Jurnal Hutan Tropis Volume 1 No. 3 November 2013 ISSN 2337-7771
E-ISSN 2337-7992

JURNAL HUTAN TROPIS

Berkala Ilmiah Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Kehutanan

DAFTAR ISI

SIFAT MEKANIS BAMBU BETUNG (*Dendrocalamus asper*) 185-189
Fengky S. Yoresta

MODEL PENENTUAN DAERAH RESAPAN AIR KOTA BANJARBARU PROVINSI KALIMANTAN SELATAN MENGGUNAKAN APLIKASI SISTEM INFORMASI GEOGRAFI 190-199
Muhammad Ruslan, Syama'ani, Basuki Rahmad, M. Hardimansyah

EFEKTIVITAS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN HTR DI KALIMANTAN SELATAN 200-207
Rachman Effendi dan Kushartati Budiningsih

PENGARUH PUPUK NPK MUTIARA TERHADAP PERTUMBUHAN ANAKAN TANAMAN TANJUNG (*Mimusops elengi L*) DI SEED HOUSE FAKULTAS KEHUTANAN UNLAM BANJARBARU 208-214
Ahmad Yamani, Sulaiman Bakri, Asmuri Achmad, dan Normela Rachmawati

ANALISIS KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR KAWASAN HUTAN DENGAN TUJUAN KHUSUS (KHDTK) SENARU DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN PARTISIPATIF 215-220
Andi Chairil Ichsan, RF Silamon, H Anwar, B Setiawan

ESTIMASI CADANGAN KARBON DAN EMISI KARBON DI SUB-SUB DAS AMANDIT 221-230
Abdi Fithria dan Syam'ani

PERFORMAN TEGAKAN HTI AKASIA DAUN LEBAR PADA BERBAGAI ROTASI TANAM 231-235
Ervayenri dan Sri Rahayu Prastyaningsih

POTENSI PRODUKSI DAUN DAN MINYAK KAYU PUTIH JENIS *Asteromyrtus symhpyocarpa* DI TAMAN NASIONAL WASUR 236-241
Mohamad Siarudin, Aji Winara, Yonky Indrajaya, Edy Junaidi, dan Ary Widiyanto

KONTRIBUSI SISTEM AGROFORESTRI TERHADAP CADANGAN KARBON DI HULU DAS KALI BEKASI 242-249
Wahyu Catur Adinugroho, Andry Indrawan, Supriyanto, dan Hadi Susilo Arifin

PENINGKATAN BOBOT ISI TANAH GAMBUT AKIBAT PEMANENAN KAYU DI LAHAN GAMBUT 250-256
Yuniawati dan Sona Suhartana

ANALISIS SALURAN PEMASARAN KULIT KAYU MANIS (*Cinnamomum burmannii*) DI KECAMATAN LOKSADO KALIMANTAN SELATAN 257-263
Arfa Agustina Rezekiah, Muhammad Helmi, dan Lolyta

MODEL ALTERNATIF PERENCANAAN PENGEMBANGAN WISATA ALAM DALAM KAWASAN HUTAN DI KABUPATEN MALANG 264-273
Hilda Nuzulul Fatma, Sarwono, dan Suryadi

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan diberikan kepada para penelaah yang telah berkenan menjadi Mitra Bestari pada Jurnal Hutan Tropis Volume 1 No. 2 yaitu:

Prof. Dr. Hj. Nina Mindawati, MS.
(Puslitbang Produktivitas Hutan, Kementerian Kehutanan)

Prof.Dr.Ir. Wahyu Andayani,M.Sc
(Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada)

Dr. Ir. Ahmad Kurnain, M.Sc.
(Fakultas Pertanian Unlam)

Dr.Ir.Leti Sundawati,M.Sc
(Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor)

Prof. Dr. Ir. Syukur Umar, DESS
(Fakultas Kehutanan Universitas Tadulako)

Prof. Dr. Ir. Baharuddin Mappangaja, M.Sc.
(Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin)

Prof.Dr.Ir.H.M.Ruslan,M.S
(Fakultas Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat)

Dr. Ir. Satria Astana, M.Sc.
(Puslitbang Perubahan Iklim dan Kebijakan, Kementerian Kehutanan)

Dr.Ir. Didik Suharjito, MS
(Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor)

Dr. Ir. Kusumo Nugroho, MS
(Balai Besar Litbang Sumberdaya Lahan Pertanian)

Dr.Ir. Cahyono Agus Dwikoranto, M.Agr.
(Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada)

Dr.Ir. Naresworo Nugroho, MS
(Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor)

Prof.Dr.Ir.Sipon Muladi
(Fakultas Kehutanan, Universitas Mulawarman)

Prof. Dr. Ir, Djamal Sanusi
(Fakultas Kehutanan Universitas Hasanuddin)

Dr. Sc. Agr. Yusran, S.P., M.P
(Fakultas Kehutanan Universitas Tadulako)

Dr.Ir.Hj. Darni Subari,M.S
(Fakultas Kehutanan Universitas Lambung Mangkurat)

KATA PENGANTAR

Salam Rimbawan,

Jurnal Hutan Tropis Volume 1 Nomor 3 Edisi November 2013 kali ini menyajikan 12 buah artikel ilmiah hasil penelitian di bidang teknologi hasil hutan, manajemen hutan dan budidaya hutan.

