi yang ditemukan di lapangan dan proses pemasaran serta distribusi komoditas rempah rimpang di Dusun Limboro.

Tabel 4. Faktor yang Memengaruhi Pemasaran dan Distribusi Hasil Panen

Faktor	Temuan penelitian
Aksesibilitas dan infrastruktur	Keterbatasan akses jalan berkaitan dengan kelancaran penyaluran hasil panen
Jarak menuju pasar	Jarak menuju pusat pasar berkaitan dengan waktu perjalanan dan kebutuhan transportasi
Sarana transportasi	Keterbatasan kendaraan menjadi salah satu pertimbangan dalam pemilihan cara pemasaran
Informasi harga pasar	Informasi harga sebagian diperoleh petani melalui pedagang pengumpul
Pedagang perantara	Pedagang pengumpul mengambil hasil panen dari petani dan menyalurkannya kembali ke pasar

Sumber: Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi penelitian, 2026.

Tabel 4 menunjukkan bahwa faktor pemasaran dan distribusi mencakup aspek geografis, sarana transportasi, informasi pasar, dan pelaku perantara. Aksesibilitas dan jarak berkaitan dengan kemampuan

petani membawa hasil panen menuju pasar, sedangkan keterbatasan transportasi mendorong sebagian petani menggunakan pedagang pengumpul. Informasi harga juga menjadi bagian dari proses pemasaran

karena sebagian petani memperoleh informasi harga melalui pedagang pengumpul. Sementara itu, pedagang pengumpul berfungsi sebagai pihak yang mengambil hasil panen dari lokasi petani dan menyalurkannya kembali kepada pasar.

Keterangan informan memperkuat bahwa faktor-faktor tersebut tidak berdiri sendiri. Keterbatasan kendaraan dan akses pasar berkaitan dengan pemanfaatan pedagang pengumpul, sedangkan keterbatasan informasi harga berkaitan dengan sumber informasi yang diterima petani ketika melakukan transaksi. Pada sisi distribusi, keberadaan pedagang pengumpul mempermudah pemindahan hasil panen dari lokasi produksi menuju pasar. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kondisi geografis dan sarana pendukung menjadi bagian dari keadaan yang menyertai pemasaran dan distribusi hasil panen rempah rimpang di Dusun Limboro.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemilihan saluran pemasaran rempah rimpang di Dusun Limboro tidak semata-mata didasarkan pada tingkat harga, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan petani dalam menjangkau pasar dan mengelola proses distribusi. Pemasaran langsung memberikan ruang bagi petani untuk bertransaksi dengan konsumen, sedangkan penggunaan pedagang pengumpul memberikan kemudahan dalam penyerapan dan pemindahan hasil panen dari lokasi produksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keputusan pemasaran merupakan bentuk penyesuaian petani terhadap sumber daya dan akses yang tersedia. (Arwan, Tinaprilla and Burhanuddin, 2023) menunjukkan bahwa karakteristik transaksi dan kondisi harga berkaitan dengan pilihan saluran pemasaran pada perkebunan rakyat. (Hidayah, Adhi and Etriya, 2024) juga menunjukkan bahwa perbedaan saluran pemasaran dapat menghasilkan perbedaan pendapatan karena setiap saluran memiliki kondisi harga dan transaksi yang berbeda. Temuan di Dusun Limboro memperlihatkan bahwa pertimbangan ekonomi dalam pemasaran berjalan bersamaan dengan kemampuan petani mengakses sarana distribusi.

Perbedaan nilai jual pada berbagai tingkat pemasaran menunjukkan bahwa proses perpindahan komoditas dari petani menuju pasar disertai perubahan nilai ekonomi. Namun, perubahan harga tersebut tidak dapat langsung dipahami sebagai keuntungan bersih karena setiap pelaku menghadapi biaya dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Kondisi ini menunjukkan pentingnya membedakan antara perubahan harga, margin pemasaran, dan keuntungan bersih ketika menilai hasil pemasaran komoditas pertanian. (Mardalisa, Adhi and Suwarsinah, 2023) menunjukkan bahwa perbedaan saluran pemasaran berkaitan dengan variasi margin dan *farmer's share*, sehingga panjang pendeknya saluran dapat memengaruhi bagian harga yang diterima petani. Dalam konteks Dusun Limboro, temuan tersebut memberikan gambaran bahwa perbedaan harga antartingkat pemasaran merupakan bagian dari proses distribusi nilai komoditas. Dengan demikian, selisih harga yang ditemukan dalam penelitian lebih tepat digunakan untuk menunjukkan perubahan nilai jual antartingkat pemasaran daripada untuk menyimpulkan tingkat keuntungan bersih masing-masing pelaku.

