

ANALISIS PEMASARAN MINYAK NILAM DARI DESA KARYA BARU KECAMATAN POLEANG UTARA KABUPATEN BOMBANA

Dyyah Resky Nurdin¹⁾, R. Marsuki Iswandi²⁾, Wa Ode Yusria²⁾

¹⁾Alumni Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO

²⁾Pengajar Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian UHO

ABSTRACT

This research was conducted in Karya Baru Village from May until June 2017. This research was aimed to know the marketing channel of patchouli oil from Karya Baru Village, North Poleang Sub-district of Bombana Regency, to know the efficiency of marketing channel of patchouli oil from Karya Baru Village, Poleang Utara Sub-district Bombana Regency, and to know the marketing system of patchouli oil from Karya Baru Village, Poleang Utara Sub-district Bombana Regency. Data were collected through observation, interviews using questionnaires, and documentation. Data analysis was used in this research is descriptive analysis and farmer's share analysis. The results of this research showed that there was a marketing channel of patchouli oil from Karya Baru Village, North Poleang Sub-district of Bombana Regency, namely Farmer → Small Trader → Large Trader → Consumer (Industry). Patchouli oil price at the end of a consumer was Rp450.000/kg, while marketing margin on existing marketing channel was Rp30.000/kg or 8,57 percent at small trader level and at large trader level was Rp100.000/kg or 22,22 percent. By analyzing the price factor and marketing margin, farmer's share value was 71,11 percent, which means that the marketing channel of patchouli oil located in Karya Baru Village, North Poleang Sub-district of Bombana Regency has been efficient. Patchouli oil marketing system starts from farmer level, where farmers did several times patchouli oil distillation process with yield 10-13 kg each distillation. Furthermore, farmers conduct several transactions (based on the amount of patchouli distillation process) to small traders. After the volume of patchouli oil on small traders was large enough that was 500 kg - 1,000 kg, patchouli oil distributed to a large trader in Kolaka Regency. Finally, the volume of patchouli oil in large quantities on Large Trader in Kolaka District including patchouli oil originating from Karya Baru Village of North Poleang Sub-district of Bombana Regency distributed to the Industry in Surabaya.

Keywords: Marketing, Patchouli Oil, Karya Baru Village

PENDAHULUAN

Minyak nilam yang berasal dari tanaman nilam (*Pogostemon cablin* Benth.) merupakan salah satu komoditi non migas yang belum dikenal secara meluas di Indonesia, tapi cukup populer di pasaran Internasional. Indonesia merupakan penghasil minyak nilam terbesar di dunia yang setiap tahunnya memasok 70% hingga 90% kebutuhan dunia. Ekspor nilam Indonesia berfluktuasi dengan laju peningkatan ekspor sekitar 6% per tahun atau sebesar 700 ton sampai 2.000 ton minyak nilam per tahun. Prospek industri minyak atsiri sebetulnya cukup cerah, karena bahan bakunya tersedia di dalam negeri. Pangsa pasar minyak nilam Indonesia diperkirakan mencapai 80% dari ekspor minyak nilam dunia.

Kabupaten Bombana, lebih tepatnya adalah Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara merupakan desa yang penduduknya gencar membudidayakan tanaman nilam sejak tahun 2013. Bagi petani di daerah ini, komoditi nilam telah menjadi salah satu sumber pendapatan baru di bidang pertanian. Sebelum-sebelumnya masyarakat memiliki mata pencaharian yang beragam, sebagian masyarakat bermata pencaharian sebagai pedagang, buruh bangunan, dan sebagian lainnya bertani padi sawah, lada, kakao, kelapa, dan lain sebagainya. Sedikit banyak tanaman nilam memiliki peranan penting dalam upaya peningkatan taraf hidup masyarakat pada daerah ini.

