

ANALISIS PEMASARAN GAHARU DI PULAU LOMBOK
MARKETING ANALYSIS OF ARWOOD IN LOMBOK ISLAND

Eka Nurmindia Dewi Mandalika^{1*}

^{1*}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram
Email: ekanurmindadm@unram.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing channel and the efficiency level of marketing of gaharu on Lombok Island. This research was conducted in four regions: West Lombok Regency, North Lombok Regency, Central Lombok Regency, and Mataram City. The respondents consisted of four people: three district-level collectors and one exporter. Determining marketing agency respondents is done using the "Snowball Sampling" method. The analysis tool used is profit analysis of marketing institutions and analysis of marketing efficiency. The results of this study indicate that there are three marketing channels for Lombok Island agarwood. The profits of each marketing agency for the Lombok Island agarwood from November to December 2012 amounted to Rp. 2,125,000 per kilogram for Regency collectors and Rp. 364,400,000 per kilogram for agarwood exporters. Looking at the great potential of the agarwood commodity from Lombok Island, further research is needed to determine the development of the marketing of agarwood on Lombok Island.

Keywords: *Marketing Analysis, Agarwood, Lombok Island*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan tingkat efisiensi pemasaran gaharu di Pulau Lombok. Penelitian ini dilakukan di empat wilayah yaitu Kabupaten Lombok Barat, Kabupaten Lombok Utara, Kabupaten Lombok Tengah, dan Kota Mataram. Jumlah responden terdiri dari empat orang terdiri dari tiga orang pedagang pengumpul tingkat Kabupaten dan seorang eksportir. Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dilakukan dengan metode "Snowball Sampling". Alat analisis yang digunakan adalah analisis keuntungan lembaga pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga jenis saluran pemasaran gaharu Pulau Lombok. Keuntungan masing-masing lembaga pemasaran gaharu Pulau Lombok periode November-Desember 2012 adalah Rp.2.125.000 perkilogram untuk pedagang pengumpul Kabupaten dan Rp. 364.400.000 perkilogram untuk eksportir gaharu. Dengan melihat potensi yang besar dari komoditas gaharu dari pulau Lombok maka di perlukan penelitian lanjutan untuk mengetahui perkembangan pemasaran gaharu Pulau Lombok.

Kata kunci: Analisis Pemasaran, Gaharu, Pulau Lombok

PENDAHULUAN

Gaharu sebuah nama komoditi hasil hutan non kayu yang saat ini menjadi perbincangan banyak kalangan. Dilihat dari wujud dan manfaatnya gaharu memang sangat unik. Gaharu sebenarnya sebuah produk yang berbentuk gumpalan padat berwarna coklat kehitaman sampai hitam dan berbau harum yang terdapat pada bagian kayu atau akar tanaman pohon inang (*Aquilaria sp.*) yang telah mengalami proses perubahan fisika dan kimia akibat terinfeksi oleh sejenis jamur. Dari sisi manfaat, gaharu sejak zaman dahulu kala sudah digunakan baik oleh kalangan elit kerajaan, maupun masyarakat dalam bentuk dupa untuk acara ritual dan keagamaan, pengharum tubuh dan ruangan, bahan kosmetik dan juga sebagai bahan obat-obatan sederhana. Gaharu dengan demikian mempunyai nilai sosial, budaya, dan ekonomi yang cukup tinggi (Siran, 2011).

Indonesia merupakan salah satu negara pengeksportir utama komoditas gaharu. Menurut data dari Asosiasi Pengusaha Eksportir Gaharu Indonesia (Asgarin) pada tahun 2021 kuota ekspor Indonesia untuk gaharu jenis *Aquilaria spp*, *Aquilaria filaria*, dan *Gyrinops spp* masing-masing mencapai 101.000 kg, 490.010 kg, dan 3.000 kg. Berdasarkan pengambilan dan pengenalan gaharu di Indonesia sesuai dengan pembagian terhadap Kuota pengambilan Tumbuhan Alam dan penangkapan Satwa Liar yang diterbitkan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI melalui Direktorat Jenderal Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem (KSDAE) dibagi dalam tiga jenis dan wilayah pengambilan gaharu antara lain *Aquilaria Malaccensis* ditetapkan untuk wilayah pengambilan di Pulau Sumatera dan Pulau Kalimantan. *Aquilaria Filaria* ditetapkan pada wilayah pengambilan di Pulau Papua, Papua Barat, sebagian Wilayah Maluku dan Wilayah Sulawesi. *Gyrinops Spp* ditetapkan untuk wilayah pengambilan di Pulau NTT, NTB, sebagian Wilayah Maluku dan Wilayah Sulawesi (Asgarin, 2021).