Keterlibatan pedagang pengumpul dalam pemasaran rempah rimpang memperlihatkan fungsi penting lembaga perantara dalam menghubungkan lokasi produksi dengan pasar. Keberadaan pedagang pengumpul tidak hanya berkaitan dengan aktivitas pembelian dan penjualan, tetapi juga dengan kemampuan sistem pemasaran dalam memindahkan komoditas dari petani menuju pasar. Temuan ini sejalan dengan (Lisanty *et al.*, 2020), menunjukkan bahwa pemasaran komoditas pertanian dapat melibatkan beberapa lembaga pemasaran, termasuk pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pengecer, dengan karakteristik biaya dan margin yang berbeda pada setiap saluran. (Yusuf, 2022) juga menunjukkan bahwa keterlibatan beberapa tingkat pedagang dalam pemasaran tomat menghasilkan perubahan margin pada setiap lembaga pemasaran. Kesamaan tersebut terlihat pada pemasaran rempah rimpang di Dusun Limboro. Perbedaanannya terletak pada konteks penggunaannya, karena penggunaan pedagang pengumpul di wilayah penelitian juga berkaitan dengan kondisi transportasi,

akses pasar, dan kemampuan petani menyalurkan hasil panen dari lokasi produksi.

Temuan mengenai pilihan saluran pemasaran juga menunjukkan bahwa saluran yang lebih pendek tidak selalu menjadi pilihan yang paling mudah dijalankan oleh petani. (Zahra and Naully, 2021) menemukan bahwa perbedaan saluran pemasaran dapat menghasilkan tingkat efisiensi yang berbeda dan berpengaruh terhadap *farmer's share*. (Antara, 2022) juga menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek dapat memiliki margin yang lebih rendah dan memberikan bagian harga yang lebih besar kepada petani. Temuan tersebut relevan dengan kondisi di Dusun Limboro karena pemasaran langsung memungkinkan petani berhubungan dengan konsumen tanpa melalui lembaga perantara. Namun, kondisi lapangan menunjukkan bahwa kemampuan menggunakan saluran tersebut dipengaruhi oleh ketersediaan transportasi, waktu, dan akses menuju pasar. Dengan demikian, efisiensi saluran pemasaran tidak cukup dilihat dari panjang pendeknya rantai pemasaran, tetapi juga perlu mempertimbangkan kemampuan petani menjalankan saluran tersebut dalam kondisi wilayah tempat kegiatan produksi berlangsung.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa akses terhadap informasi harga merupakan bagian penting dalam menentukan posisi petani dalam proses transaksi. Keterbatasan informasi membuat petani tidak selalu memiliki dasar pembandingan yang memadai ketika menentukan harga hasil panen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa akses pasar tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membawa komoditas ke lokasi penjualan, tetapi juga kemampuan memperoleh informasi mengenai kondisi pasar. (Nandika, Mubarakah and Harya, 2025) menunjukkan bahwa keterbatasan informasi harga menjadi salah satu persoalan dalam pemasaran cabai rawit dan berkaitan dengan perbedaan hasil yang diperoleh melalui saluran pemasaran. Kesamaan tersebut memperkuat temuan penelitian bahwa informasi harga memiliki peranan dalam memperluas pilihan petani ketika menentukan saluran dan mitra transaksi. Dengan tersedianya informasi harga yang lebih memadai, petani memiliki

peluang untuk membandingkan alternatif pemasaran sebelum menentukan tempat dan pihak yang akan membeli hasil panen.

Kontribusi penelitian ini terletak pada penggambaran keterkaitan antara aksesibilitas, transportasi, informasi harga, dan pilihan saluran pemasaran dalam konteks pemasaran rempah rimpang di wilayah pedesaan. Temuan menunjukkan bahwa keputusan petani untuk menggunakan pedagang pengumpul tidak dapat dipahami hanya sebagai pilihan berdasarkan harga, tetapi juga sebagai respons terhadap kondisi distribusi yang dihadapi. Jarak menuju pasar, ketersediaan kendaraan, biaya pengangkutan, serta kemudahan penyerapan hasil panen menjadi bagian dari pertimbangan dalam menentukan saluran. Temuan ini memperluas pemahaman mengenai pemasaran komoditas pertanian karena keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh besarnya harga jual, tetapi juga oleh kemampuan produsen menghubungkan lokasi produksi dengan pasar. Dalam konteks tersebut, pedagang pengumpul memiliki fungsi distribusi yang tetap diperlukan selama petani belum memiliki akses transportasi dan pasar alternatif yang memadai.

