



## **ANALISIS PEMASARAN KULIT KAYU MANIS DI KECAMATAN LOKSADO KABUPATEN HULU SUNGAI SELATAN**

### **Raw Cinnamon Marketing in Loksado District, Hulu Sungai Selatan District**

**Candra Wahyu Pratama<sup>\*</sup>, Kamiliah Wilda dan Ahmad Yousuf Kurniawan**

Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat  
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

#### **ABSTRAK**

##### **Kata Kunci**

Analisis Pemasaran; Efisiensi;  
Margin Pemasaran; kulit kayu manis.

##### **Korespondensi**

Corresponding author  
E-mail:  
[candrawahyupratama222@gmail.com](mailto:candrawahyupratama222@gmail.com)

Diterima: Maret 2023,  
Disetujui: 12 Juni 2023,  
Diterbitkan on-line 30 Juni 2023

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran kulit kayu manis, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan serta efisiensi pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Loksado, Menganalisis biaya pemasaran dan margin pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Loksado. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Loksado Kabupaten Hulu Sungai Selatan yang dilaksanakan mulai dari bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Desember 2022. Data pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer dengan melakukan wawancara yang berpedoman pada daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun sebelumnya dan data sekunder yang diperoleh dari serta dinas/instansi dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Metode penarikan contoh pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling dan proporsional random sampling sehingga didapatkan sampel sebanyak 40 orang petani. Efisiensi pemasaran yang diperoleh dari hasil analisa efisiensi ekonomis dan efisiensi teknis, disimpulkan bahwa ketiga saluran pemasaran efisien. Biaya pemasaran yang paling besar terdapat pada saluran I yaitu sebesar Rp. 2.600/Kg dengan total margin pemasaran sebesar Rp. 40.000/Kg. Sedangkan biaya pemasaran yang paling kecil terdapat pada saluran II yaitu sebesar Rp. 1.900/Kg dengan total margin pemasaran sebesar Rp. 40.000/Kg. Pada saluran III biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 2.560/Kg dengan total margin pemasaran sebesar Rp. 58.333/Kg.

#### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara penghasil rempah utama di dunia. Rempah yang dihasilkan di Indonesia diantaranya adalah lada, pala, kulit kayu manis, vanili, dan cengkeh. Rempah-rempah dapat digunakan dalam bentuk segar atau kering untuk perasa, aroma, dan untuk pewarna

pada berbagai industri. Produk rempah Indonesia mempunyai daya saing yang tinggi karena memiliki keunggulan mutu dibandingkan dengan negara pesaing. Selain itu industri yang menggunakan rempah sebagai bahan bakunya mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 15 juta jiwa baik sebagai petani, karyawan industri,

maupun sebagai pedagang (Dewan Rempah Indonesia, 2007 dalam Hidayani N, 2012).

Kayu manis merupakan salah satu dari sepuluh produk ekspor rempah yang potensial. Tanaman kulit kayu manis yang dikembangkan di Indonesia sebagian besar adalah jenis *Cinnamomum burmanii* Blume. Kulit kayu manis merupakan salah satu tanaman multifungsi telah dikenal luas kegunaannya sebagai rempah pemberi cita rasa atau bumbu, hasil olahannya berupa minyak atsiri dan oleoresin yang banyak dimanfaatkan dalam dunia industri-industri. Jenis kulit kayu manis ini merupakan tanaman asli Indonesia. Selain *C. burmanii*, Indonesia pun masih memiliki beberapa jenis tanaman dari keluarga *Cinnamomum*, yaitu *C. Cassia* dan *C. cullilawan*. Namun kualitas kulitnya masih lebih rendah dibanding *C. Burmani* (Rismunandar dan Paimin, 2009).

Kalimantan Selatan merupakan salah satu provinsi pengembang tanaman kulit kayu manis jenis *C. Burmanii* dengan kualitas nomor dua setelah provinsi Sumatera. Kalimantan Selatan berada pada posisi kelima sebagai salah satu penghasil kulit kayu manis terbanyak dan terbaik di Indonesia (Redaksi, 2021). Beberapa daerah penghasil kulit kayu manis di Kalimantan Selatan adalah Loksado dan Padang Batung, dimana keduanya masuk dalam Kabupaten Hulu Sungai Selatan yang tepatnya berada di sepanjang punggung Pegunungan Meratus. Masyarakat Dayak Meratus merupakan produsen utama kulit kayu manis di provinsi ini. Daerah Kalimantan Selatan lainnya yang merupakan pengembang kulit kayu manis yaitu Kotabaru dan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Kawasan-kawasan tersebut memiliki potensi rempah-rempah yang sangat besar dan secara ekonomis dapat bersaing dengan produk kulit kayu manis dari daerah manapun (Wangsa dan Nuryati, 2006; BPS Kab. Hulu Sungai Selatan, 2004).

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 (Rezekiah et al, 2014).