Pada awal perkembangannya, masyarakat memilih berinvestasi untuk membudidayakan nilam disebabkan oleh proses budidaya yang tergolong mudah, usia produksi yang tergolong cepat, dan harga nilam yang tergolong tinggi. Kondisi wilayah yang subur dan mendukung prasyarat tumbuh tanaman membuat usia produksi nilam tergolong cepat, dimana usia panen hanya sekitar 3 bulan, sehingga hasil dari usaha ini dapat cepat dirasakan oleh masyarakat. Kemudian, proses budidaya

(pengolahan tanah, penanaman, dan pemeliharaan tanaman) yang tergolong mudah dan harga nilam yang tinggi (Rp450.000/kg – Rp500.000/kg) membuat masyarakat semakin tertarik untuk membudidayakan nilam. Masyarakat memasarkan hasil budidaya nilam dalam bentuk minyak nilam. Proses pengolahan minyak dilakukan oleh petani nilam dengan mendatangi sentra-sentra penyulingan minyak nilam yang ada di Desa Karya Baru dengan mengeluarkan sejumlah biaya. Minyak nilam yang dihasilkan oleh petani dijual pada pedagang-pedagang pengepul yang juga berasal dari Desa Karya Baru. Harga jual yang diperoleh petani bervariasi antara Rp330.000/kg–Rp350.000/kg-nya. Harga ini sebenarnya jauh lebih rendah dibandingkan tahun 2015, dimana rata-rata harga nilam mencapai Rp450.000/kg. Variasi harga nilam di tingkat petani tentunya berimbas pada pendapatan petani selaku produsen nilam.

Fenomena-fenomena mengenai pemasaran di tingkat petani tersebut, menunjukkan perlu adanya pengetahuan yang baik menyangkut saluran pemasaran minyak nilam yang dihasilkan oleh petani. Menurut Surni (2013), perubahan yang bertujuan memperbaiki pemasaran berarti pula memperbaiki atau meningkatkan efisiensi pemasaran. Pemasaran yang efisien berarti tercipta keadaan dimana diperoleh kepuasan bagi semua pihak yaitu produsen, pedagang dan konsumen. Berdasarkan uraian-uraian di atas, menjadi dasar pertimbangan bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis pemasaran minyak nilam dari Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) yang didasarkan pada pertimbangan bahwa nilam merupakan salah satu komoditas potensial yang gencar diusahakan oleh masyarakat di Desa Karya Baru. Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Mei sampai Juni 2017. Penentuan sampel dalam penelitian ini dibedakan dalam dua jenis yaitu petani nilam (produsen) dan pedagang atau lembaga pemasaran. Penentuan sampel petani nilam dilakukan dengan cara mengambil 10% dari jumlah populasi yaitu sebanyak 250 orang responden, sehingga di peroleh jumlah responden sebanyak 25 petani. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis *farmer's share*, sebagai berikut:

$$FS = 1 - \left| \frac{M}{He} \right| \times 100\% \quad (\text{Sudiyono, 2002})$$

Keterangan :

Fs = *Farmes's Share* atau persentase bagian harga yang diterima petani (%)

M = Margin pemasaran minyak nilam (Rp/kg)

He = Harga jual minyak nilam di setiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

Dengan kriteria :

Fs ≤ 50%, maka saluran pemasaran belum efisien

Fs ≥ 50%, maka saluran pemasaran sudah efisien

Margin pemasaran dianalisis dengan rumus sebagai berikut:

$$M = He - Hp \quad (\text{Sudiyono, 2004})$$

Keterangan :

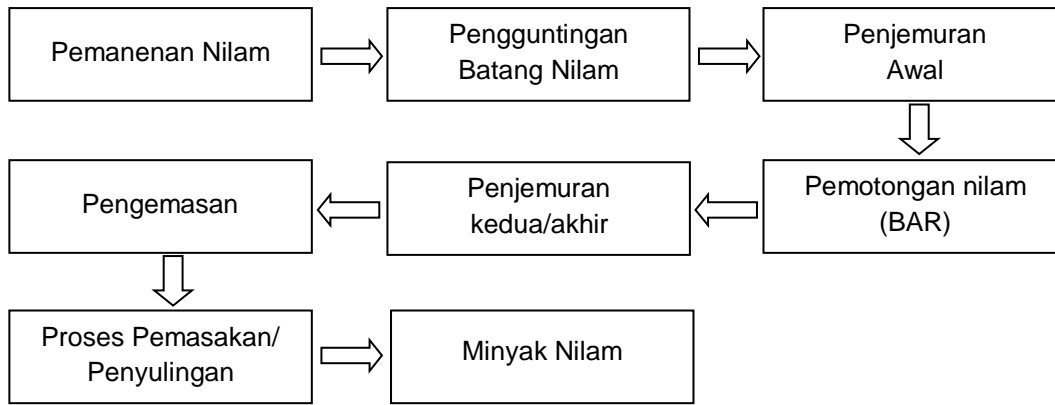
M = Margin pemasaran minyak nilam (Rp/kg)