Fengky S. Yoresta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi kulit bambu mempengaruhi nilai MOE dan MOR. Bambu dengan posisi kulit di serat atas/daerah tekan cenderung memiliki nilai MOE dan MOR lebih tinggi dibandingkan bambu dengan posisi kulit di serat bawah/daerah tarik. Bambu dengan posisi kulit di serat atas memiliki nilai MOE = 62118,90 kg/cm^2 dan MOR = 826,36 kg/cm^2, sedangkan bambu dengan posisi kulit di serat bawah memiliki nilai MOE = 51563,20 kg/cm^2 dan MOR = 633,38 kg/cm^2. Kekuatan tarik sejajar serat bambu diperoleh sebesar 2309,00 kg/cm^2.

Muhammad Ruslan, dkk. Hasil penelitian menunjukan resapan air di Kota Banjarbaru dalam kondisi baik (80%), sementara yang sudah dalam kondisi sangat kritis (20%). Secara keseluruhan, zona resapan air Kota Banjarbaru dapat diklasifikasikan menjadi zona prioritas I sebesar 22,99%, zona prioritas II sebesar 13,90%, kemudian dan zona prioritas III sampai dengan V (5,13%) sedangkan 57,96% tidak diprioritaskan sebagai zona resapan air.

Rachman Effendi dan Kushartati Budiningsih. Perkembangan terkini dari 6 kabupaten yang mengimplementasi HTR di Kalimantan Selatan bervariasi yakni pengelola HTR (Koperasi) di Kabupaten Tanah Laut dan Tanah Bumbu sudah mendapatkan IUPHHK-HTR, pengelola mandiri di Kabupaten Tabalong masih menunggu pertimbangan teknis dari BP2HP, Kabupaten Banjar sudah melewati tahap permohonan IUPHHK-HTR, Kabupaten Hulu Sungai Selatam masih dalam tahap pengusulan pencadangan areal yang kedua dan Kabupaten Kotabaru baru melewati tahap pencadangan areal HTR

Ahmad Yamani, dkk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlakuan pupuk NPK Mutiara berpengaruh sangat signifikan terhadap rata-rata pertambahan tinggi dan diameter batang anakan tanjung. Sedangkan pemberian pupuk NPK tidak berpengaruh secara signifikan terhadap rata-rata pertambahan jumlah daun anakan tanjung. Direkomendasikan bahwa penggunaan pupuk NPK dengan dosis 5 gram (perlakuan B) untuk meningkatkan pertumbuhan tinggi dan diameter batang anakan tanjumg.

Andi Chairil Ichsan,dkk. Pola interkasi masyarakat desa senaru dibangun dengan menggunakan pendekatan agroforestry, hal ini dapat dilihat dari bentuk penggunaan lahan yang memadukan berbagai jenis tanaman, baik tanaman hutan dengan tanaman MPTS yang lebih produktif dalam suatu areal garapan. Dengan harapaan bahwa pola-pola ini dapat memberikan nilai ekonomi lebih bagi mereka. Meskipun demikian permasalahan juga tidak lepas dari kehidupan masayarakat desa senaru, mulai dari konflik sumberdaya hutan, sampai pada keterbatasan kapasitas dan SDM dalam mengelola lahan garapan.

Abdi Fithria dan Syam'ani. Berdasarkan hasil estimasi emisi karbon terlihat bahwa cadangan karbon di Sub-sub DAS Amandit pada periode tahun 1992, 2000 dan 2010 mengalami penurunan. Yakni dari 8.041.050,28 ton pada tahun 1992, menjadi 7.176.139,49 ton pada tahun 2000, dan hanya tersisa 4.476.645,10 ton pada tahun 2010. Ternyata menunjukkan bahwa emisi karbon di Sub-sub DAS Amandit terus turun hingga tahun 2050.

Ervayenri dan Sri Rahayu Prastyaningsih. Performan tegakan HTI *Acacia mangium* diameter terbesar pada rotasi tanam V (0,24 meter), pertumbuhan tinggi pada rotasi tanam III adalah 19,62 m (tinggi total)

dan 10,99 (tinggi bebas cabang).Lbds tertinggi pada rotasi tanam V (046 m2) potensi volume tertinggi pada rotasi tanam III yaitu 0,579 m3 (volume tinggi total) dan 0,316 m3 (volume tinggi bebas cabang). Lebar tajuk ideal pada rotasi tanam III (3,9 m) sedangkan nilai kerusakan terbesar pada rotasi tanam ke II (10%). Tumbuhan bawah yang dijumpai yaitu paku-pakuan sebanyak 6 jenis dan golongan rumput-rumputan sebanyak 2 jenis.