### **Tujuan dan Kegunaan**

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka terdapat dua tujuan dalam penelitian ini Pertama untuk menganalisis saluran pemasaran kulit kayu manis, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan serta efisiensi pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Loksado. Kedua menganalisis biaya pemasaran dan margin pemasaran serta keuntungan pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Loksado. Adapun penelitian ini diharapkan berguna bagi beberapa Pertama bagi petani sendiri, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam pengembangan penjualan kulit kayu manis. Kedua bagi pembaca, sebagai dasar pemikiran untuk melanjutkan penelitian secara lebih mendalam di masa yang akan datang. Ketiga bagi penulis, penelitian ini sebagai sarana mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diterima pada perkuliahan terhadap permasalahan secara nyata.

### **METODE**

#### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Loksado Kabupaten Hulu Sungai Selatan. Penentuan wilayah penelitian ini dilakukan secara sengaja (Purposive Sampling). Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Desember 2022.

#### **Jenis Data dan Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer dengan melakukan wawancara yang berpedoman pada daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disusun sebelumnya. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari serta dinas/instansi,

referensi-referensi yang ada kaitannya dengan penelitian ini seperti Dinas Pertanian Kota Kandangan, Balai Penyuluh pertanian, BPS Kota Kandangan atau instansi dilokasi penelitian.

**Metode Pengambilan Contoh**

Metode penarikan contoh pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode purposive sampling untuk pengambilan tempat dan proporsional random sampling untuk pengambilan responden petani . Pengambilan sampel yang dipilih adalah petani kayu manis di Kecamatan Loksado yang tergabung di kelompok tani.

Tabel 1. Jumlah populasi anggota kelompok tani Desa Loksado dan Loklahung

No	Nama Kelompok Tani	Desa	Jumlah Anggota Kelompok Tani (orang)
1	Riam Brajang	Desa Loklahung	25
2	Sari alam	Desa Loklahung	30
3	Tani Makmur	Desa Loksado	20
Jumlah			75

Sumber : Pengolahan Data Primer 2022

Dari Tabel 1 dapat dilihat jumlah kelompok tani yang berada di Desa Loksado dan Loklahung sebanyak 3 kelompok tani dengan jumlah petani 75 orang. Jumlah sampel yang diambil di Desa Loklahung dan Desa Loksado sebanyak 40 orang. Untuk pengambilan sampel disetiap kelompok tani digunakan rumus:

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n \tag{1}$$

**Keterangan**

- ni = Jumlah sampel per kelompok tani
- Ni = Jumlah populasi per kelompok tani
- N = Jumlah total populasi per kelompok tani
- n = Besarnya sampel disetiap kelompok tani

Tabel 2. Pengambilan sampel anggota kelompok tani Desa Loksado dan Loklahung

No	Nama Kelompok Tani	Desa	Jumlah Anggota Kelompok Tani (orang)
1	Riam Brajang	Desa Loklahung	13
2	Sari alam	Desa Loklahung	16
3	Tani Makmur	Desa Loksado	11
Jumlah			40

Sumber : Pengolahan Data Primer 2022

Berdasarkan Tabel 2, sampel petani pada setiap desa diambil dengan menggunakan metode *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya

sedikit kemudian menjadi besar (Sugiyono, 2017).

Pengambilan sampel pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen juga dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Jumlah sampel pedagang pengumpul berjumlah 2 orang pedagang besar berjumlah 5 orang, dan pedagang pengecer berjumlah 5 orang.

**Analisis Data**

Untuk menjawab tujuan yang pertama adalah dengan menggunakan analisis deskriptif.

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui besarnya biaya dari setiap saluran pemasaran yang dilakukan maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$Tct = \sum ti \tag{2}$$

dengan:

Tct = Total Biaya pemasaran kayu manis (Rp)

$\sum ti$  = Jenis komponen biaya pemasarankulit kayu manis (Rp).

Untuk melihat besarnya margin pemasaran digunakan rumus (Zaino, 1987):

$$Mi = Hci - Hpi \tag{3}$$

dengan:

Mi = Margin pemasarankulit kayu manis (Rp/Kg)

Hci = Hargakulit kayu manis di tingkat pengumpul (Rp/Kg)

Hpi = Hargakulit kayu manis di tingkat produsen (Rp/Kg)

menghitung keuntungan pemasarankulit kayu manis (Sudiyono, 2002):

$$\pi = M - C \tag{4}$$

Dengan:

$\pi$  = Keuntungan pemasarankulit kayu manis (Rp/kg)

M = Margin pemasarankulit kayu manis

C = Biaya pemasaran (Rp/kg)

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

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \tag{5}$$

Dengan:  $L_p$  = Efisiensi pemasaran (%)

TBP = Total biaya pemasaran

TNP = Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumen (Rp/kg)

### Efisiensi Teknis

Untuk menghitung efisiensi teknis dari distribusi bawang merah masing-masing saluran pemasaran yaitu dengan menghitung rasio biaya pemasaran terhadap jarak tujuan pasar dengan menggunakan rumus: (Sudiyono, 2002).