Di NTB khususnya di Pulau Lombok telah banyak mengembangkan gaharu jenis *Gyrinops Spp* dengan sistem budidaya dan juga alami dengan tujuan dipasarkan pada perdagangan lokal, nasional, maupun internasional. Gaharu yang dibudidayakan di Pulau Lombok tersebar di hampir seluruh Kabupaten dan Kota. Gaharu yang dihasilkan juga memiliki *grade-grade* tertentu sesuai dengan kualitasnya (Hasan dan Wahyuni, 2019).

Masalah pemasaran gaharu menjadi salah satu kajian yang akan di bahas lebih lanjut dalam pembahasan kali ini, dan penelitian yang di maksud berjudul “Analisis Pemasaran Gaharu Pulau Lombok”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis gaharu yang dipasarkan, saluran pemasaran, dan menganalisis tingkat efisiensi pemasaran gaharu di Pulau Lombok.

METODE PENELITIAN

Metode dan teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di Pulau Lombok dengan daerah penelitian yang ditentukan menggunakan metode “*purposive sampling*” atau yang juga dikenal sebagai pengambilan sampel penilaian, selektif atau subjektif, mencerminkan sekelompok teknik pengambilan sampel yang mengandalkan penilaian peneliti ketika datang untuk memilih unit (misalnya orang, kasus/organisasi, peristiwa, potongan data) yang akan dipelajari (Firmansyah, 2022). Pemilihan lokasi penelitian dilakukan berdasarkan kriteria bahwa di wilayah tersebut terdapat pedagang pengumpul gaharu atau pengusaha/eksportir gaharu.

Berdasarkan kriteria tersebut dipilih empat Kabupaten/Kota sebagai daerah sampel yaitu : (1) Kabupaten Lombok Utara, (2) Kabupaten Lombok Barat, (3) Kabupaten Lombok Tengah,

(4) Kota Mataram. Responden dalam penelitian ini adalah pedagang pengumpul yang menjual gaharu pada daerah penelitian yang telah ditentukan, dengan rincian yakni pedagang pengumpul gaharu di Kabupaten Lombok Barat, Lombok Utara, dan Lombok Tengah serta eksportir gaharu di Kota Mataram. Kemudian terdapat pula narasumber yang berasal dari instansi-instansi yang terkait dengan penelitian ini.

Penentuan responden untuk lembaga pemasaran dilakukan dengan metode “*Snow Ball Sampling*” yakni metode non random sampling yang menggunakan beberapa kasus untuk membantu mendorong kasus lain untuk mengambil bagian dalam penelitian, sehingga meningkatkan ukuran sampel. Pendekatan ini paling dapat diterapkan pada populasi kecil yang sulit diakses karena sifatnya yang tertutup, seperti perkumpulan rahasia dan profesi yang tidak dapat diakses (Brewerton & Millward, 2001). Sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah macam produk gaharu, lembaga pemasaran, konsumen, saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan, harga jual, omset, harga beli, dan volume pembelian.

Analisis Data

1. Produk Gaharu

Untuk mengetahui jenis gaharu Pulau Lombok yang di perdagangkan, digunakan analisis deskriptif.

2. Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui saluran pemasaran dilakukan analisis deskriptif yaitu dengan menggambarkan saluran pemasaran gaharu dari proses pasca panen hingga ke konsumen akhir

3. Keuntungan Lembaga Pemasaran

Untuk mengetahui keuntungan pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan rumus : $\pi = TR - TC$ (1)

Keterangan :

π = Keuntungan (Rp)

TR = Total *Revenue* (Rp)

TC = Total *Cost* (Rp)

4. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan indikator : margin pemasaran, distribusi keuntungan dan share harga.

a. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus : $MP = Pr - Pf$ (2)

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga konsumen akhir

Pf = Harga dari produsen

Kriteria keputusan :

$MP < 5\%$ maka margin pemasaran dianggap efisien

$MP > 5\%$ maka margin pemasaran dianggap tidak efisien

b. Distribusi Keuntungan

Besarnya distribusi keuntungan tiap saluran pemasaran dapat diukur dengan rumus :

$DK = \frac{((\pi/C) \text{ terendah})}{((\pi/C) \text{ tertinggi})} \times 100\%$ (3)

Keterangan :

DK = Distribusi keuntungan

π = Keuntungan pemasaran

C = Biaya pemasaran

Kriteria keputusan :

Jika $DK \geq 0,5$ berarti distribusi keuntungan antar lembaga pemasaran adil.

