

**ANALISIS PEMASARAN KAPULAGA DI JAWA TENGAH
DALAM UPAYA PENGEMBANGANNYA DI PROYEK PERHUTANAN SOSIAL
Studi Kasus di RPH Sapuran BKPH Ngadisono KPH Kedu Selatan**

Oleh

Okky Danuza *)

PENDAHULUAN

Latar Belakang dan Perumusan Masalah

Dalam pelaksanaan perhutanan sosial diterapkan sistem manajemen hutan dengan pola tanaman campuran antara jenis tanaman hutan dan tanaman pertanian. Tanaman pertanian pada umumnya adalah jenis tanaman yang tidak tahan naungan sehingga untuk masa yang akan datang diperlukan tanaman yang tahan naungan agar kelangsungan proyek ini terjamin dan penghasilan petani peserta terjamin.

Salah satu tanaman yang direkomendasikan untuk dikembangkan adalah kapulaga. Tanaman ini secara teknis tahan naungan dan dapat ditanam di lahan yang kurang subur. Sebelum dikembangkan secara besar-besaran perlu dilakukan analisis pemasaran.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari kondisi pemasaran kapulaga dari lokasi Perhutanan Sosial serta prospek pasar kapulaga di Jawa Tengah bagi pengembangan kapulaga lebih lanjut di kawasan perhutanan sosial.

METODA PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada proyek Perhutanan Sosial di RPH Sapuran, BKPH Ngadisono, KPH Kedu Selatan, Kabupaten Wonosobo. Penelitian dilaksanakan pada pertengahan bulan September 1990 sampai akhir bulan Nopember 1990.

Metoda Pengambilan Contoh

Penentuan responden tingkat petani dilakukan dengan metoda acak sederhana sedangkan untuk pedagang diambil seluruh populasi, yang terdiri dari pedagang tingkat desa, pedagang besar, exportir dan konsumen berupa pabrik jamu.

*) Mahasiswa S1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian IPB, dibawah bimbingan Ir. W.H. Limbong MS.

Metoda Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif dengan bantuan tabel dan grafik serta persamaan regresi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Penawaran

Perkembangan tanaman kapulaga di Jawa Tengah terlihat adanya peningkatan luas areal kapulaga yang dibarengi dengan penurunan produksi. Pengamatan di lapangan menunjukkan adanya suatu perbedaan motivasi yang mencolok dimana sebagian petani dan instansi pemerintah termasuk Perhutani masih terkena "Demam Kapulaga", bersemangat untuk menanam kapulaga, sementara petani kapulaga yang lama membiarkan tanamannya tidak terurus.

Kabupaten Wonosobo sebagai salah satu daerah pengembangan kapulaga mengalami kenaikan baik luas, produksi maupun jumlah petani. Melihat kecenderungan ini maka dapat diperkirakan bahwa suplai kapulaga akan terus meningkat.

Penawaran kapulaga dari Wonosobo banyak dipengaruhi oleh harga kapulaga, harga tanaman obat lain dan biaya faktor produksi, sedangkan di Purworejo sebagai daerah yang sudah lama menanam kapulaga, petani malah mulai membongkar tanaman kapulaganya karena harga terlalu rendah.

2. Analisis Permintaan

Perkembangan permintaan pabrik jamu jauh lebih stabil dibanding dengan permintaan ekspor. Dilihat dari fungsi kecenderungan ternyata permintaan pabrik jamu meningkat, sementara ekspor Jawa Tengah walaupun menunjukkan kecenderungan yang meningkat tetapi terlihat pada tahun 1989 menurun secara drastis.

Permintaan pabrik jamu terhadap kapulaga lebih banyak dipengaruhi oleh pertumbuhan industri jamu itu sendiri dibandingkan dengan harga-harga. Baik harga bahan jamu lain maupun harga kapulaga dapat dikatakan tidak mempengaruhi permintaan pabrik jamu terhadap kapulaga. Hal ini karena kedudukan kapulaga yang merupakan bahan baku penting dan hampir tidak dapat digantikan.

Pemintaan luar negeri terhadap kapulaga Indonesia sangat ditentukan kondisi internasional. Ekspor Indonesia akan meningkat jika ada gangguan supply di negara produsen utama, kapulaga Indonesia kalah bersaing dari segi kualitas dengan kapulaga negara produsen lain.

3. Saluran, Margin dan Struktur Pemasaran

Secara umum terdapat enam pelaku tataniaga kapulaga di Jawa Tengah, yaitu, pedagang desa, pedagang kecamatan, pedagang besar, pabrik jamu, dan eksportir. Dari keenam pelaku ini terdapat enam pola pemasaran kapulaga dari lokasi Perhutanan Sosial, yaitu :

Pola I : (40 %)

Petani (kering) ----> Pedagang desa ---->> Pedagang Kecamatan
----> Pedagang Besar ----> Pabrik Jamu/Eksportir.

Pola II : (15 %)

Petani (basah) ----> Pedagang desa (kering) ----> Pedagang Kecamatan
----> Pedagang Besar ----> PabrikJamu/Eksportir

Pola III : (15 %)

Petani (belum dipipil) ----> Pedagang desa (kering) ---->
Pedagang Kecamatan ----> Pedagang Besar ----> Pabrik Jamu/
Eksportir

Pola IV : (15 %)

Petani (kering) ----> Pedagang Kecamatan ----> Pedagang Besar
----> Pabrik Jamu/Eksportir

Pola V : (10 %)

Petani (kering) ----> Pedagang Besar ----> Pabrik Jamu/
Eksportir

Pola VI : (15 %)

Petani ----> Pedagang desa ----> Pedagang Besar ----> Pabrik
Jamu/Eksportir.