$$\text{Efisiensi Teknis} = \frac{\text{Total biaya pemasaran}}{\text{Jarak}}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud adalah gambaran umum dari identitas diri yang dimiliki responden dan diambil melalui proses wawancara dengan bantuan kuesioner yang telah disiapkan. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, luas lahan yang diusahakan dan pengalaman berusahatani kulit kayu manis. Karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<b>Umur (tahun)</b>		
25 – 34	3	7,5
35 – 44	10	25
45 – 54	16	40
55 – 64	11	27,5
<b>Tingkat Pendidikan</b>		
SD	8	20
SLTP/Sederajat	19	47,5
SLTA/Sederajat	13	32,5
<b>Luas Lahan Yang Diusahakan (ha)</b>		
1 - 2	20	50
3 – 4	17	42,5
5 – 6	3	7,5
<b>Pengalaman Berusahatani kulit kayu manis</b>		
8 – 11	15	37,5
12 – 15	19	47,5
>15	6	15
<b>Jumlah</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Sumber: Pengolahan data primer, 2022

**Umur.** Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa responden paling banyak berada pada rentang usia 45-54 tahun yakni sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas petani yang menjalankan usahatannya berada pada rentang usia produktif. Sedangkan persentase umur

responden paling sedikit pada rentang usia 25-34 tahun yakni sebesar 7,5%.

**Tingkat Pendidikan.** Hasil penelitian menunjukkan mayoritas tingkat pendidikan SLTP/Sederajat yaitu sebesar 47,5%. Sedangkan tingkat pendidikan SD 20%, dan SLTA/Sederajat 32,5% dalam penerapan ide-ide baru yang didapat, tingkat pendidikan petani dapat mempengaruhi pola pikir petani.

**Luas Lahan yang Diusahakan.** Luas lahan yang diusahakan petani bervariasi mulai dari 1 sampai 6 ha. Tabel 1 menunjukkan bahwa luas lahan yang diusahakan petani relatif kecil yaitu 1 - 2 ha sebesar 50% petani. Sedangkan 42,5% petani memiliki luas lahan berkisar 3 - 4 ha, 7,5% petani memiliki luas lahan 5 – 6 ha.

### Pengalaman Berusahatani kulit kayu manis.

Tabel 1 menunjukkan bahwa diperoleh sebanyak 37,5% petani responden memiliki pengalaman berusahatani kulit kayu manis, petani yang memiliki pengalaman berusahatani kulit kayu manis 12 - 15 tahun sebesar 47,5% petani. Sedangkan petani yang memiliki pengalaman berusahatani >15 tahun sebesar 15%.

### Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan sebuah struktur bisnis yang terdiri atas organisasi-organisasi yang saling berkaitan dimulai dari tempat asal mula produk sampai penjual terakhir dengan maksud memindahkan produk serta kepemilikan ke pemakai terakhir, yaitu konsumen pribadi atau pengguna bisnis.

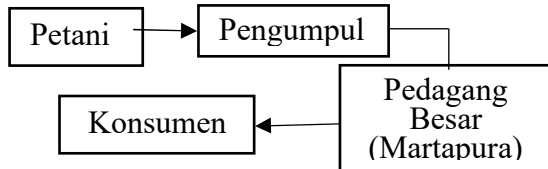
Berdasarkan hasil yang di dapat dilapangan, saluran pemasaran kulit kayu manis di Hulu Sungai Selatan terdiri dari beberapa lembaga pemasaran, sebagai berikut:

1. Petani adalah produsen primer yang menghasilkan kulit kayu manis sebagai pemasok awal bagi lembaga pemasaran selanjutnya.
2. Pedagang Pengumpul. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan hasil panen petani secara langsung. Pedagang pengumpul dapat mengambil hasil panen kulit kayu manis dari petani atau menunggu hasil panen tersebut diantarkan sendiri oleh petani dan kemudian menjualnya kepada pedagang besar dan pedagang pengecer.
3. Pedagang Besar. Pedagang besar adalah pedagang yang tidak mendapatkan pasokan langsung dari petani melainkan dari pedagang

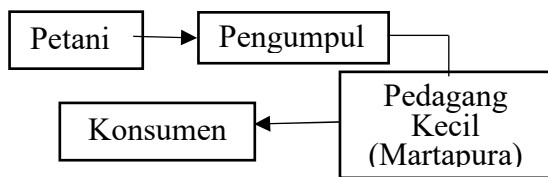
pengumpul, kemudian menjualnya ke pedagang pengecer. Peranan pedagang besar yaitu menyalurkan komoditi ke pedagang pengecer.

4. Pedagang Pengecer. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membelikuli kayu manis langsung dari pedagang besar kemudian menjualnya kepada konsumen akhir.