Mohamad Siarudin, **dkk**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat tiang memiliki produksi daun kayu putih per pohon tertinggi dibanding tingkat pertumbuhan lainnya. Ketersediaan jenis *A. symphyocarpa* yang paling potensial untuk dipanen daunnya pada saat ini ada di tingkat pancang dan tiang berdasarkan kelimpahan di alam dan produksi daun per individu. Perkiraan total potensi produksi daun kayu putih jenis *A. symphyocarpa* di TN Wasur saat ini adalah 15.139,8 ton. Rata-rata potensi minyak kayu putih dari jenis *A. symphyocarpa* adalah 17,21 liter/ha atau total seluruh kawasan TN Nasional Wasur saat ini mencapai 402.450,45 liter.

Wahyu Catur Adinugroho,**dkk**. Hasil analisis vegetasi menunjukkan bahwa tingkat keragaman Shannon pada lokasi penelitian adalah rendah sampai menengah. Beberapa jenis vegetasi yang ada teridentifikasi memiliki kemampuan tinggi dalam menyerap karbon sehingga berpotensi untuk meningkatkan cadangan karbon dan konservasi keanekaragaman hayati. Hasil analisa struktur tegakan pada sistem agroforestri (Kebun campuran) di Hulu DAS Kali Bekasi menunjukkan struktur tegakan yang menyerupai struktur hutan alam. Kebun campuran menghasilkan 62,34 tonsC / ha cadangan karbon atau setara dengan 228,79 ton CO_2-eq/ha.Cadangan karbon dalam sistem agroforestry (Kebun campuran) sangat dipengaruhi oleh luas bidang dasar tegakan tetapi meskipun demikiankerapatan tegakan dan keragaman spesies memiliki korelasi rendah dengan cadangan karbon

Yuniawati dan Sona Suhartana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1). Rata-rata kadar air pada kondisi tanah gambut umur tegakan 2,3,4,5 dan 0 tahun masing-masing yaitu 602,978%, 734,850%, 415,708%, 364,478% dan 291,118%; (2).Rata-rata bobot isi pada kondisi tanah gambut umur tegakan 2,3,4,5 dan 0 tahun masing-masing yaitu 0,173 gr/cm^3, 0,164gr/cm^3, 0,155gr/cm^3, 0,158 gr/cm^3 dan 0,177 gr/cm^3; (3). Tingginya rata-rata bobot isi pada areal lahan gambut pada umur tegakan 0 tahun (setelah pemanenan kayu) mengindikasikan tingginya pemadatan tanah; dan (4). Hasil uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} = 28,723 > t_{tabel} = 2,069$ artinya tolak Ho yaitu ada perbedaan bobot isi tanah gambut pada kegiatan sebelum pemanenan kayu (umur tegakan 2,3,4 dan 5 tahun) dan sesudah pemanenan kay(umur tegakan 0 tahun)

Arfa Agustina Rezekiah,**dkk**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran untuk kayu manis di Kecamatan Loksado ada 4 pola yaitu: (1) Petani-Konsumen (2) Petani-Pengumpul-Pedagang-Konsumen (3) Petani-Pengumpul-Pedagang Besar-Konsumen (4) Petani-Pengumpul-Pedagang Besar-Pedagang Kecil-Konsumen. Secara keseluruhan saluran pemasaran kayu manis adalah efisien. Jika ditinjau dari sudut pandang petani maka pola 1 (Petani – Konsumen) adalah yang lebih efisien karena petani mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dan jika ditinjau dari sudut pandang lembaga pemasaran maka pola 2 (Petani – Pengumpul – Pedagang (Kandangan) – Konsumen) yang lebih efisien.

Hilda Nuzulul Fatma, dkk. Perencanaan pengembangan wisata alam dalam kawasan hutan di wilayah Kabupaten Malang yang difasilitasi oleh beberapa rencana yang mendukung pengembangan wisata alam dalam kawasan hutan masih sektoral, baik perencanaan maupun pelaksanaan dilaksanakan sendiri-sendiri oleh pemangku kepentingan. Karena masih sektoral, maka koordinasi belum terbangun, masih belum melibatkan masyarakat secara luas dan belum memanfaatkan potensi lokal sebagai pendukung wisata alam.

Semoga hasil penelitian tersebut dapat menjadi pengetahuan yang bermanfaat bagi pembaca untuk dikembangkan di kemudian hari. Selamat Membaca.