Implikasi praktis penelitian menunjukkan bahwa peningkatan posisi petani tidak harus dilakukan dengan menghilangkan pedagang pengumpul, tetapi melalui perluasan alternatif pemasaran dan peningkatan akses informasi. Pedagang pengumpul tetap memiliki fungsi dalam menyerap hasil panen dan mengurangi kebutuhan petani untuk mengangkut komoditas sendiri menuju pasar. Namun, ketergantungan pada saluran tertentu dapat membatasi pilihan petani ketika informasi harga dan alternatif pembeli masih terbatas. (Hasanuddin *et al.*, 2025) menunjukkan adanya keterkaitan antara saluran distribusi, biaya pemasaran, volume penjualan, dan pendapatan petani. (Sumarno, 2025) juga menempatkan pemilihan saluran pemasaran dan *farmer's share* sebagai bagian penting dalam strategi pemasaran. Berdasarkan temuan tersebut, peningkatan akses informasi harga, perbaikan akses transportasi, dan pengembangan alternatif pasar dapat menjadi langkah yang lebih relevan untuk memperluas pilihan petani

tanpa menghilangkan fungsi pedagang pengumpul dalam sistem distribusi yang sudah berjalan.

Secara lebih luas, temuan penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pemasaran rempah rimpang perlu mempertimbangkan keseimbangan antara nilai jual dan kemudahan distribusi. Saluran langsung dapat memberikan peluang bagi petani untuk memperoleh harga pasar secara langsung, tetapi membutuhkan kesiapan dalam transportasi, waktu, dan kegiatan penjualan. Sebaliknya, penggunaan pedagang pengumpul memberikan kemudahan dalam penyerapan hasil panen dan pemindahan komoditas, meskipun petani melakukan transaksi pada tingkat harga yang berbeda dari harga pasar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pilihan saluran yang tepat bersifat kontekstual dan perlu disesuaikan dengan jumlah hasil panen, biaya distribusi, akses pasar, informasi harga, dan kondisi transaksi. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini adalah menunjukkan bahwa penguatan pemasaran di wilayah pedesaan perlu diarahkan pada perluasan pilihan petani, bukan sekadar pemendekan rantai pemasaran. Pendekatan tersebut memungkinkan aspek ekonomi dan kondisi aksesibilitas dipertimbangkan secara bersamaan dalam pengembangan pemasaran rempah rimpang.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah, jumlah informan, serta ketersediaan data biaya pada setiap tingkat pelaku pemasaran. Data biaya yang tersedia terutama menggambarkan biaya perjalanan dan distribusi sehingga belum memungkinkan dilakukan penghitungan keuntungan bersih secara terperinci pada setiap tingkat pelaku dan setiap komoditas. Data harga juga bersifat situasional karena dapat berubah mengikuti musim panen, jumlah pasokan, permintaan, kualitas komoditas, dan kondisi pasar. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah dan jumlah informan, melakukan pencatatan harga secara berkala, serta menghitung biaya, margin, *farmer's share*, dan keuntungan pada setiap saluran pemasaran secara lebih terperinci. Penelitian lanjutan juga dapat mengkaji pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas akses petani terhadap informasi harga dan pasar serta membandingkan efisiensi saluran

pemasaran pada periode musim yang berbeda.

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa pemasaran hasil panen lengkuas, serai, jahe, dan kunyit di Dusun Limboro berlangsung melalui dua saluran, yaitu saluran langsung dari petani kepada konsumen dan saluran tidak langsung melalui pedagang pengumpul dan pedagang pasar. Saluran tidak langsung menjadi pola yang lebih dominan karena memberikan kemudahan dalam penyerapan dan pengangkutan hasil panen, terutama bagi petani yang menghadapi keterbatasan kendaraan dan akses pasar. Perbedaan harga antara tingkat kampung dan pasar berada pada kisaran Rp5.000–Rp7.000 per ikat, tetapi nilai tersebut merupakan selisih harga dan belum dapat diperlakukan sebagai keuntungan bersih karena biaya pemasaran belum dihitung secara spesifik pada setiap komoditas. Distribusi berlangsung melalui tahapan panen, penanganan pascapanen, pengumpulan, penyerahan, pengangkutan, dan penyaluran kepada pembeli. Pola pemasaran dan distribusi dipengaruhi oleh aksesibilitas, jarak menuju pasar, kondisi infrastruktur, ketersediaan transportasi, informasi harga, dan keberadaan pedagang pengumpul. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan akses informasi harga, transportasi, kelembagaan pemasaran, dan alternatif pasar diperlukan agar petani memiliki pilihan saluran yang lebih luas dan posisi tawar yang lebih kuat.