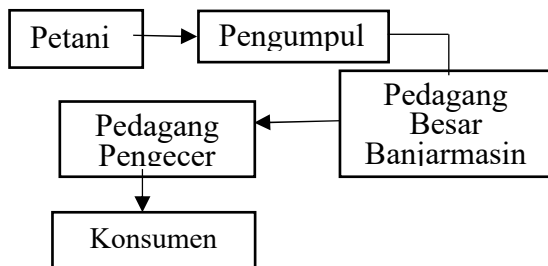
Saluran I



Saluran II



Saluran III



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Hulu Sungai Selatan

Sumber: Pengolahan Data Primer (2022)

### Saluran I

Saluran I mempunyai dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Para petani disini menjual kulit kayu manis mereka kepada pedagang pengumpul kemudian menjual ke pedagang besar. Pedagang besar pada saluran I ini berada di Pasar Batuah Martapura. Penentuan harga yang dilakukan pada pola saluran I dengan cara tawar-menawar antara pedagang pengumpul dan pedagang besar. Kulit kayu manis yang sudah dibeli akan dibawa kelapak atau kios penjualan pedagang besar di Pasar Batuah Martapura menggunakan mobil pick up. Pedagang besar yang ada di Pasar Batuah Martapura menjual kulit kayu manis ke konsumen akhir.

### Saluran II

Pola saluran pemasaran II juga mempunyai dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Petani disini sama dengan petani yang ada dirantai pemasaran pertama, yang membedakan pada saluran pemasaran pertama sebelumnya berupa pedagang yang membelikuli kayu manis dari pedagang pengumpul. Pada saluran kedua ini pedagang yang terlibat merupakan pedagang pengecer sedangkan pada saluran pertama pedagang yang terlibat merupakan pedagang pengumpul. Petani disini menjual kulit kayu manis mereka kepada pedagang pengumpul yang berasal dari loksado. Kulit kayu manis yang dibeli pedagang pengumpul dari petani dijual lagi kepada pedagang pengecer. Penjualan kulit kayu manis tersebut biasanya dilakukan pedagang pengumpul dengan cara mengantarkan kulit kayu manis ke tempat pedagang pengecer dengan menggunakan mobil pick up. Pedagang pengecer yang membelikuli kayu manis di tempat pedagang pengumpul biasanya sudah berlangganan.

### Saluran III

Pola saluran pemasaran III merupakan saluran pemasaran kulit kayu manis terpanjang daripada saluran pemasaran lainnya, rantai pemasaran terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Petani menjual kulit kayu manis ke pada pedagang pengumpul dalam bentuk kering. Pedagang pengumpul menjual kulit kayu manis ke pedagang besar yang berada di Pasar Lima Banjarmasin, dari pedagang besar menjual kembali kepada pedagang pengecer yang berada di Pasar Kalindo Banjarmasin untuk dijual kembali ke konsumen.

### Fungsi Pemasaran Saluran I

Pada saluran I ini tujuan akhir produk adalah pasar Martapura yang bejarak ± 127 km dari tempat tinggal pengumpul.

**Petani.** Pada saluran ini hanya melakukan fungsi pertukaran, yaitu kegiatan penjualan kulit kayu manis kepada pedagang pengumpul, petani biasanya menjual kulit kayu manis kepada pedagang pengumpul yang mana petani mengantarkan ke pedagang pengumpul tersebut, penentuan harga dilakukan dengan cara tawar-menawar antara petani dan pedagang pengumpul dengan mempertimbangkan tingkat kekeringan

kulit kayu manis, 177 sistem pembayaran yang diterapkan secara tunai atau langsung.

**Pedagang Pengumpul.** Pada saluran ini fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu berupa fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas.

### Fungsi Pemasaran Saluran II

Sama halnya dengan saluran I, pada saluran II ini juga berada di Pasar Martapura untuk tujuan akhir produk kulit kayu manis yang berjarak  $\pm 127$  km dari tempat tinggal pedagang pengumpul. Petani sebagai produsen menjual kulit kayu manis kepada pedagang pengumpul. Petani pada saluran ini hanya melakukan fungsi pertukaran yaitu kegiatan penjualan kulit kayu manis kepada pedagang pengumpul, petani biasanya menjual kulit kayu manis kepada pedagang pengumpul yang mana petani mengantarkan ke tempat pedagang pengumpul tersebut, penentuan harga dilakukan dengan cara tawar-menawar antara petani dan pedagang pengecer dengan mempertimbangkan tingkat kekeringan kulit kayu manis, sistem pembayaran yang diterapkan secara tunai atau langsung.

**Pedagang pengumpul.** Pada saluran ini berupa fungsi pertukaran, fisik dan fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul berupa kegiatan pembelian dan penjualan. Pedagang pengumpul membelikan kulit kayu manis dari petani, kulit kayu manis yang dibeli oleh pedagang pengumpul merupakan kulit kayu manis kering, kulit kayu manis yang dibeli pedagang pengumpul akan dijual kembali ke pedagang pengecer.

### Fungsi Pemasaran Saluran III

Pada saluran III merupakan saluran pemasaran kulit kayu manis terpanjang dibanding saluran sebelumnya, dimana tujuan akhir produk adalah pasar Lima Banjarmasin berjarak  $\pm 148$  km dari tempat tinggal pedagang pengumpul. Pada saluran III, disini terdapat tiga lembaga perantara yang terlibat dalam proses pemasaran kulit kayu manis yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Petani disini menjual kulit kayu manis kepada pedagang pengumpul, kulit kayu manis yang dibeli pedagang pengumpul dijual kembali kepada pedagang besar, dari pedagang besar dijual kembali kepada pedagang pengecer untuk dijual kembali ke konsumen.