Banjarbaru, November 2013

Redaksi

ANALISIS SALURAN PEMASARAN KULIT KAYU MANIS (*Cinnamomum burmannii*) DI KECAMATAN LOKSADO KALIMANTAN SELATAN

Analysis Of Marketing Channels Cinnamon Bark (Cinnamomum burmannii) in Loksado Village, South Kalimantan

Arfa Agustina Rezekiah, Muhammad Helmi, dan Lolyta
Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani Km. 36 Banjarbaru

ABSTRACT*. The purpose of this study is to analyze the channel of cinnamon trading system, to calculate the costs of trading system on channel cinnamon, to analyze the distribution of marketing margins cinnamon, and to analyze the efficiency of business administration systems of cinnamon. The object of this study is the cinnamon farmers and collectors in Loksado district and also marketing and economic actors involved in the marketing channels of the farmers. The data which have been obtained then are analyzed by the marketing margin, part of farmers, profit margin and the mark-up on selling. The results of this study indicate that the marketing channels for cinnamon in Loksado district are 4 patterns: (1) Farmer-Consumer (2) Farmers-Collectors-Traders-Consumer (3) Farmer-Collectors-Big Traders-Consumer (4) Farmer-Collectors-Big Traders-Small Traders-Consumer. The overall cinnamon marketing channels in Loksado district is efficient. If it is viewed from the point of view of the farmers then the pattern 1 (Farmers - Consumers) is more efficient because farmers earn more profits, and when it is viewed from the the point of view of marketing agencies then the pattern 2 (farmers - Gatherer - Traders (Kandangan) - Consumers) is more efficient.*

Keywords*: cinnamon bark, marketing channel*

ABSTRAK. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis saluran tataniaga kayu manis, menghitung biaya tataniaga pada saluran kayu manis, menganalisis distribusi margin pemasaran kayu manis, menganalisis efisiensi sistem tataniaga kayu manis. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Loksado. Objek penelitian adalah petani dan pengumpul kayu manis serta para pelaku ekonomi pemasaran yang terkait dalam saluran pemasaran. Data-data yang telah diperoleh kemudian dianalisa berdasarkan margin pemasaran (Mp = Pr – Pf atau Mp = “ Bi + “ Ki), , bagian petani (Sp = Pf/Pr x 100%), margin keuntungan (Mki = Harga Jual – (Harga Beli + Biaya)) dan mark up on selling (*Mark up on selling* (Efisiensi operasional) = (Margin pemasaran / Harga jual) x 100%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran untuk kayu manis di Kecamatan Loksado ada 4 pola yaitu: (1) Petani-Konsumen (2) Petani-Pengumpul-Pedagang-Konsumen (3) Petani-Pengumpul-Pedagang Besar-Konsumen (4) Petani-Pengumpul-Pedagang Besar-Pedagang Kecil-Konsumen. Secara keseluruhan saluran pemasaran kayu manis adalah efisien. Jika ditinjau dari sudut pandang petani maka pola 1 (Petani – Konsumen) adalah yang lebih efisien karena petani mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dan jika ditinjau dari sudut pandang lembaga pemasaran maka pola 2 (Petani – Pengumpul – Pedagang (Kandangan) – Konsumen) yang lebih efisien.

Kata kunci: kulit kayu manis, saluran pemasaran

Penulis untuk korespondensi, surel: arfaagustina@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemungutan hasil hutan bukan kayu pada umumnya merupakan kegiatan tradisional dari masyarakat yang berada di sekitar hutan, bahkan di beberapa tempat, kegiatan pemungutan hasil hutan non kayu merupakan kegiatan utama sebagai sumber kehidupan masyarakat sehari-hari. Sebagai contoh, pengumpulan rotan, kemiri, kayu manis, pengumpulan berbagai getah kayu seperti getah kayu Agathis, atau kayu Shorea dan lain-lain yang disebut damar.

Pemasaran merupakan suatu proses yang dapat menimbulkan kepuasan baik pihak produsen maupun pihak konsumen dimana produsen menciptakan dan menawarkan suatu produk yang bermanfaat bagi konsumen dan mendapatkan balas jasa melalui proses pertukaran. Untuk menjual produk, pelaku pemasaran harus masuk ke saluran pemasaran. Untuk meningkatkan keuntungan yang diterima dari penjualan produk, penjual harus memahami saluran pemasaran tersebut, sehingga rantai pemasaran merupakan salah satu unsur yang harus dipertimbangkan dalam pemasaran. Melalui rantai pemasaran konsumen mendapat kemudahan dalam memperoleh dan membeli produk yang dihasilkan. Kebutuhan mengetahui dan memahami rantai pemasaran memungkinkan pelaku rantai pemasaran memperbaiki usahanya dengan mengarahkan produk yang dihasilkan untuk memenuhi peluang pasar dengan pembagian keuntungan secara adil.