Jika $DK < 0,5$ berarti distribusi keuntungan antar lembaga pemasaran tidak adil.

c. Share Harga

Besarnya share harga yang diterima petani/penggarap (%) dan harga eceran, dapat dihitung dengan menggunakan rumus : $X = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$ (4)

Pr

Keterangan :

X = Share harga yang diterima produsen

Pf = Harga ditingkat produsen

Pr = Harga ditingkat Konsumen

Kriteria keputusan :

Jika $X > 60\%$ berarti pemasaran produk gaharu adil.

Jika $X \leq 60\%$ berarti pemasaran produk gaharu tidak adil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pemasaran Gaharu Pulau Lombok

Pada umumnya proses pemasaran gaharu di Indonesia dimulai dari pemungut gaharu atau petani penggarap yang menjual gaharu yang dihasilkannya kepada pedagang pengumpul desa, kecamatan atau kabupaten yang selanjutnya dijual ke pedagang besar (eksportir) di Ibu Kota atau Provinsi. Pedagang pengumpul terdiri dari pedagang perantara di desa yang langsung melakukan pembelian gaharu yang di peroleh dari pemungut maupun dari petani penggarap gaharu. Hasil pembelian dari pedagang perantara ini kemudian dikumpulkan oleh pedagang pengumpul di kecamatan atau kabupaten untuk selanjutnya dijual kepada eksportir karena adanya ikatan kontrak.

Pembelian meningkat apabila permintaan pasar terhadap gaharu tinggi, bahkan untuk mendapatkan jumlah yang diinginkan mereka menanamkan modal yang disalurkan melalui pedagang pengumpul ataupun secara langsung kepada pemungut untuk modal kerja mencari gaharu. Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) memiliki potensi yang sangat besar dalam kontribusi pemasaran gaharu di Indonesia. karena pulau Lombok dan Sumbawa merupakan salah satu daerah penghasil gaharu di Indonesia. Gaharu merupakan salah satu komoditas hasil hutan bukan kayu yang memiliki nilai jual sangat tinggi. Dari beberapa jenis pohon penghasil gaharu, jenis *Gyrinops Versteegii* adalah jenis gaharu yang memiliki perkembangan baik di Pulau Lombok.

Di Pulau Lombok peredaran gubal gaharu bukan hanya didominasi dari gaharu yang dihasilkan dari dalam Pulau Lombok saja, melainkan ada juga yang dipasok dari luar Pulau Lombok seperti dari Sumbawa, Nusa Tenggara Timur, Kalimantan, dan Irian Jaya. Gaharu di bedakan menjadi dua jenis yakni gaharu yang berasal dari alam dan gaharu yang dikembangkan dengan tehnik budidaya. Gaharu alam membutuhkan waktu minimal 10 tahun untuk pembentukan gubalnya. Dewasa ini jumlah gaharu yang dihasilkan oleh alam tidak dapat memenuhi permintaan pasar, sehingga untuk mencukupi jumlah permintaan tersebut dikembangkan berbagai macam inovasi sehingga terbentuklah gaharu budidaya. Gaharu yang dikembangkan dengan tehnik budidaya lebih cepat mendatangkan hasil, gubal dapat diperoleh dengan waktu minimal tiga tahun. dan tentunya dengan harga yang lebih rendah di dibandingkan dengan gaharu yang dihasilkan oleh alam.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap empat orang responden yakni pedagang pengumpul tingkat kabupaten dan seorang pengusaha/eksportir gaharu, diperoleh hasil bahwa para responden penelitian memperdagangkan gaharu dengan berbagai grade (Sasmuko, 2012). Untuk lebih jelasnya grade-grade gaharu Pulau Lombok yang diperdagangkan disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Jenis Gaharu Yang di Perdagangkan Oleh Pedagang Responden Di Pulau Lombok November-Desember 2012