Fungsi pemasaran yang dilakukan petani dan pedagang pengumpul pada saluran ini sama

halnya dengan saluran II sebelumnya, yang membedakan dimana pada saluran III ini terdapat pedagang besar yang berperan dalam kegiatan pemasaran kulit kayu manis. Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang besar meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.

**Pedagang Besar.** Pedagang besar adalah fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi pembelian dilakukan yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu dilakukan secara bebas atau tanpa kontrak.

**Pedagang pengecer.** Selanjutnya fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengecer pada saluran ini meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Fungsi pertukaran yang dilakukan pedagang pengecer meliputi kegiatan pembelian dan penjualan, dimana pedagang pengecer membelikan kulit kayu manis dari pedagang besar yang kemudian untuk dijual kembali kepada konsumen akhir, dalam melakukan fungsi pembelian pedagang pengecer biasanya sudah berlangganan dengan pedagang besar, dengan sistem pembayaran yang diterapkan secara tunai atau langsung.

### Efisiensi Ekonomis

Untuk mengetahui nilai efisiensi ekonomis yaitu dengan menghitung total biaya pemasaran dibagi harga jual produk dikali 100%. Dilihat nilai efisiensi ekonomis pada saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Nilai efisiensi ekonomis pada saluran pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Hulu Sungai Selatan, 2023

Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/kg)	Harga jual (Rp/kg)	Efisiensi Ekonomis (%)
Saluran I Pedagang Besar Martapura	3.350	80.000	4,18
Saluran II Pedagang pengecer Martapura	2.650	80.000	3,31
Saluran III Pedagang Besar dan Pedagang pengecer Banjarmasin	3.310	115.000	2,87

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer, 2023

Tabel 4 memperlihatkan ketiga saluran pemasaran kulit kayu manis di Kecamatan Hulu Sungai Selatan adalah efisien dari segi efisiensi ekonomis. Hal ini disebabkan oleh persentase dari ketiganya menunjukkan bahwa nilai

persentase efisiensi ekonomis tidak lebih dari 50%. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah pada saluran pemasaran yang nilai efisiensi ekonomis paling kecil yaitu saluran tiga.

**Efisiensi Teknis**

Untuk mengetahui nilai efisiensi yaitu dengan cara menghitung biaya pemasaran dibagi dengan jarak. Jarak disini adalah jarak yang ditempuh petani atau pedagang dari lahan petani di Kecamatan Hulu Sungai Selatan ke tempat lokasi kulit kayu manis di pasarkan. Nilai efisiensi teknis pada saluran I, II, dan ke III dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai efisiensi teknis pada saluran pemasaran kulit kayu manis di Hulu Sungai Selatan, 2023.

Saluraan Pemasaran	Jarak (Km)	Total Biaya (Rp/kg)	Efisiensi Teknis
Saluran I -Pedagang Besar Martapura	127	3.350	26,37
Saluran II -Pedagang pengecer Martapura	127	2.650	20,86
Saluran III -Pedagang Besar dan Pedagang pengecer Banjarmasin	148	3.310	22,36

Sumber: Hasil Pengolahan Data primer,2023

Dari Tabel 5, dapat dilihat bahwa semua saluran pemasaran menunjukkan efisiensi yang berbeda-beda. Sehingga dari perhitungan yang telah dilakukan, saluran pemasaran yang efisien yaitui pada saluran yang mempunyai nilai efisiensi teknis paling kecil yaitu saluran dua, sebab nilai efisiensi teknisnya lebih baik dibanding saluran lainnya. Artinya, biaya distribusi lebih murah sekaligus juga penerimaan lembaga lebih besar. Adapun yang menyebabkan besar kecilnya nilai efisiensi teknis ini adalah, alat transportasi yang digunakan, volume pengangkutan dan jarak pengangkutan. Alat transportasi yang digunakan dalam pendistribusian kulit kayu manis oleh petani dan lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran I, dan II keseluruhan menggunakan sepeda motor, sedangkan untuk saluran III pedagang besar menggunakan mobil pick up. Hal tersebut yang menyebabkan nilai efisiensi teknis saluran III lebih kecil dibanding saluran I dan II. Meskipun jarak yang ditempuh lebih jauh, volume pengangkutan saluran III lebih besar menggunakan mobil pick up dibandingkan sepeda motor. Semakin besar volume pengangkutan maka semakin efisien, artinya biaya yang dikeluarkan semakin kecil.