Aspek pemasaran akan lebih banyak ditentukan oleh peranan lembaga pemasaran. Beberapa lembaga pemasaran yang berperan diantaranya adalah produsen dalam hal ini adalah petani kayu manis, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pengecer. Semua lembaga pemasaran tersebut berfungsi sebagai penghubung dan akan membentuk pola jalur saluran pemasaran produk kayu manis. Dari semua lembaga pemasaran yang ada, maka posisi petani merupakan posisi yang paling lemah dari segi modal dan informasi pasar yang terbatas.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis saluran tataniaga kayu manis, menghitung biaya tataniaga pada saluran kayu manis, menganalisis distribusi margin pemasaran kayu manis, menganalisis efisiensi sistem tata niaga kayu manis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Loksado dan Desa Lok Lahung Kecamatan Loksado, Provinsi Kalimantan Selatan. Objek penelitian ini adalah petani dan pengumpul kayu manis di Kecamatan Loksado serta para pelaku ekonomi tataniaga yang terkait dalam saluran tataniaga dari petani tersebut. Tempat sampel diambil dipilih secara sengaja yaitu dengan memilih tempat yang merupakan produsen dan penyalur. Populasi petani sampel adalah petani produsen yang memproduksi dan menjual kayu manis, sampel yang diambil sebesar 10% dari masing-masing jumlah kepala keluarga petani yang ada di Desa Loksado dan Lok Lahung. Penarikan sampel pengumpul dan pelaku ekonomi tataniaga lainnya yang terlibat dalam saluran dan biaya tataniaga kayu manis menggunakan metode *Snowball sampling*, yaitu ditelusuri berdasarkan pergerakan kayu yang dimulai dari tingkat petani.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara secara mendalam dengan *key informan* (orang kunci), dimana materi yang dikaji antara lain data umum pelaku ekonomi tataniaga, potensi ekonomi, saluran pemasaran, biaya produksi dan tataniaga, serta harga beli dan harga jual.

Pengambilan data sekunder dilakukan dengan cara pencatatan dari berbagai instansi terkait atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan penelusuran pustaka dari sumber-sumber literatur yang berhubungan dengan penelitian ini. Data yang diambil adalah demografi penduduk, data lingkungan, serta pendidikan

Data yang telah dikumpulkan dilanjutkan dengan pentabulasian yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Setelah data disajikan dalam tabel, dilanjutkan dengan penganalisaan.

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (Sudiyono, 2001).

$$MP = Hk - Hp$$

Keterangan:
Mp : Margin Pemasaran (Rp / kg)
Hk : Harga yang dibayar konsumen akhir(Rp / kg)
Hp : Harga yang diterima produsen (Rp / kg)

Farmer's share merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk menentukan efisiensi tataniaga yang

dilihat dari sisi pendapatan petani. Kohls dan Uhl (1990) mendefinisikan farmer's share sebagai persentase harga yang diterima oleh petani sebagai imbalan dari kegiatan usahatani yang dilakukannya dalam menghasilkan suatu komoditas. Nilai farmer's share ditentukan oleh besarnya rasio harga yang diterima produsen (Pf) dan harga yang dibayarkan konsumen (Pr). Secara matematik dapat dirumuskan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:
Pf : Harga yang dibayar konsumen akhir(Rp / kg)
Pr : Harga yang diterima produsen (Rp / kg)

Keuntungan pemasaran menurut Soekartawi (2002), merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran atau dirumuskan:

$$Đ = Hj - (Hb + Cost)$$

Keterangan:
Đ = Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)
Hj = Harga Jual (Rp/kg)
Hb = Harga Beli (Rp/ kg)
Cost = Biaya Pengeluaran

Persentase Margin Keuntungan = (Margin Keuntungan / Harga Jual) x 100%

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran. Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002).

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:
Lp = Efisiensi pemasaran (%)
TBP = Total biaya pemasaran (Rp/kg)
TNP = Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumen (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara geografis di Kecamatan Loksado tergolong berbukit-bukit dan merupakan Daerah Aliran Sungai. Kecamatan Loksado secara astronomis terletak antara 2°50'55" – 2°52"05" Lintang Selatan dan 115°20'40" – 115°20'40" Bujur Timur. Secara umum kondisi topografi di wilayah Kecamatan Loksado termasuk daerah pegunungan dengan ketinggian sekitar 200 – 1650 meter dari permukaan laut. Daerah berbukit dengan lereng terjal (antara 25% sampai lebih dari 40%) di Kecamatan Loksado seluas 15.180 ha.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dapat diartikan sebagai suatu jalur atau hubungan yang dilewati oleh arus barang-barang, aktivitas dan informasi dari produsen sampai kepada konsumen. Dimana dalam saluran pemasaran tersebut terdapat 4 (empat) komponen utama yang membentuk suatu rantai atau saluran pemasaran yaitu produk, pelaku, aktivitas dan input (Kotler, 2001).

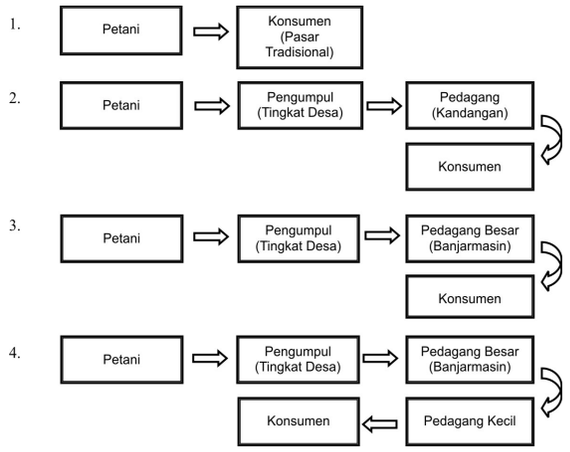
Di daerah penelitian keempat komponen pembentuk saluran tersebut ada. Produk yang ditawarkan yaitu kulit kayu manis yang dapat di lihat pada gambar 1. Kulit kayu manis yang dijual merupakan hasil dari pohon kayu manis (*Cinnamomum burmanii*) yang telah berusia 5 tahun ke atas. Kulit kayu manis yang terdapat di daearah penelitian merupakan kulit kayu manis dengan kualitas super yang berasal dari batang pohon kayu manis (*Cinnamomum burmanii*). Semakin bulat gulungannya dan semakin lurus bentuknya akan semakin meningkatkan kualitas kayu manis.