He = Harga jual minyak nilam di setiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

Hp = Harga beli minyak nilam di setiap lembaga pemasaran (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Petani di Desa Karya Baru memanen tanaman nilam pada umur 6 bulan. Hal ini dikarenakan mutu minyak nilam tergantung pada kondisi saat panen. Pemanenan yang terlalu dini, akan mengakibatkan rendahnya kualitas minyak nilam yang dihasilkan. Begitupun halnya dengan pemanenan nilam yang terlalu tua hingga daun tampak cokelat, menyebabkan kandungan minyak akan menurun pula. Kandungan minyak nilam yang terbanyak terdapat pada daun, dan cara penyulingan yang baik adalah penyulingan dengan cara penguapan. Hal ini akan menyebabkan minyak nilam yang dihasilkan dapat bermutu tinggi. Lebih jelasnya mengenai proses penyulingan minyak nilam di Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana, dapat di lihat pada gambar berikut.

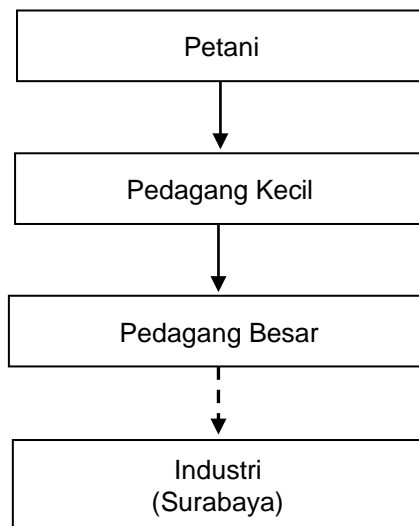


Gambar 1. Bagan atau Alur Penyulingan Minyak Nilam di Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana, Tahun 2017

Selanjutnya, hasil penyulingan minyak di pasarkan oleh petani nilam di Desa Karya Baru, dengan hasil analisis pemasaran sebagai berikut:

Saluran Pemasaran Minyak Nilam

Saluran pemasaran merupakan jalur dari pedagang yang dilalui dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Usahatani nilam tergolong baru bagi masyarakat Desa Karya Baru, sehingga pengalaman dan usahatani dan pemasarannya-pun tergolong baru. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa hanya terdapat satu saluran pemasaran minyak nilam yang terjadi di Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana. Lebih jelasnya, mengenai saluran pemasaran minyak nilam yang terjadi di Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana ditunjukkan oleh gambar berikut.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Minyak Nilam dari Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana, Tahun 2017

Pada saluran pemasaran, petani di Desa Karya Baru menjual minyak nilam hasil penyulingan ke pedagang kecil, kemudian dari pedagang kecil dijual kembali ke pedagang besar dan berakhir ke konsumen (industri). Petani memilih menjual minyak nilam ke pedagang kecil karena sifatnya sangat praktis, dalam hal ini tidak memerlukan waktu yang lama, tidak membutuhkan biaya, dan petani dikunjungi oleh pedagang untuk menjual minyak nilam yang dihasilkannya. Di samping itu, karena usaha minyak nilam ini tergolong baru sehingga sebagian dari petani menggunakan pedagang yang memiliki hubungan emosional yang cukup erat dalam artian antara pedagang kecil dan petani minyak nilam masih tetangga ataupun tergolong kerabat. Setelah itu, penjualan dari pedagang kecil ke pedagang besar dengan jalan pedagang besar mendatangi pedagang kecil untuk membeli minyak nilam, yang kemudian pedagang besar menyalurkan minyak nilam yang dibelinya pada PT. SAM AROMA di Surabaya.

