

Saluran Pemasaran Cengkeh (*Syzigium Aromaticum L.*) di Desa Puulemo Kecamatan Lembo Kabupaten Konawe Utara

Leni Saleh^{1*}, Hariyani², Syaniatin M³

¹²³ Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lakidende, Indonesia

lenisaleh8@gmail.com^{1*}

Alamat: Jalan Sultan Hasanuddin, No. 234, Wawotobi, Lalosabila, Unaaha, Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara 93461, Indonesia

lenisaleh8@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to determine the marketing channels of cloves in Larodangge Village, Lasolo District, North Konawe Regency and the amount of profit obtained by clove farmers in the process of clove marketing activities. The selection of farmer respondents was carried out randomly (Simple random sampling) which was 15% of the population, so that the number of respondents was 20 farmers. The marketing institution respondents consisted of 3 collectors and 2 wholesalers, carried out by (snow ball sampling). Data analysis used in this study was qualitative analysis and quantitative analysis. The distribution channels for clove marketing in Puulemo Village, Lembo District, North Konawe Regency are Farmers, Collectors and Wholesalers. The average profit from clove marketing at the Collectors and Wholesalers level is Rp. 6,758,5000.*

Keywords: Channels, Marketing, Cloves

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran cengkeh yang ada di Desa Larodangge Kecamatan Lasolo Kabupaten Konawe Utara dan besarnya keuntungan yang di dapatkan oleh petani cengkeh pada proses kegiatan pemasaran cengkeh. Pengambilan responden petani dilakukan secara acak (*Simple random sampling*) yaitu 15 % dari populasi, sehingga jumlah responden sebanyak 20 petani. Responden lembaga pemasaran terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul dan 2 orang pedagang besar, dilakukan secara (*snow ball sampling*). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Saluran distribusi pemasaran cengkeh di Desa Puulemo Kecamatan Lembo Kabupaten Konawe Utara adalah Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar. Rata-rata Keuntungan pemasaran cengkeh ditingkat Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar adalah sebesar Rp. 6.758.5000.

Kata Kunci: Saluran, Pemasaran, Cengkeh

1. LATAR BELAKANG

Sub sektor perkebunan merupakan sub sektor yang cukup potensial dalam perekonomian indonesia guna meningkatkan devisa negara, pemenuhan bahan baku, penyediaan lapangan kerja serta pelestarian sumberdaya alam. Pembangunan sub sektor perkebunan sebagai suatu penghasil devisa negara yang tidak kalah pentingnya adalah komoditi cengkeh. Cengkeh merupakan salah satu tanaman perkebunan yang penting karena cengkeh banyak dimanfaatkan misalnya sebagai bumbu makanan dan minuman, bahan farmasi serta digunakan sebagai bahan kosmetik. Selain itu, cengkeh juga merupakan bahan baku pembuatan rokok yang dihasilkan oleh industri rokok dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat (Sudiyono, A, 2001).

Tanaman cengkeh merupakan tanaman yang mempunyai banyak manfaat dan kegunaan di negara kita negara Indonesia banyak sekali jenis tanaman cengkeh, biasanya tanaman ini

banyak tumbuh di daerah pegunungan yang mempunyai yang dapat di tumbuhi tanaman cengkeh. Karena tanaman ini banyak mempunyai banyak manfaat dan kegunaan tanaman ini banyak di cari di Negara- negara asing. Oleh karena itu kita sebagai warga negara Indonesia perlu meningkatkan tanaman cengkeh, karena negara kita termasuk pengeksport tanaman cengkeh terbanyak di dunia. Cengkeh adalah tangkai bunga kering beraroma dari suku Myrtaceae. Cengkeh adalah tanaman asli Indonesia, banyak di gunakan sebagai sebagai bumbu masakan pedas di negara-negara eropa, dan sebagai bahan utama rokok kretek khas Indonesia (Agus, 2004).

Cengkeh merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai kedudukan penting bagi kehidupan ekonomi rakyat Indonesia terutama para petani cengkeh dan industri rokok kretek. Tanaman cengkeh di Indonesia lebih kurang 95 % diusahakan oleh rakyat dalam bentuk perkebunan rakyat yang tersebar di seluruh propinsi. Sisanya sebesar 5% diusahakan oleh perkebunan swasta dan perkebunan negara. Cengkeh merupakan tanaman rempah yang termasuk dalam komoditas sektor perkebunan yang mempunyai peranan cukup penting antara lain sebagai penyumbang pendapatan petani dan sebagai sarana untuk pemerataan wilayah pembangunan serta turut serta dalam pelestarian sumber daya alam dan lingkungan (Gonarsyah, 1998).