**Biaya dan Margin Pemasaran**

Proses mengalirnya barang atau produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Besarnya biaya pemasaran tergantung dari macam komoditi yang dipasarkan, lokasi pasar, macam lembaga dan efektivitas yang dilakukan. Untuk mengetahui besarnya biaya dan margin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada ke tiga pola saluran yang digunakan petani kulit kayu manis di Kecamatan Loksado dapat dilihat sebagai berikut:

**Saluran I**

Kegiatan pemasaran kulit kayu manis pada saluran I dilakukan oleh petani sebagai produsen kemudian menjual kepada pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang besar. Pedagang besar disini yaitu pedagang yang ada di Pasar Batuah Martapura. Adapun nilai rata-rata biaya dan margin pemasaran petani, pengumpul dan pedagang besar pada saluran pemasaran I dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rata-rata biaya dan margin pemasaran kulit kayu manis saluran I

Komponen	Nilai(Rp/Kg)	Biaya(Rp/Kg)	Share(%)
<b>Petani</b>			
Biaya Pemasaran		750	50%
- Pengangkutan		120	
- Karung		870	
Total Biaya Pemasaran			
Harga Jual	40.000		
<b>Pengumpul</b>			
Harga Beli	40.000		37,5%
Biaya Pemasaran			
- Pengangkutan		4.000	
- Karung		120	
- Total Biaya Pemasaran		4.120	
Harga Jual	70.000		
Margin bagian	30.000		
Keuntungan	28.280		
<b>Pedagang Besar Martapura</b>			
Harga Beli	70.000		12,5%
Biaya Pemasaran			
- Kanting Plastik		60	
- Penyusutan/Penanggungan Resiko		700	
- Total Biaya Pemasaran		760	
Harga Jual	80.000		
Margin bagian	10.000		
Keuntungan	9.240		

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Dapat dilihat pada Tabel 6, Total biaya pemasaran pada saluran I ini sebesar Rp. 5.750/Kg. Berdasarkan harga jual tersebut dapat

diketahui nilai margin yang ada pada setiap lembaga pemasaran. Adapun margin bagian pemasaran kulit kayu manis di tingkat pedagang pengumpul pada saluran I Rp. 30.000/Kg dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 25.880/Kg, sedangkan margin pemasaran kulit kayu manis di tingkat pedagang besar yang ada di pasar Batuah Martapura adalah sebesar Rp. 10.000/Kg dan keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 9.240/Kg, maka dengan demikian margin total pada saluran I adalah sebesar Rp. 40.000/Kg dan total keuntungan yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp. 36.320/Kg.

Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan pedagang besar karena pedagang pengumpul membeli kulit kayu manis dengan harga Rp. 40.000/Kg kemudian dijual dengan harga yang tinggi sebesar Rp. 70.000/Kg kepada pedagang besar, sedangkan pedagang besar membeli kulit kayu manis dengan harga Rp. 70.000/Kg dan dijual dengan harga Rp. 80.000/Kg.

Untuk bagian harga (share) yaitu didapatkan hasil bagian harga (share) yang diterima petani pada saluran I sebesar 50% dan harga (share) yang diterima pedagang pengumpul sebesar 37,5% dan bagian harga (share) yang diterima pedagang besar Martapura sebesar 12,5%.

Hasil tersebut berbeda dengan penelitian Rezekiah et al (2013) yaitu pada harga jual ke konsumen dimana penelitian sebelumnya yaitu sebesar Rp. 7.000/Kg sedangkan pada penelitian ini sebesar Rp. 80.000/Kg untuk di tingkat pedagang besar, total biaya margin pada penelitian sebelumnya yaitu sebesar Rp. 5.440/Kg sedangkan pada penelitian ini sebesar Rp. 40.000/Kg.

## Saluran II

Pada saluran II ini untuk petani dan pedagang pengumpul sama halnya dengan saluran I sebelumnya, bedanya adalah pedagang pengumpul pada saluran II bukan menjual kulit kayu manis pada pedagang besar, namun menjualnya ke pedagang pengecer. Inilah yang membuat adanya saluran kedua. Kegiatan pemasaran kulit kayu manis pada saluran II juga dilakukan oleh petani sebagai produsen kemudian menjual kepada pedagang pengumpul lalu dijual kembali ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer disini juga merupakan pedagang yang berada di Pasar Batuah Martapura. Biaya pemasaran kulit kayu manis

yang dikeluarkan pada saluran II oleh petani berupa biaya untuk pembelian bibit, untuk pedagang pengumpul biaya yang dikeluarkan adalah biaya pengangkutan dan biaya karung. Rata-rata nilai biaya dan margin pemasaran yang diperoleh petani, pengumpul dan pedagang pengecer pada saluran pemasaran II dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rata-rata biaya dan margin pemasaran kulit kayu manis saluran II

Komponen	Nilai(Rp/Kg)	Biaya(Rp/Kg)	Share(%)
<b>Petani</b>			
Biaya Pemasaran		750	50%
- Pengangkutan		120	
- Karung		870	
Total Biaya Pemasaran			
Harga Jual	40.000		
<b>Pengumpul</b>			
Harga Beli	40.000		37,5%
<b>Pedagang Pengecer Martapura</b>			
Harga Beli	70.000		12,5%
<b>Biaya Pemasaran</b>			
- Kanting Plastik		60	
- Total Biaya Pemasaran		60	
Harga Jual	80.000		
Margin bagian	10.000		
Keuntungan	9.240		
Total Biaya Pemasaran		2.650	
Total Margin Pemasaran		40.000	
Total Keuntungan Pemasaran	38.220		