Daftar Pustaka

- Antara, M.K.L. (2022) "Efisiensi pemasaran beras semi organik di Desa Tindaki Kecamatan Parigi Selatan Kabupaten Parigi Moutong," *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 29(2), pp. 185–195. Available at: <https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v29i2.1226>.
- Arman, A. *et al.* (2023) "Investment and resilience of the agricultural sector facing the COVID-19 crisis," *Agrisociconomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(1), pp. 27–38. Available at: <https://doi.org/10.14710/agrisociomics.v7i1.15126>.

- Arwan, A., Tinaprilla, N. and Burhanuddin, B. (2023) "Faktor-faktor yang memengaruhi pilihan saluran pemasaran tandan buah segar pada perkebunan rakyat," *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), pp. 39–47. Available at: <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.39-47>.
- Desparita, N. *et al.* (2025) "Kajian strategi pengembangan rantai nilai agribisnis kelapa meningkatkan nilai tambah dan kemandirian pangan di Bireuen," *Jurnal Agrica*, 18(2). Available at: <https://doi.org/10.31289/agrica.v18i2.16216>.
- Hasanuddin, A. *et al.* (2025) "Pengaruh saluran distribusi, biaya pemasaran dan volume penjualan terhadap pendapatan petani kentang di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan," *Economics and Digital Business Review*, 5(2), pp. 701–734. Available at: <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1620>.
- Hidayah, R.N., Adhi, A.K. and Etriya, E. (2024) "Pendapatan usahatani ubi kayu berdasarkan saluran pemasaran di Kabupaten Gunungkidul, Yogyakarta," *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), pp. 140–150. Available at: <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.140-150>.
- Ibnu, M. (2023) "Respons organisasi petani terhadap transformasi sistem pemasaran pertanian," *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 7(2), pp. 460–471. Available at: <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.02.4>.
- Khatimah, K. (2023) "Analisis kondisi rantai pasok komoditas kentang (*Solanum tuberosum* L.) di Kabupaten Brebes," *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 20(1), pp. 1–10. Available at: <https://doi.org/10.20961/sepa.v20i1.45074>.
- Lisanty, N. *et al.* (2020) "Saluran pemasaran bawang merah di desa sentra produksi Kabupaten Nganjuk Provinsi Jawa Timur," *Jurnal Ilmiah Management Agribisnis (Jimanggis)*, 1(2), pp. 69–86. Available at: <https://doi.org/10.48093/jimanggis.v1i2.44>.
- Mardalisa, J., Adhi, A.K. and Suwarsinah, H.K. (2023) "Analisis pemasaran beras organik di Provinsi Sumatera Barat," *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(2), pp. 262–276. Available at: <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.2.262-276>.
- Nandika, S.D., Mubarakah, M. and Harya, G.I. (2025) "Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Pucuk Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto," *Jurnal Ilmiah Respati*, 16(3).
- Sumarno (2025) "Analisis strategi pemasaran beras di Desa Blubuk Kecamatan Dukuhwaru Kabupaten Tegal," *Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2). Available at: <https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v5i2.96>.
- Yakin, A., Rustiadi, E. and Pribadi, D.O. (2024) "Analisis spasial desa membangun berbasis jaringan jalan dan penggunaan lahan di Kabupaten Brebes," *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman*, 6(1), pp. 42–59. Available at: <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v6i1.77483.42-59>.
- Yusuf, M.N. (2022) "Saluran pemasaran tomat di Kabupaten Pangandaran," *Jurnal Hexagro*, 6(2), pp. 176–185. Available at: <https://doi.org/10.36423/hexagro.v6i2.1010>.
- Yusup, H.S. and Murtisari, A. (2024) "Analisis sebaran potensi dan pemasaran rempah di Provinsi Gorontalo," *JIA: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 9(4), pp. 350–358. Available at: <https://doi.org/10.37149/jia.v9i4.1304>.

Zahra, F.A. and Naully, D. (2021) "Analisis saluran pemasaran belimbing dewa di Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok," *Jurnal Agribisnis Indonesia*,

9(1), pp. 13–22. Available at: <https://doi.org/10.29244/jai.2021.9.1.13-22>.