Cengkeh termasuk jenis tumbuhan perdu yang dapat memiliki batang pohon besar dan berkayu keras, cengkeh mampu bertahan hidup puluhan bahkan sampai ratusan tahun, tingginya dapat mencapai 20-30 meter 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 2-3 cm dan panjang daun tanpa tangkai berkisar 7,5-12,5 cm. (Aksan, 2008).

Peran komoditas cengkeh saat ini tidak hanya sebagai komponen utama rokok, akan tetapi telah banyak digunakan di berbagai industri lainnya seperti makanan, obat dan kosmetik. Dalam kelompok tani cengkeh ini belum memiliki sistem pemasaran yang memadai hanya ada tengkulak yang membeli hasil pertanian cengkeh dengan harga yang sangat murah dari petani. Oleh karena itu harus dilakukan program kemitraan oleh petani cengkeh dengan perusahaan seperti perusahaan rokok. Sehingga petani cengkeh tak lagi harus menjual hasil pertaniannya ke tengkulak (Yuhono dan Suhirman, 2012).

Cengkeh merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai nilai ekonomi tinggi. Bagi Bangsa Indonesia, cengkeh memiliki nilai ekonomi yang sangat penting dan

strategis karena komoditas ini merupakan bahan campuran pembuatan rokok kretek yang banyak menghasilkan pendapatan negara melalui cukainya. Selain sebagai bahan dasar pembuatan rokok kretek, cengkeh juga dapat berguna sebagai rempahrempah yang dibutuhkan dalam bidang pengobatan dan dapat juga dipakai sebagai bahan pembuatan minyak atsiri (Mekse Korri Arisena, GD, 2009).

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan atau tindakan dalam proses pemasaran, menjelaskan bahwa fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran (Anindita, 2004). Terdapat tiga fungsi pemasaran menurut (William, 2001) yaitu Pemasaran bertujuan untuk merencanakan penentuan harga promosi barang serta distribusi barang/jasa yang akan memuaskan kedua belah pihak, Pemasaran bertujuan untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang dan Pemasaran bertujuan untuk melakukan promosi.

Pada umumnya alasan utama perusahaan menggunakan perantara adalah bahwa perantara dapat membantu meningkatkan efisiensi distribusi. Dengan adanya perantara, maka kontak penjualan yang terjadi antara produsen dengan pembeli lebih banyak dan sering terjadi. Hal ini berarti memasukkan perantara kedalam saluran distribusi akan mengurangi jumlah pekerjaan yang harus dilakukan oleh produsen (Winardi, 2004).

Pedagang pengumpul adalah badan atau orang pribadi yang kegiatan usahanya mengumpulkan hasil kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan dan menjual hasil tersebut kepada badan usaha industri dan ekspor yang bergerak dalam sektor kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan. (Saipuddin, 2002). Pemasaran dapat didefinisikan pada konteks yang berbeda, namun pada prinsipnya sama, yaitu bagaimana mengantarkan produk dan jasa yang dihasilkan. Produsen sampai ketangan konsumen pada posisi yang berbeda, apakah itu kondisi sosial, ekonomi dan politik, maka yang diperlukan oleh pengusaha adalah bagaimana menciptakan pemasaran yang efektif. (Mulyadi, 2010).

Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industri. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangkaian proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada, (Kotler, 2000). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran cengkeh yang ada di Desa Larodangge Kecamatan Lasolo Kabupaten Konawe

Utara dan Besarnya Keuntungan yang di Dapatkan oleh Petani Cengkeh pada Proses Kegiatan Pemasaran Cengkeh.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Puulemo, Kecamatan Lembo, Kabupaten Konawe Utara. Pengambilan sampel/responden petani dilakukan secara acak (*Simple random sampling*) yaitu 15% populasi. Adapun jumlah responden sebanyak 20 petani. Untuk sampel lembaga pemasaran terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul dan 2 orang pedagang besar, dilakukan secara (*snow ball sampling*) penelusuran saluran pemasaran mulai dari tingkat petani sampai ke tingkat konsumen akhir. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Saluran Pemasaran

Sistem pemasaran cengkeh di Desa Puulemo Kecamatan Lembo Kabupaten Konawe Utara dilakukan dengan sistem satuan rupiah per kilogram (Rp/kg), maka sistem satuan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah Rp/kg. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pemasaran cengkeh di Desa Puulemo melibatkan petani, pedagang pengumpul, dan pedagang besar sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran cengkeh di Desa Lembo hanya terdapat satu saluran yakni;

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar

Pada hakikatnya kegiatan pemasaran dilakukan untuk menyampaikan produk dari produsen kepada konsumen. Namun dengan demikian, penyampaian produk pertanian dalam hal ini cengkeh pada umumnya tidak dapat langsung disalurkan kepada konsumen. Pembentukan harga dalam transaksi ditentukan oleh mekanisme pasar atau kekuatan permintaan dan penawaran. Didalam prakteknya penentuan harga ditentukan oleh banyaknya produksi cengkeh dan kisaran harga kemarin (Arifin, 2008).