Keterangan	Pedagang Pengumpul LOBAR	Pedagang Pengumpul KLU	Pedagang Pengumpul LOTENG	Pengusaha/ Eksportir
a. Gaharu Alam Grade 2	✓			✓
b. Gaharu alam Grade 3		✓		✓
c. Gaharu Budidaya Garde 1	✓			✓
d. Gaharu Budidaya Grade 2				✓
e. Gaharu Budidaya Grade 3	✓		✓	✓

Sumber: Data primer diolah, 2012

Dari data diatas dapat dilihat bahwa responden 1,2, dan 3 yang merupakan pedagang gaharu tingkat Kabupaten begitu juga dengan Responden 4 yang merupakan seorang pengusaha/eksportir gaharu menjual gaharunya dengan jenis yang berbeda-beda. Secara visual bentuk dan kriteria gaharu yang diperdagangkan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Klasifikasi Mutu Gubal Gaharu Pulau Lombok Yang Diperdagangkan

Jenis Gubal Gaharu	Kriteria	Gambar
Gubal gaharu alam grade 2	Gaharu berwarna hitam, bergaris putih sedikit, ukuran sedang, aroma tajam.	
Gubal gaharu alam kelas 2	Gaharu berwarna agak hitam bergaris putih lebih banyak, ukuran kecil-besar, aroma kurang tajam.	
Gubal gaharu Budidaya Grade 1	.Gaharu dominan berwarna coklat merata, ukuran kecil-besar, aroma tajam	
Gubal gaharu budidaya grade 2	Gaharu berwarna coklat kehitaman, ukuran kecil-besar, aroma agak tajam	
Gubal Gaharu budidaya grade 3	Gaharu berwarna coklat kekuningan bergaris putih lebih banyak, ukuran kecil-besar, aroma kurang tajam	

Sumber : Sasmuko (2012)

Dari gambar pada Tabel 2 diatas dapat dilihat perbedaan spesifikasi mutu gubal gaharu secara visual dan kriterianya. Harga untuk gubal gaharu alam dan budidaya juga memiliki perbedaan tergantung dengan gradenya. Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh jenis-jenis gaharu yang diperdagangkan di Pulau Lombok dan nilai rata-rata harga jual dan beli gubal gaharu dari pedagang tingkat kabupaten dan eksportir di Pulau Lombok, yaitu:

Tabel 3 Rata-rata Harga Jual dan Beli Gubal Gaharu Dari Pedagang Tingkat Kabupaten dan Eksportir di Pulau Lombok 2012

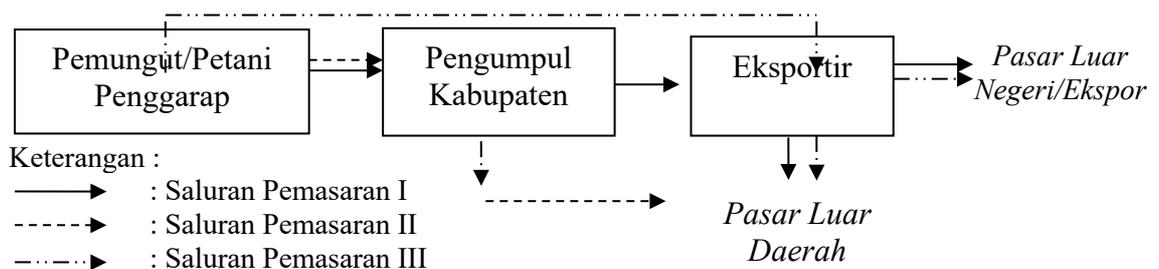
Gubal Gaharu	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
A. Alam		
- Grade 2 (Super AB)	1.000.000	2.000.000
- Grade 3 (Sabah Super)	500.000	1.250.000
B. Budidaya		
- Grade 1	2.000.000	3.000.000
- Grade 2	350.000	1.000.000
- Grade 3	100.000	350.000

Sumber : Data primer diolah, 2012

Dari hasil yang diperoleh diatas dapat dilihat bahwa harga jual dan beli gaharu sangat tinggi. Jumlah keuntungan yang diperoleh juga sangat menjanjikan. Para pedagang gaharu umumnya sudah memiliki pangsa pasarnya sendiri. Luasnya pangsa pasar yang dimiliki pedagang dalam proses pemasaran suatu produk juga sangat mempengaruhi jumlah keuntungan yang diperoleh, semakin luas pangsa pasarnya maka semakin besar pula peluang keuntungannya dan begitu juga sebaliknya.