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Dapat dilihat pada Tabel 7, Total biaya pemasaran pada saluran II ini sebesar Rp. 5.050/Kg. Berdasarkan harga jual tersebut dapat diketahui nilai margin yang ada pada setiap lembaga pemasaran. Adapun margin total pemasaran kulit kayu manis pada saluran II adalah sebesar Rp. 40.000/Kg dan total keuntungan yang diperoleh pada saluran II sebesar Rp. 37.020/Kg. Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan pedagang pengecer karena pedagang pengumpul membeli kulit kayu manis dengan harga Rp. 40.000/Kg kemudian dijual dengan harga yang tinggi sebesar Rp. 70.000/Kg kepada pedagang pengecer, sedangkan pedagang pengecer membeli kulit kayu manis dengan harga Rp. 70.000/Kg dan dijual dengan harga Rp. 80.000/Kg. Untuk penanggulangan resiko hanya berupa penyusutan karena kayu manis yang rusak masih laku untuk dijual dengan harga yang sama dengan kayu manis yang tidak rusak.



Untuk bagian harga (share) yaitu didapatkan hasil bagian harga (share) yang diterima petani pada saluran II sebesar 50% dan bagian harga (share) yang diterima pengumpul sebesar 37,5% dan bagian harga

Untuk perbandingan dengan penelitian Rezekiah *et al.* (2013). Pada pola saluran II Terdapat perbedaan harga yang sangat signifikan yaitu pada harga beli di tingkat pengumpul pada penelitian sebelumnya yaitu sebesar Rp. 5.000/Kg sedangkan pada penelitian saya untuk harga beli yaitu sebesar Rp. 40.000/Kg. Untuk harga beli di pedagang besar sebesar Rp. 7.500/Kg sedangkan harga beli pedagang pengecer Martapura dengan harga sekarang yaitu sebesar Rp. 70.000/Kg dan harga jual ke konsumen dari Rp.10.000/Kg menjadi Rp. 80.000/Kg. Untuk total margin pemasaran dari Rp. 8.440/Kg menjadi Rp. 40.000/Kg.

### Saluran III

Kegiatan pemasaran kulit kayu manis pada saluran III ini dilakukan oleh petani sebagai produsen kemudian menjual kepada pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang besar dan dari pedagang besar dijual lagi kepada pedagang pengecer kemudian dijual lagi sampai kepada konsumen akhir. Pedagang besar dan pedagang pengecer disini yaitu pedagang yang ada di Banjarmasin. Rata-rata nilai biaya dan margin pemasaran yang diperoleh petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer pada saluran pemasaran III dapat dilihat pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 8, margin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul pada pola saluran pemasaran III adalah Rp. 30.000/Kg dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 28.380/Kg, margin pemasaran di tingkat pedagang besar yang ada di Pasar Lima Banjarmasin sebesar Rp. 10.000/Kg dan keuntungan yang diperoleh pedagang besar pada saluran III ini sebesar Rp. 9.240/Kg, sedangkan margin pemasaran di tingkat pedagang pengecer yang ada di Pasar Kalindo Banjarmasin adalah sebesar Rp. 18.333/Kg dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp. 18.273/Kg. Maka dengan demikian margin total pada saluran III adalah sebesar Rp. 58.333/Kg dan total keuntungan yang didapat pada saluran III ini sebesar Rp. 55.893/Kg.

Tabel 8. Rata-rata biaya dan margin pemasaran kulit kayu manis pada saluran III

Komponen	Nilai(Rp/Kg)	Biaya(Rp/Kg)	Share(%)
<b>Petani</b>			34,78
Biaya Pemasaran		750	
- Pengangkutan		120	
- Karung		870	
Total Biaya Pemasaran			
Harga Jual	40.000		
<b>Pengumpul</b>			26,08
Harga Beli	40.000		
Biaya Pemasaran			
- Pengangkutan		1.500	
- Karung		120	
- Total Biaya Pemasaran		1.720	
Harga Jual	70.000		
Margin bagian	30.000		
Keuntungan	28.380		
<b>Pedagang Besar Banjarmasin</b>			8,69
Harga Beli	70.000		
Biaya Pemasaran			
- Kanting Plastik		60	
- Penyusutan/Penanggungan Resiko		700	
- Total Biaya Pemasaran		760	
Harga Jual	80.000		
Margin bagian	10.000		
Keuntungan	9.240		
<b>Pedagang Pengecer Banjarmasin</b>			65,21
Harga Beli	96.667		
Biaya Pemasaran			
- Kanting Plastik		60	
- Total Biaya Pemasaran		60	
Harga Jual	115.000		
Margin bagian	18.333		
Keuntungan	18.273		
Total Biaya Pemasaran		2.650	
Total Margin Pemasaran		58.333	
Total Keuntungan Pemasaran	55.893		