Efisiensi Pemasaran

Besarnya persentase bagian harga yang diterima petani nilam dari seluruh harga yang dibayarkan konsumen dapat digunakan sebagai ukuran efisiensi pemasaran. Bila bagian harga yang diterima petani $\leq 50\%$, maka saluran pemasaran belum efisien dan sebaliknya jika bagian harga yang diterima petani $>50\%$, maka saluran pemasaran telah efisien. Hasil analisis *farmer's share* menunjukkan bahwa pemasaran minyak nilam di Desa Karya Baru telah menunjukkan tingkat efisien, dimana persentase bagian harga yang diterima responden petani adalah sebesar 71,11%. Besaran ini sangat dipengaruhi oleh faktor harga dan biaya pemasaran. Harga merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam pemilihan saluran pemasaran. Namun, perhitungan mengenai biaya yang akan dikeluarkan dalam pemasaran juga sangat menentukan bagaimana dan kapan waktu yang akan dipilih oleh petani dan pedagang minyak nilam untuk memasarkan nilamnya, karena pada prinsipnya seorang petani dan pedagang akan berusaha sedemikian rupa untuk memperoleh imbalan dari hasil produksi dan pemasarannya.

Selain itu, adanya persaingan yang sehat di antara pedagang kecil dan antara pedagang besar dalam menentukan harga jual dan beli minyak nilam menyebabkan persentase bagian harga yang diterima oleh petani nilam menjadi lebih efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (1990), dimana efisiensi pemasaran akan terjadi jika: 1) biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, 2) persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan yang diterima oleh produsen tidak terlalu tinggi, 3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, dan 4) adanya kompetisi pasar yang sehat.

Usahatani nilam merupakan hal baru bagi masyarakat Kecamatan Poleang Utara khususnya Desa Karya Baru. Olehnya itu, saluran pemasaran yang ada pun tergolong sedikit, hanya yang memiliki keberanian, kekuatan modal finansial yang cukup (pedagang), kemampuan membangun *link* jaringan bisnis yang baik serta yang mampu mengotimalkan kemajuan teknologi-lah, yang dapat terus bersaing dan terus melanjutkan hidup melalui bisnis ini.

Sistem Pemasaran Minyak Nilam

Pada mulanya, petani nilam di Desa Karya Baru memanen keseluruhan tanaman nilam yang diusahakannya sesuai dengan luasan lahan yang dimiliki. Adapun rata-rata luas lahan yang digunakan oleh petani nilam dalam mengusahakan tanaman nilam yaitu 0,64 ha. Nilam yang telah dipanen terlebih dahulu dilakukan penjemuran (penjemuran awal) di sekitar kebun nilam sembari menunggu keseluruhan nilam terpanen. Selanjutnya setelah pemanenan dilakukan hingga 100 persen, nilam yang telah dijemur diangkut ke rumah petani yang selanjutnya dilakukan pemotongan batang dan penjemuran akhir. Tahapan selanjutnya adalah petani nilam mengemas nilamnya ke dalam karung untuk dibawa ke sentra penyulingan yang ada di Desa Karya Baru. Dalam 1 ha luas kebun nilam, petani nilam dapat menghasilkan hingga 5-7 proses penyulingan minyak nilam (1 kali proses penyulingan dihasilkan 1 panci penyulingan), dan di tiap penyulingan petani nilam dapat memperoleh 10-13 kg minyak nilam.

Hasil dari penyulingan minyak nilam, dijual pada pedagang-pedagang kecil yang ada di Desa Karya Baru dengan volume rata-rata 28 kg tiap petani. Petani dapat menjual dengan mendatangi rumah pedagang, atau dapat pula dengan menghubungi pedagang untuk datang ke rumah petani atau langsung ke sentra penyulingan minyak nilam. Pedagang kecil yang beroperasi di Desa Karya Baru berjumlah 3 orang dengan harga beli minyak nilam yang ditawarkan berkisar antara Rp310.000/kg-Rp330.000/kg. Perbedaan harga ini dapat disebabkan oleh jarak antara petani nilam dengan pedagang kecil (terdapat pedagang kecil yang berasal dari Desa Karya Baru dan terdapat pula di luar Desa Karya Baru), dimana pedagang yang letaknya jauh akan menawarkan harga beli yang lebih tinggi apabila minyak nilam di antar ke rumah pedagang dan sebaliknya apabila di jemput di rumah petani. Selanjutnya terdapat dua metode transaksi pembayaran yang berlaku, yaitu yang pertama, pedagang kecil membayar 50 persen terlebih dahulu dan dibayar 100 persen setelah diperoleh harga dari pedagang besar (khusus volume besar). Metode kedua adalah pembayaran 100 persen apabila minyak nilam petani berada pada volume yang kecil.