Harga penjualan cengkeh yang diperoleh petani tidak berdasarkan pada mekanisme kontrak dalam penawaran dan permintaan. Lebih lanjut, sebagian besar petani tidak memiliki hak tawar untuk menaikkan harga jual. Meskipun demikian, harga yang ditetapkan oleh petani ini juga berubah-ubah sesuai dengan musim dan permintaan pasar. Walaupun harga jual cengkeh telah ditentukan, tetapi jika pedagang pengumpul menekan harga kepada para petani disaat hasil panen petani banyak maka belum bisa menstabilkan harga karena sebelumnya yang menentukan harga adalah pedagang pengumpul. Semakin banyak produksi cengkeh

yang didapatkan pedagang, maka harga cengkeh semakin rendah, hal ini disebabkan karena terjadinya penumpukan cengkeh. Usaha pemasaran hasil cengkeh dengan tujuan ekspor diarahkan untuk menunjang jumlah yang cukup dan mutu yang baik serta yang layak. Pada garis besarnya pelaku tata niaga cengkeh di Desa Puulembo Kecamatan Lembo mayoritas menggunakan saluran distribusi yakni: petani ke pedagang pengumpul ke pedagang besar.

Keuntungan pemasaran

Tujuan utama pemasaran adalah memaksimalkan keuntungan. Pengertian keuntungan secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan biaya tersebut. Menurut Harahap (2009), keuntungan merupakan kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi. Sedangkan pengertian keuntungan yang diamati oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya.

Tabel 1. Keuntungan Lembaga Pemasaran di Desa Puulembo Kecamatan Lembo Kabupaten Konawe Utara.

No.	Lembaga Pemasaran	Keuntungan
1	Pedagang Pengumpul	6.622.000
2	Pedagang Besar	6.895.000
Jumlah		13.517.000
Rata-rata		6.758.500

Sumber: Data primer setelah diolah, 2021

Tabel 1. diatas menunjukkan bahwa rata-rata keuntungan yang diperoleh dari pedagang pengumpul dan pedagang besar yaitu sebesar Rp. 6.758.500. Hal ini sesuai dengan pendapat Harahap (2009), keuntungan merupakan kelebihan penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi. Sedangkan pengertian keuntungan yang diamati oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah selisih pengukuran pendapatan dan biaya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Saluran distribusi pemasaran cengkeh di Desa Puulembo Kecamatan Lembo Kabupaten Konawe Utara adalah sebagai berikut: Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar.
- b. Rata-rata Keuntungan pemasaran cengkeh ditingkat Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar adalah sebesar Rp. 6.758.5000.

Saran

- a. Untuk lebih meningkatkan pendapatan petani usahatani Cengkeh maka disarankan agar meningkatkan sistem promosi komoditas cengkeh di Desa Puulemo, Kecamatan Lembo, Konawe Utara, dengan demikian pendapatan yang dicapai petani dapat lebih meningkat.
- b. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini untuk dapat lebih terperinci membahas masalah yang sedang berkembang dan relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus R 2004. *Memproduktifkan Cengkeh*. Edisi 3. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Aksan J 2008. *Tanaman Cengkeh, Pedoman Bertanam Cengkeh*. Tim Karya Mandiri, Bandung.
- Anindita, Ratya. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Katalog Perpustakaan Nasional Dalam Terbitan (KDT). Surabaya:papyrus.
- Gonarsyah. 1998. *Kebijakan tata niaga cengkeh dalam perspektif*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Indonesia, Vol XLVI, No. I.
- Mekse Korri Arisena, GD, 2009. *Struktur Dan Perilaku Pasar Komoditas Cengkeh Di Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng*. Gane Swara.Vol.3 No.2.
- Muliyadi, 2010. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler. 2000. *Marketing Management*. Prentice Hall, New Jersey.
- Saipuddin, 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi 2, Cetakan Kesebelas, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Sudiyono A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Wiliam J, 2001. *Menentukan Metode Pemasaran*. Bumi Aksara, Bandung.
- Yuhono. J. T Dan S. Suhirman., 2012. *Strategi Peningkatan Dan Mutu Minyak Dalam Agribisnis Cengkeh*. Balai Penelitian Tanaman Obat Dan Aromatika, Bogor.