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan pedagang besar dan pedagang pengecer karena pedagang pengumpul membeli kulit kayu manis dengan harga Rp. 40.000/Kg kemudian dijual dengan harga yang tinggi sebesar Rp. 70.000/Kg kepada pedagang besar, sedangkan pedagang besar membeli kulit kayu manis dengan harga Rp. 70.000/Kg dan dijual dengan harga Rp. 80.000/Kg kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer membeli dengan harga Rp. 96.667/Kg dan dijual dengan harga Rp. 115.000/Kg. Untuk penanggungan resiko hanya berupa penyusutan karena kulit kayu manis yang rusak masih laku untuk dijual dengan harga yang sama dengan kulit kayu manis yang tidak rusak.

Untuk memperoleh bagian harga (share) yaitu dengan cara harga kulit kayu manis di tingkat produsen dibagi dengan harganya di tingkat pedagang pengecer dikalikan dengan 100%, maka didapatkan hasil bagian harga (share) yang diterima petani pada saluran I sebesar 34,78% dan bagian harga (share) yang diterima pedagang pengumpul sebesar 26,08% untuk bagian harga (Share) yang diterima pedagang besar Banjarmasin sebesar 8,69% sedangkan harga

(Share) di tingkat pedagang pengecer Banjarmasin sebesar 65,21%.

Untuk perbandingan dengan penelitian Rezekiah et al (2013) pada pola saluran III Terdapat perbedaan harga yang sangat signifikan yaitu pada harga beli di tingkat pengumpul pada penelitian sebelumnya yaitu sebesar Rp. 5000/kg menjadi Rp. 40.000/Kg. Untuk harga di tingkat pedagang besar Banjarmasin yaitu sebesar Rp. 7.500/Kg menjadi Rp. 70.000/Kg. Sedangkan pada harga di tingkat pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 10.000/Kg menjadi Rp. 96.667/Kg. Untuk margin pemasarannya yaitu sebesar Rp. 11.440/Kg menjadi Rp. 58.333/Kg.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemasarankulit kayu manis yang ada di Kecamatan Loksado terdapat tiga pola saluran pemasaran, yaitu:
  - a) Petani – Pengumpul – Pedagang Besar – Konsumen
  - b) Petani – Pengumpul – Pedagang Kecil – Konsumen
  - c) Petani – Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Kecil – KonsumenFungsi pemasaran yang dilakukan di setiap lembaga pemasaran meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Ketiga saluran pemasaran efisien dibandingkan saluran I dan II baik secara ekonomis maupun tertulis.
2. Biaya pemasaran yang paling besar terdapat pada saluran I yaitu sebesar Rp. 2.600/Kg dengan total margin pemasaran sebesar Rp. 40.000/Kg. Sedangkan biaya pemasaran yang paling kecil terdapat pada saluran II yaitu sebesar Rp. 1.900/Kg dengan total margin pemasaran sebesar Rp. 40.000/Kg. Pada saluran III biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 2.560/Kg dengan total margin pemasaran sebesar Rp. 58.333/Kg.

### Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini yaitu:

1. Bagi petani, dengan adanya saluran-saluran pemasaran dalam pemasarankulit kayu manis, diharapkan untuk lebih aktif dalam mengetahui informasi mengenai perkembangan harga pasar sehingga dapat

dipilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan serta dapat menciptakan saluran pemasaran yang efisien.

2. Bagi pemerintah, diharapkan dapat memberikan informasi pasar seperti harga untuk memudahkan petani dalam menetapkan harga penjualan kulit kayu manis.
3. Untuk penelitian selanjutnya untuk saluran pemasarankulit kayu manis dapat meneliti hingga proses pengolahankulit kayu manis menjadi bubuk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hidayani N, (2012). *Analisis Tataniaga kayu manis (Cynamomum burmanii BLUME) di Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi*. Bogor : Skripsi. IPB.
- Wangsa, R. dan S. Nuryati. 2006. Status dan Potensi Pasar kayu manis Organik Nasional dan Internasional. Laporan Penelitian. Aliansi Organik Indonesia. Bogor. Kementrian Pertanian. (2019). Komoditas tanaman tahunan dan semusim.
- Rezekiah, A.A., M. Helmi, dan Lolyta. 2014. Analisis Saluran Pemasaran kayu manis (Cinnamomumburmanii ) di Kecamatan Loksado, Kalimantan Selatan. E-Jurnal. <http://www.e-jurnal.com/2014/06/analisis-saluran-pemasaran-kulit-kayu.html?m=1>.
- Rismunandar dan F.B. Paimin. 2009. Kayu Manis : Budidaya dan Pengolahan. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Redaksi Esquire. 2021. Posisi Daerah Penghasil kayu manis Terbanyak di Indonesia. <https://www.esquire.co.id/5-daerah-penghasil-kayu-manis-di-indonesia/>.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta, CV.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.