Gambar 1. Produk kulit kayu manis
Figure 1. Cinnamon bark products

Pelaku-pelaku pemasaran yang terlibat dalam menyalurkan produk kayu manis dari tangan petani adalah pengumpul, pedagang besar dan pedagang kecil. Sejauh ini kulit kayu manis asal Kalimantan Selatan belum bisa menembus pasar ekspor, padahal kualitas kulit kayu manis yang dimiliki tidak kalah jika dibandingkan dari provinsi lain sehingga tidak terlalu besar memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar.

Hal ini dikarenakan kurangnya informasi dan akses pasar yang belum terbuka.

Berdasarkan hasil penelitian saluran-saluran pemasaran untuk jenis kayu manis yang ada di Kecamatan Loksado terdiri dari 4 pola, seperti pada Gambar 2 di bawah ini:



Gambar 2. Saluran pemasaran kayu manis di Kecamatan Loksado

Figure 2. Cinnamon marketing channels in the District Loksado

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang paling pendek terjadi langsung dari petani ke konsumen. Saluran dengan tipe pola 1 disebut juga saluran nol tingkat atau *zero-level chanel*. Hal tersebut terjadi di desa Loksado dimana petani menjual kulit kayu manis di pasar tradisional. Kulit kayu manis yang sudah kering biasanya dibeli oleh pengumpul yang merupakan warga setempat. Sedangkan saluran pemsaran yang melalui pengumpul kemudian pedagang baru akhirnya sampai ke konsumen disebut saluran dua tingkat atau *two-level chanel*.

Di desa penelitian terdapat masing-masing 2 (dua) orang pengumpul kulit kayu manis yaitu Adirman (32 tahun) dan Dian (42 tahun) yang bermukim di Desa Lok Lahung. Sedangkan pengumpul yang bermukim di Desa Loksado yaitu Hanafiah (42 tahun) dan Muhram (30 tahun).

Harga beli dari keempat pengumpul ini tidak sama untuk setiap desanya. Untuk desa Lok Lahung mereka membeli dari petani seharga Rp. 5000/kg, sedangkan di desa Loksado harga beli kulit kayu manis sebesar Rp. 6000/kg. Adanya perbedaan harga beli ini disebabkan karena

Pengumpul tersebut kemudian menjual kulit kayu manis ke pedagang di daerah Kandangan (kota kabupaten) maupun ke pedagang besar yang berada di Banjarmasin (kota provinsi). Harga beli di pedagang besar yang berada di kota Kandangan dan Banjarmasin adalah sama besar yaitu Rp. 7500/kg, sedangkan pedagang kecil membeli kulit kayu manis sebesar Rp. 10000/kg dari pedagang besar. Pedagang besar yang diteliti adalah pedagang besar yang berjualan di Pasar Lima Banjarmasin. Dalam saluran ini pedagang kecil yang biasanya membeli kulit kayu manis kemudian dipasarkan di pasar lokal.

Dari beberapa pola saluran tersebut yang lebih banyak digunakan adalah pola 3 dan 4. Pemilihan pola tersebut lebih dikarenakan pendistribusian ke daerah kabupaten maupun kecamatan lebih mudah dilakukan. Sebagaimana diketahui bahwa Pasar Lima Banjarmasin merupakan pasar sentral yang berada di provinsi Kalimantan Selatan, sehingga semua pedagang kecil sampai pengecer biasanya membeli dagangan selalu di pasar tersebut. Sedangkan saluran pemasaran yang dilakukan di kota Kandangan pun terbatas jumlahnya hanya kepada pedagang lingkup kota kabupaten.

Analisis Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran Kayu Manis

Marjin pemasaran merupakan selisih harga produk ditingkat konsumen dengan harga ditingkat produsen atau penjumlahan biaya pada tiap lembaga pemasaran dengan keuntungannya masing-masing (Mubyarto, 1994). Efisiensi pemasaran adalah kemampuan jasa-jasa pemasaran untuk dapat menyampaikan suatu produk dari produsen ke konsumen secara adil dengan memberikan kepuasan pada semua pihak yang terlibat untuk suatu produk yang sama.

Analisis margin dan efisiensi pemasaran disajikan dalam bentuk tabel dari hasil perhitungan yang diperoleh dari biaya produksi, harga beli, harga jual dan biaya tataniaga. Di bawah ini tabel data hasil analisis margin keuntungan, bagian petani, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran.