Minyak nilam dari Desa Karya Baru yang telah berada pada pedagang kecil selanjutnya di jual (salurkan) ke pedagang besar di Kabupaten Kolaka. Proses transaksi antara pedagang kecil dengan pedagang besar tidak jauh berbeda dengan transaksi antara petani dengan pedagang kecil, yaitu pedagang kecil akan memperoleh harga jual yang tinggi apabila minyak nilam diantar ke pedagang besar dan sebaliknya pedagang kecil akan memperoleh harga jual yang rendah apabila minyak nilam dijemput di tempat pedagang kecil. Pedagang besar yang membeli minyak nilam dari pedagang kecil di Desa Karya Baru berjumlah 2 orang dengan harga yang ditawarkan berkisar Rp350.000/kg-Rp370.000/kg. Untuk mengefisienkan biaya pemasaran mengingat jarak yang jauh,

maka baik pedagang besar maupun pedagang kecil melakukan transaksi jual-beli dengan volume minyak nilam yang besar, dimana rata-rata volume dalam satu kali transaksi jual-beli yaitu 800 kg.

Minyak nilam yang berasal dari Desa Karya Baru yang kini telah berada pada Pedagang Besar di Kabupaten Kolaka, kemudian dipasarkan atau dijual ke industri yang ada di Surabaya yaitu PT. SAM AROMA melalui jalur laut. Dalam satu kali transaksi dari pedagang besar ke industri, pedagang besar dapat menjual minyak nilam yang berasal dari Desa Karya Baru dengan total volume sebesar 2.400 kg minyak nilam, ditambah dengan yang berasal dari daerah lain, yang totalnya mencapai rata-rata 7.600 kg. Hal ini dilakukan oleh pedagang dengan pertimbangan antara pendapatan yang akan diperoleh dari volume penjualan yang besar ini dengan biaya perjalanan yang akan dikeluarkan oleh pedagang, dimana harga minyak nilam di wilayah Surabaya yaitu Rp450.000/kg. Selanjutnya minyak nilam termasuk yang berasal dari Desa Karya Baru digunakan oleh industri PT. SAM AROMA untuk diolah lebih lanjut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran minyak nilam di Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana dapat diambil kesimpulan bahwa Saluran pemasaran minyak nilam dari Desa Karya Baru, yaitu: Petani Nilam → Pedagang Kecil → Pedagang Besar → Konsumen (Industri). Persentase bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) pada saluran pemasaran minyak nilam yakni sebesar 71,11%, yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran telah berjalan efisien. Sistem pemasaran minyak nilam dimulai dari tingkat petani, dimana petani melakukan beberapa kali proses penyulingan minyak nilam dengan rata-rata hasil produksi 28 kg tiap petani. Selanjutnya petani melakukan beberapa kali transaksi jual-beli (sesuai jumlah proses penyulingan minyak nilam) kepada pedagang kecil. Setelah volume minyak nilam pada pedagang kecil cukup besar yaitu rata-rata 800 kg, minyak nilam disalurkan pada pedagang besar di Kabupaten Kolaka. Akhirnya volume minyak nilam dalam jumlah besar pada pedagang besar di Kabupaten Kolaka termasuk minyak nilam yang berasal dari Desa Karya Baru Kecamatan Poleang Utara Kabupaten Bombana di salurkan ke Surabaya yaitu pada Industri PT. SAM Aroma dengan total volume sebesar 2.400 kg.

REFERENSI

- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2016. *Sulawesi Tenggara Dalam Angka 2016*. BPS Sulawesi Tenggara. Kendari.
- Sahwalita dan Nanang, Herdina. 2015. *Mengenal Nilam (Pogostemon cablin Benth.) : Tanaman Perdu Penghasil Minyak Atsiri*. Deutsche Gesellechaft für Internationale Zussammenarbeit (GIZ) GmbH. Bonn dan Eashborn, Jerman.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-hasil Pertanian : Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.
- Surni. 2013. *Pemasaran Hasil Pertanian, Edisi Kedua*. Kendari.