Saluran Pemasaran Gaharu

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa saluran pemasaran gaharu Pulau Lombok ada tiga jenis saluran, saluran ini lebih jelasnya dapat dilihat dalam Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Saluran Pemasaran Gaharu Pulau Lombok

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa dalam proses pemasaran gaharu Pulau Lombok hanya melibatkan dua lembaga pemasaran, yaitu pedagang pengumpul tingkat Kabupaten dan eksportir gaharu.

Saluran I adalah saluran pemasaran gaharu Pulau Lombok yang dilakukan oleh dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul Kabupaten dan eksportir gaharu. Dalam saluran pemasaran ini pemungut/petani penggarap menjual gaharu hasil produksinya ke pedagang pengumpul Kabupaten karena antara petani penggarap dan pedagang pengumpul Kabupaten

sudah terjalin kerja sama sejak sekian lama. Kemudian pedagang pengumpul Kabupaten menjualnya kepada eksportir gaharu kemudian dari eksportir melanjutkan proses pemasaran gaharu tersebut hingga ke pasar luar daerah maupun ekspor ke luar negeri.

Saluran pemasaran II adalah saluran pemasaran yang melibatkan satu lembaga pemasaran pedagang pengumpul Kabupaten. Dalam saluran pemasaran ini pemungut/petani penggarap menjual hasil produksi gaharunya langsung kepada pedagang pengumpul Kabupaten. Saluran pemasaran III adalah saluran pemasaran yang melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu eksportir. Dalam saluran pemasaran ini pemungut/petani penggarap menjual langsung hasil produksi gaharunya ke eksportir tanpa melibatkan pedagang gaharu tingkat Kabupaten. Saluran pemasaran ini hanya terjadi apabila ada pesanan khusus dari eksportir mengenai gaharu yang diinginkannya.

Keuntungan Lembaga Pemasaran

Dalam pemasaran gaharu Pulau Lombok ada dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pemungut Kabupaten, dan pengusaha/eksportir. Kedua lembaga pemasaran tersebut juga memiliki keuntungannya masing-masing di dalam proses pemasaran gaharu Pulau Lombok. Berikut ini adalah tabel yang memperlihatkan nilai keuntungan masing-masing lembaga pemasaran pada saat penelitian yakni periode bulan November-Desember 2012.

Tabel 4. Keuntungan Lembaga Pemasaran Gaharu Pulau Lombok Bulan November-Desember 2012

Ket	Pedagang Pengumpul Kabupaten			Eksportir (Rp)
	K.LOBAR (Rp)	K.LU (Rp)	K. LOTENG (Rp)	
TR	15.500.000	3.000.000	1.250.000	995.000.000
TC	11.000.000	1.875.000	500.000	630.600.000
$\pi = TR-TC$	4.500.000	1.125.000	750.000	364.400.000
Total		6.375.000		364.400.000
Rata-Rata		2.125.000		364.400.000

Sumber: Data primer diolah, 2012

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa rata-rata nilai keuntungan dari kedua lembaga pemasaran tersebut memiliki perbedaan nilai yang sangat besar. Pedagang pengumpul tingkat Kabupaten memiliki rata-rata nilai keuntungan sebesar Rp. 2.125.000.- untuk bulan November-Desember 2012 dan terlihat jelas bahwa pengusaha/eksportir gaharu memiliki nilai keuntungan yang jauh lebih besar yakni Rp. 364.400.000.- untuk bulan November-Desember 2012. Nilai tersebut sangat jauh berbeda dengan pedagang tingkat Kabupaten. Hal ini terjadi karena biaya-biaya yang dikeluarkan oleh eksportir gaharu tidaklah sedikit, eksportir harus mengirim barang ke luar negeri dengan menggunakan *cargo* sehingga untuk pengemasan barang sangat diperhatikan agar barang yang dikirim tetap terjaga kualitasnya. Untuk proses pembayaran produk gaharu yang dikirim ke luar negeri menggunakan satuan *dollar* sehingga apabila di konversikan kedalam rupiah, maka nilainya menjadi sangat tinggi.

Selain keuntungan lembaga tadi, diperoleh juga nilai keuntungan produk per gradenya, data untuk nilai keuntungan produk pergradenya tersaji di dalam Tabel 5.