Tabel 1. Analisis Margin dan Efisiensi Kayu Manis di Desa Lok Lahung
Table1. Margin and Efficiency Analysis Cinnamon in Desa Lok Lahung

Pola Saluran Pemasaran	Harga, Biaya, Margin (Rp/Kg)								
	Prod.	Harga Beli	Harga Jual	Biaya Tata niaga	Margin Keuntungan Rp.	Margin Keuntungan %	Farmer Share (%)	Margin Pemasaran	EP (%)
	a	b	c	d	e =	f = e / c x 100%	g = c_0/b_t x 100%	h = c - b	i = h/c x 100%
Pola 1									
1. Petani	1.560		7.000	180	5.260	75	100	5.440	78
2. Konsumen		7.000							
Margin Pemasaran	5.440								
Pola 2									
1. Petani	1.560		5.000	180	3.260	65	50	3.440	69
2. Pengumpul		5.000	7.500	750	1.750	23		2.500	33
3. Pedagang (Kdg)		7.500	10.000	500	2.000	20		2.500	25
4. Konsumen		10.000							
Margin Pemasaran	8.440								
Pola 3									
1. Petani	1.560		5.000	180	3.260	65	42	3.440	69
2. Pengumpul		5.000	7.500	750	1.750	23		2.500	33
3. Pedagang besar (Bjm)		7.500	12.000	500	4.000	33		4.500	38
4. Konsumen		12.000							
Margin Pemasaran	10.440								
Pola 4									
1. Petani	1.560		5.000	180	3.260	65	38	3.440	69
2. Pengumpul		5.000	7.500	750	1.750	23		2.500	33
3. Pedagang besar (Bjm)		7.500	10.000	500	2.000	20		2.500	25
4. Pedagang kecil		10.000	13.000	500	2.500	19		3.000	23
5. Konsumen		13.000							
Margin Pemasaran	11.440								

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa margin keuntungan yang paling besar diterima oleh petani yaitu pada pola 1 sebesar Rp. 5.260 atau 75%, hal ini dikarenakan petani menjual langsung kepada konsumen yaitu pasar tradisional. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar margin tataniaga yang berarti harga akhir pada konsumen semakin tinggi. Bagian yang diterima petani (*Farmer Share*) pada Tabel 1 ternyata menunjukkan pola 1 yang lebih besar yaitu 100% karena tidak ada lembaga lain yang terlibat sebagai perantara. Sedangkan untuk pola 4 bagian yang diterima petani kecil hanya 38 %, hal ini dikarenakan panjangnya saluran pemasaran. Keadaan demikian membenarkan teori yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran pemasaran maka semakin kecil pula bagian yang akan diterima petani. Biaya pemasaran lebih besar dikeluarkan oleh pengumpul, karena harus mengirim barang dengan jarak yang jauh.

Margin keuntungan yang diterima petani untuk pola 2, 3 dan 4 adalah sama. Jika dilihat dari sudut pandang lembaga pemasaran maka pola 3 memberikan nilai margin keuntungan yang lebih besar kepada pedagang besar. Hal tersebut dikarenakan pedagang besar menjual produk tersebut dengan harga Rp. 12.000/kg langsung ke konsumen.

Jika ditinjau dari sudut pandang petani maka pola 1 adalah yang lebih efisien karena petani mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, tetapi nilai margin pemasaran dan efesiensi pemasarannya lebih besar dari pola tataniaga lainnya. Jika ditinjau dari sudut

pandang lembaga pemasaran maka pola 2 yang lebih efisien karena pada pola 2 terjadi pembagian keuntungan yang lebih merata atau adil, margin tataniaganya lebih kecil, bagian yang diterima petani (Sf) lebih besar dari pola 3 dan 4, nilai margin pemasarannya lebih kecil, dan harga pada tingkat konsumen lebih rendah dibandingkan dengan pola 3 dan 4, serta nilai efisiensi operasional yang dihitung melalui *mark up on selling* lebih kecil dibanding pola 1,3 dan 4.

Tabel 2. Analisis Margin dan Efisiensi Kayu Manis di Desa Loksado

Table 2. Margin and Efficiency Analysis Cinnamon in Desa Loksado

Pola Saluran Pemasaran	Prod.	Harga Beli	Harga Jual	Biaya Tata niaga	Margin Keuntungan		Farmer Share (%)	Margin Pemasaran	EP(%)
					Rp.	%			
	a	b	c	d	e = c–(b+d)	f = e / c x 100%	g = c_0/b_t x 100%	h = c - b	i = h/c x 100%
Pola 1									
1. Petani	1.425		7.000	238	5.337	76	100	5.575	80
2. Konsumen		7.000							
Margin Pemasaran	5.575								
Pola 2									
1. Petani	1.425		6.000	238	4.337	72	60	4.575	76
2. Pengumpul		6.000	7.500	600	900	12		1.500	20
3. Pedagang (Kdg)		7.500	10.000	500	2.000	20		2.500	25
4. Konsumen		10.000							
Margin Pemasaran	8.575								
Pola 3									
1. Petani	1.425		6.000	238	4.337	72	50	4.575	76
2. Pengumpul		6.000	7.500	600	900	12		1.500	20
3. Pedagang besar (Bjm)		7.500	12.000	500	4.000	33		4.500	38
4. Konsumen		12.000							
Margin Pemasaran	10.575								
Pola 4									
1. Petani	1.425		6.000	238	4.337	72	46	4.575	76
2. Pengumpul		6.000	7.500	600	900	12		1.500	20
3. Pedagang besar (Bjm)		7.500	10.000	500	2.000	20		2.500	25
4. Pedagang kecil		10.000	13.000	500	2.500	19		3.000	23
5. Konsumen		13.000							
Margin Pemasaran	11.575								