Dilihat dari margin total ternyata Pola II memiliki margin yang paling besar (66,67 %). Margin terendah terjadi pada pola V, yaitu hanya 20 %. Pada pola yang paling umum, yaitu Pola I margin tataniaga paling besar diperoleh pedagang besar (20 %). Untuk pola-pola margin lain tataniaga paling besar diperoleh pedagang desa.

Komponen biaya tataniaga yang paling besar adalah penyusutan. Biaya tataniaga berkisar antara 13 % (Pola V) sampai 25,95 % (Pola III) sementara untuk Pola I yang merupakan pola paling umum biaya tataniaga adalah 18,7 % dengan pedagang besar menanggung paling banyak (13 %).

Dibandingkan dengan biaya ternyata margin keuntungan merupakan bagian yang dominan, secara umum margin keuntungan adalah 1,51 kali biaya tataniaga. Dibandingkan dengan total pengeluaran masing-masing pedagang maka dapat dikatakan setiap pedagang kapulaga rata-rata mendapat keuntungan 69 %. Jika dilihat sebaran keuntungan maka pedagang desa mendapatkan keuntungan paling besar disusul pedagang Kecamatan dan pedagang besar. Rasio margin keuntungan dengan margin biaya dan dengan pengeluaran terkecil terjadi pada Pola V. Ternyata Pola ini juga memiliki *farmer's share* paling besar (80 %) dan margin total paling kecil (20 %) sehingga menjadikan pola ini merupakan pola terbaik bagi kepentingan petani dan juga pola yang paling efisien dari segi margin tataniaga.

Pemasaran kapulaga di Jawa Tengah dikuasai oleh para pedagang besar, mereka adalah sumber informasi dan sekaligus penentu harga. Struktur pasar yang dihadapi petani adalah oligopsoni walaupun sepintas tampak seperti pasar persaingan sempurna. Keadaan pasar yang demikian menempatkan petani pada posisi yang lemah.

4. Analisis Harga

Dengan menggunakan trend linear ternyata harga kapulaga mengalami penurunan kecuali untuk harga ekspor Indonesia yang mengalami kenaikan yang tidak nyata. Memperhatikan perkembangan harga terlihat bahwa harga tertinggi terjadi pada tahun 1985, untuk ekspor tercatat tahun 1986 yang sebenarnya juga terjadi pada tahun 1985 karena data ekspor data saat realisasi ekspor bukan data saat transaksi ekspor.

Melihat pergerakan harga bulanan ternyata pengaruh musim cukup kuat dalam penentuan harga. Kecenderungan harga akan naik pada saat musim kemarau karena pada musim ini panen kapulaga berkurang. Untuk Kabupaten Wonosobo pola pergerakan ini terlihat tidak terlalu dipengaruhi oleh musim hal ini karena di Wonosobo pengaruh pertambahan luas areal memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap produksi dan pola pergerakan harga bulanan yang ada sekarang merupakan pola yang belum stabil.

Dari keterangan yang dikumpulkan menunjukkan bahwa harga kapulaga banyak dipengaruhi oleh pasaran internasional, dan pedagang besar dalam menentukan harga berpatokan pada pasar internasional. Harga kapulaga Indonesia hanya akan naik jika permintaan luar negeri terhadap kapulaga Indonesia meningkat, sementara kapulaga Indonesia mendapat saingan dari negara produsen lain yang mempunyai kualitas yang lebih baik terutama Muangthai. Suatu indikasi yang mengkhawatirkan ditemukan oleh kalangan pedagang besar dan eksportir adalah bahwa permintaan atas kapulaga kita akan meningkat jika terjadi gangguan produksi di negara produsen lain terutama Muangthai.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Produksi kapulaga akan terus meningkat sementara permintaan oleh pabrik jamu relatif stabil dan permintaan ekspor sangat fluktuatif sehingga harga tidak stabil. Pemasaran kapulaga di Jawa Tengah dikuasai oleh pedagang besar. Pasar yang dihadapi petani berstruktur oligopsoni.

Berdasarkan analisa pemasaran yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kapulaga masih mempunyai harapan untuk dikembangkan di Perhutanan Sosial walaupun tidak dapat didudukkan sebagai tanaman sumber penghasilan utama. Beberapa rekayasa aspek pemasaran diperlukan untuk menjamin keberhasilannya.

Saran

Dalam upaya pengembangan kapulaga di Perhutanan Sosial diajukan beberapa alternatif pola pengembangan, yaitu (1) Pembentukan lembaga pemasaran bersama; (2) Kerja sama dengan pabrik jamu; (3) Pengembangan jenis kapulaga sabrang yang kualitasnya lebih tinggi daripada jenis lokal yang kini biasa ditanam petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahl, C. dan Jerome W. Hammond. 1977. Market and Price Analysis : The Agricultural Industri. Mc Graw-Hill Book Company. New York.
- Kotler, Philip. 1989. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Limbong, Wilson H. dan Panggabean Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Perum Perhutani. 1990. Pedoman Agroforestry dalam Program Perhutanan Sosial. Perum Perhutani. Jakarta.
- Purcell, Wayne. 1979. Agricultural Marketing : System, Coordination, Cash and Futures Prices. Reston. Publishing Company Inc. Virginia.
- Santoso, Hieronymus Budi. 1988. Kapulaga. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.