Tabel 5. Nilai Keuntungan Produk Per Grade Dalam Pemasaran Gaharu Pulau Lombok Bulan November-Desember 2012

Gubal Gaharu	Pedagang Pengumpul Kab LOBAR Rp/Kg	Pedagang Pengumpul Kabupaten LU Rp/Kg	Pedagang Pengumpul Kabupaten LOTENG Rp/Kg	Rata-rata per Kg produk Ped. Pengumpul Rp/Kg	Rata-Rata per Kg produk Pengusaha /eksportir Rp/Kg
GA.2	521,740	-	-	521,740	986,666
GA.3	-	-	-	-	736,667
GB.1	521,740	375,000	-	448,370	986,666
GB.2	-	-	-	-	636,667
GB.3	-228,260	-	150,000	-78,260	186,667

Sumber: Data primer diolah, 2012

Berdasarkan data pada tabel diatas maka dapat dilihat bahwa nilai kuntungan rata-rata untuk produk gaharu berbeda-beda. Nilai kuntungan rata-rata yang berbeda antara pedagang pengumpul di Tingkat Kabupaten dan nilai rata-rata eksportir. Untuk gaharu yang gradenya sama pun nilai keuntungan rata-rata yang diperoleh juga berbeda, seperti pada gaharu alam kelas 2 untuk pedagang pengumpul Kabupaten memiliki nilai keuntungan rata-rata perkilogramnya sebesar Rp. 521.740.- sedangkan keuntungan rata-rata di tingkat eksportir memiliki nilai keuntungan rata-rata sebesar Rp. 986,666.-. Kemudian hal yang sama terjadi pula untuk gubal budidaya grade 1 yang nilai keuntungan rata-rata di tingkat pedagang kabupaten sebesar Rp 448,370.- dan nilai rata-rata di tingkat eksportir yaitu senilai Rp. 986,666.- dan hal tersebut juga terjadi pada gaharu budidaya grade 3 dengan nilai keuntungan rata-rata perkilogramnya adalah sebesar Rp. -78,260.- dan nilai keuntungan rata-rata ditingkat eksportir adalah sebesar Rp. 186,667.-. nilai keuntungan rata-rata per kilogram garaharu budidaya grade 3 di tingkat pedagang pengumpul memang masih kurang,oleh karena itu untuk grade ini pedagang membelinya dengan jumlah yang lebih banyak dari grade lainnya agar dapat menghindari kerugian.

Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran gaharu Pulau Lombok digunakan tiga jenis indikator yaitu : margin pemasaran, distribusi keuntungan, dan share harga.

Margin Pemasaran

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai margin pemasaran gaharu Pulau Lombok yang dapat dilihat dalam Tabel 6. Secara keseluruhan margin pemasaran gaharu Pulau Lombok memiliki nilai yang cukup besar. Nilai margin pemasaran gaharu diatas tidak dapat dikatakan efisien ataupun tidak efisien karena melihat sifat gaharu sebagai barang superior, karena walaupun nilai margin pemasaran gaharu Pulau Lombok tidak efisien, hal tersebut tidak mempengaruhi jumlah permintaan produk gaharu baik dalam pasar luar daerah Lombok maupun pasar luar negeri/ekspor. Ini membuktikan bahwa gaharu merupakan barang superior yang jumlah permintaannya akan terus meningkat walaupun harga barang tersebut semakin lama semakin tinggi.

Tabel 6. Margin Pemasaran Gaharu Pulau Lombok November-Desember 2012

Jenis Produk Gaharu	Grade	Harga Beli/kg (Pf)	Harga Jual/kg (Pr)	Margin Pemasaran (MP)
Gubal		Rp	Rp	Rp
a. Alam	2	1.000.000	2.000.000	1.000.000
	3	500.000	1.250.000	750.000
a. Budidaya	1	2.000.000	3.000.000	1.000.000
	2	350.000	1.000.000	650.000
	3	100.000	300.000	200.000

Sumber: Data primer diolah, 2012

Distribusi Keuntungan

Dalam penelitian ini distribusi keuntungan yang dimaksud adalah perbedaan keuntungan lembaga pemasaran pada saluran pemasaran yang ada. Sehingga merata atau tidaknya distribusi keuntungan dapat diketahui dengan membandingkan rasio keuntungan masing-masing lembaga pemasaran tersebut. Dari dua lembaga pemasaran yang ada, diperoleh nilai distribusi keuntungan nilai pemasaran yang dapat dilihat dalam Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Keuntungan Pemasaran Gaharu Pulau Lombok 2012