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa margin keuntungan yang paling besar diterima oleh petani yaitu pada pola 1 sebesar Rp. 5.337 atau 76%, hal ini dikarenakan petani menjual langsung kepada konsumen yaitu pasar tradisional. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar margin tataniaga yang berarti harga akhir pada konsumen semakin tinggi. Bagian yang diterima petani (*Farmer Share*) pada Tabel 2 ternyata menunjukkan pola 1 yang lebih besar yaitu 100% karena tidak ada lembaga lain yang terlibat

sebagai perantara.

Jika ditinjau dari sudut pandang petani maka pola 1 adalah yang lebih efisien karena petani mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, tetapi nilai margin pemasaran dan efisiensi pemasarannya lebih besar dari pola tataniaga lainnya. Jika ditinjau dari sudut pandang lembaga pemasaran maka pola 2 yang lebih efisien karena pada pola 2 terjadi pembagian keuntungan yang lebih merata atau adil, margin tataniaganya lebih kecil, bagian yang diterima petani (Sf) lebih besar dari pola 3 dan 4, dan harga pada tingkat konsumen lebih rendah dibandingkan dengan pola 3 dan 4, serta nilai margin dan efisiensi operasional yang dihitung melalui efisiensi pemasaran lebih kecil dibanding pola 1,3 dan 4.

Bagian yang diterima petani semakin kecil jika saluran pemasarannya semakin panjang. Hal tersebut dapat dilihat pada pola 4, dimana petani hanya menerima 46 % bagian.

Berdasarkan hasil penelitian dari kedua Desa tersebut dapat digambarkan bahwa saluran pemasaran kayu manis di Kecamatan Loksado adalah efisien. Jika ditinjau dari sudut pandang petani maka pola 1 (Petani – Konsumen) adalah yang lebih efisien karena petani mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dan jika ditinjau dari sudut pandang lembaga pemasaran maka pola 2 (Petani – Pengumpul – Pedagang (Kandangan) – Konsumen) yang lebih efisien karena pada pola ini keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran lebih merata dan margin pemasarannya lebih kecil.

SIMPULAN

Kesimpulan

Saluran pemasaran untuk kayu manis di Kecamatan Loksado ada 4 pola yaitu: (1) Petani-Konsumen (2) Petani-Pengumpul-Pedagang-Konsumen (3) Petani-Pengumpul-Pedagang Besar-Konsumen (4) Petani-Pengumpul-Pedagang Besar-Pedagang Kecil-Konsumen.

Biaya rata-rata tataniaga petani kayu manis sebesar Rp. 209 per Kg,. Biaya rata-rata tataniaga pengumpul kayu manis sebesar Rp. 675 per Kg. Biaya rata-rata tataniaga pedagang besar kayu manis Rp. 500 per Kg dan biaya rata-rata pemasaran pedagang kecil kayu manis sebesar Rp. 500 per Kg.

Margin pemasaran untuk petani kayu manis sebesar Rp. 4.382,5 per Kg. Margin pemasaran untuk pengumpul kayu manis sebesar Rp. 2.000 per Kg. Margin pemasaran untuk pedagang besar kayu manis sebesar Rp. 3.500 per Kg. Margin pemasaran untuk pedagang kecil kayu manis sebesar Rp. 3.000 per Kg

Saluran pemasaran kayu manis di Kecamatan Loksado adalah efisien. Jika ditinjau dari sudut pandang petani maka pola 1 (Petani – Konsumen) adalah yang lebih efisien karena petani mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, dan jika ditinjau dari sudut pandang lembaga pemasaran maka pola 2 (Petani – Pengumpul – Pedagang (Kandangan) – Konsumen) yang lebih efisien karena pada pola ini keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran lebih merata dan margin pemasarannya lebih kecil.

DAFTAR PUSTAKA

Kohls, R.L dan J.N. Uhl. 1990. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. New York : McMillan Publishing Company.

Kotler, Philip and Amstrong, Gary. 2001. Prinsip- Prinsip Pemasaran, jilid-1. Edisi-8. Erlangga, Jakarta.

Mubyarto., 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. Pustaka LP3ES, Jakarta

Soekartawi, 2002. Analisis Usaha Tani. UI – Press. Jakarta

Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Penerbit Universita Muhammadiyah Malang (UMM Press). Malang.