Variabel	Lembaga Pemasaran	
	Pedagang Pengumpul Kabupaten (Rp)	Eksportir (Rp)
π (Keuntungan Pemasaran)	19.750.000	995.000.000
C (Biaya Pemasaran)	13.375.000	630.600.000
π/C	1,48	1,58
Distribusi Keuntungan (DK)		0,94

Sumber : Data Primer diolah, 2012

Dari nilai distribusi keuntungan yang diperoleh diatas di peroleh nilai DK sebesar 0,94. Nilai tersebut menyatakan bahwa nilai distribusi keuntungan pada lembaga pemasaran adil karena sesuai dengan kriteria keputusan yaitu apabila nilai $DK > 0,5$ maka distribusi keuntungan antar lembaga pemasaran tersebut adil. Nilai DK sangat dipengaruhi oleh besarnya nilai keuntungan yang diperoleh dan nilai biaya pemasaran yang dimiliki masing-masing lembaga pemasaran. Dalam hal ini terlihat bahwa eksportir memiliki nilai keuntungan dan biaya pemasaran yang sangat besar, jumlah volume penjualan yang dimiliki oleh eksportir sangat mempengaruhi jumlah keuntungannya dan begitu pula dengan jumlah biaya yang harus dikeluarkan. Namun walaupun jumlah yang dihasilkan oleh pedagang pengumpul Kabupaten jauh lebih kecil dibandingkan dengan eksportir gaharu, hal tersebut tidak membuat pedagang pengumpul Kabupaten berhenti melakukan usaha gaharu, karena gaharu merupakan komoditas yang memiliki sifat superior, sehingga walaupun jumlah produknya sedikit dan harganya tinggi, permintaan gaharu di pasar dalam maupun luar negeri tetap tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Produk gaharu (gubal) yang dijual di pulau Lombok adalah Gubal alam (grade II dan III) dan gubal budidaya (grade I,II dan III).
2. Terdapat tiga saluran pemasaran dalam proses pemasaran gaharu Pulau Lombok yang melibatkan dua lembaga pemasaran.
3. Keuntungan masing-masing lembaga pemasaran gaharu Pulau Lombok periode November-Desember 2012 adalah Rp. 2.125.000.- perkilogram dan untuk ekspor gaharu memiliki nilai keuntungan sebesar Rp. 364,400,000.- perkilogram gaharu.

Saran

Perlu dibentuk suatu unit pengelolaan hasil produksi gaharu yang dihasikan pemungut/petani penggarap yang dapat membantu petani dalam mengelola usahatani mereka. Unit usaha ini dapat berupa koperasi yang membantu petani dalam hal pinjaman modal, perlengkapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses produksi gaharu, pembukaan akses pasar yang lebih luas, pengelolaan hasil produksi dari mulai memproduksi hingga pasca panen, serta dapat memberikan informasi tentang perkembangan harga gaharu di pasar. Dengan ini diharapkan petani/pemungut gaharu bisa mendapatkan harga yang lebih baik untuk hasil produksi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Brewerton, P. M., & Millward, L. J. (2001). *Organizational research methods: A guide for students and researchers*. Sage.
- Firmansyah, D. dan Dede., 2022. Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* Vol.1, No.2 2022: 85-114
- Hasan, A.L. dan Wahyuni. R., 2019. Potret Pembudidayaan Gaharu Di Lombok Utara (*Portrait Of Agarwood Cultivation In North Lombok*). Prosiding Seminar Nasional dan *Call for Papers* "Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX" 19-20 November 2019, Purwokerto.
- Pengurus Asosiasi Gaharu Indonesia (2021). Pengenalan Jenis Gaharu Di Indonesia . <https://www.dpr.go.id/dokakd/dokumen/K4-RJ-20210916-084600-5926.pdf>, [02 September 2022].
- Sasmuko. S.A., 2012. Kajian Penyempurnaan Standarisasi Mutu Gaharu Nusa Tenggara Barat Jenis *Gyrinops Versteegii* Dalam Perdagangan. Thesis. Program Magister Pengelolaan Sumberdaya Lahan kering. Universitas Mataram. Mataram.
- Siran. A.S., 2011. Perkembangan Pemanfaatan Gaharu. Puslitbang Konservasi dan Rehabilitasi. Bogor.