

**EFISIENSI PEMASARAN NILAM (*Pogostemon cablin*)
DI KABUPATEN BANYUMAS PROPINSI JAWA TENGAH**

***Marketing Efficiency of Patcholui (*Pogostemon cablin*)
in Banyumas Regency Central, Java Province***

Oleh:

Suyono dan Dwi Purwastuti

Fakultas Pertanian Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto.

Alamat korespondensi: Suyono (suyono100@gmail.com)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan mengevaluasi efisiensi pemasaran nilam di Kabupaten Banyumas Propinsi Jawa Tengah dengan menggunakan pendekatan struktur, perilaku, dan kinerja pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah survai, dengan teknik penentuan sampel "*Multistage Random Sampling*". Sampel petani 68 responden, pedagang pengumpul enam responden, dan penyuling tiga responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan *Concentration Ratio index*, koefisien variasi, dan model integrasi pasar Ravallion. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: struktur pasar nilam di tingkat penyuling untuk lingkup Kabupaten Banyumas adalah oligopsoni longgar, sedangkan struktur pasar nilam di tingkat pengumpul dan petani oligopsoni kuat; terdapat dua saluran pemasaran nilam yaitu: petani - pengumpul - penyuling - agen - eksportir dan petani - penyuling - agen - eksportir; harga nilam di tingkat petani dan pengumpul ditentukan oleh pembeli; koefisien variasi harga nilam di petani dan pengumpul masing-masing sebesar 36,11% dan 27,13%, sedangkan koefisien variasi harga minyak nilam di penyuling sebesar 50,71%; tidak terjadi integrasi pasar antara pasar tingkat petani dengan pasar rujukan. Kesimpulan pemasaran nilam di Kabupaten Banyumas nampaknya belum berjalan secara adil dan efisien, sehingga pemerintah daerah perlu mengupayakan wadah kerjasama bagi produsen nilam dan minyak nilam serta memperbaiki iklim berusaha melalui penyebaran informasi harga nilam dan minyak nilam seluas mungkin.

Kata kunci: struktur, perilaku, kinerja, integrasi pasar

ABSTRACT

The aims of this research were to examine and evaluate the marketing efficiency of patchouli grown in Banyumas Regency Central Java Province, by using structure, conduct, and performance approach. The method of survey and multistage random sampling were used in this research. Subjects of this research were patchouli farmers, patchouli wholesale, and patchouli producers. The member of sample consisted of 68 farmers, six wholesales and tree patchouli producers. The data were analyzed using the concentration ratio index, coefficient of variation, and Ravallion market integration models. Results of this research indicated that the market structure of patchouli producer in Banyumas Regency was weak oligopsony while market structure in wholesale and at farm-gate level from buyers side were tight oligopsony. There were two marketing channel, i.e., farmer - wholesale - producer - agent - exportir and farmer - producer - agent - exportir. Patchouli price in farmer and wholesale level dominantly determined by buyers. The coefficient variation of patchouli price in farmer level was 36,11%; in wholesale was 27,13%; and in patchouli oil producer was 50,71%. There is no integration market between farmer market level with reference market. Therefore, it was concluded that patchouli marketing in Banyumas Regency was still considered unfair and inefficient, so local government needed to create producer association and improving business atmosfir that more competitive by widening the price information of patchouli and patchouli oil as wide as possible.

Key words: structure, conduct, performance, market integration

PENDAHULUAN

Minyak nilam (*Patchouly Oil*) merupakan salah satu komoditas ekspor yang potensial, sebagaimana dikatakan

oleh Indarto dan Mauludi (2004) bahwa ekspor produk tersebut memberikan kontribusi lebih dari 50% pada total nilai ekspor minyak atsiri Indonesia serta

Tabel 1. Data luas areal dan produksi nilam di Kabupaten Banyumas, 2003-2008

Tahun	Luas Areal Tanam (Ha)	Perkembangan (%)	Produksi Nilam Basah (Ton)	Perkembangan (%)
2004	100,0	-	548,2	-
2005	106,0	6,0	824,5	50,4
2006	281,6	165,7	1.223,1	48,3
2007	50,3	- 82,1	599,4	-51,0
2008	112,9	124,4	378,6	-36,8
Rata-rata	130,16	53,5	714,76	2,72

Sumber : Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Banyumas, 2008

menguasai sekitar 90% produksi minyak nilam dunia. Industri minyak atsiri juga merupakan industri strategis karena produk ini tidak dapat digantikan dengan produk sintetis. Namun demikian fenomena yang terjadi di lapang adalah tidak adanya kontinuitas pasokan bahan baku, ketidakefisienan proses produksi, dan terjadinya fluktuasi harga (Pardede, 2007).

Banyumas merupakan salah satu kabupaten potensial untuk tanaman nilam, diketahui luas areal tanam nilam periode enam tahun terakhir meningkat rata-rata lima puluh persen lebih (Tabel 1). Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa perkembangan luas areal tanam dan produksi total komoditas nilam basah di Kabupaten Banyumas sangat fluktuatif, tetapi pada periode enam tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang positif, yaitu untuk luas areal tanam naik rata-rata 53,5% dan untuk produksi hanya naik rata-rata 2,72%.

Fenomena fluktuasi jumlah produksi di pasar tersebut secara teoritis berkaitan erat dengan tingkat harga yang

diterima petani nilam. Perbandingan antara harga nilam dan harga input yang diterima petani akan langsung berpengaruh terhadap motivasi mereka dalam usahatani. Kotler (1997), menyatakan bahwa bagi produsen, harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting. Rhodes (1983) juga mengatakan bahwa harga sebagai isyarat (*signal*) umpan balik terhadap produksi bagi produsen produk pertanian.

Petani nilam di Kabupaten Banyumas umumnya menjual produk kepada pedagang pengumpul setempat dan hanya sebagian kecil yang langsung menjual ke penyuling. Kondisi ini disebabkan beberapa faktor antara lain: keberadaan penyuling terbatas, meniadakan biaya transpor penjualan, serta lebih praktis dan mudah. Namun demikian keberadaan pedagang pengumpul yang terbatas dapat mengakibatkan posisi tawar petani menjadi lemah, sehingga harga lebih ditentukan oleh pembeli. Perilaku pedagang dan penyuling yang demikian dapat mengakibatkan kinerja pasar di daerah

produsen kurang efisien. Berdasarkan fenomena tersebut, permasalahan penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut: (1) bagaimana struktur pasar nilam di daerah produsen, (2) bagaimana saluran pemasaran nilam dari petani sampai agen pengumpul minyak, (3) pihak mana yang dominan menentukan harga di pasar petani dan pasar pengumpul, (4) seberapa besar koefisien variasi harga daun nilam di daerah produsen dan harga minyak nilam di pasar rujukan, dan (5) bagaimana integrasi pasar antara harga nilam di pasar produsen dengan harga minyak nilam di pasar rujukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) struktur pasar nilam di daerah produsen, (2) saluran pemasaran nilam dari petani sampai agen pengumpul minyak, (3) pihak yang dominan menentukan harga di pasar petani dan pasar pengumpul, (4) koefisien variasi harga daun nilam di daerah produsen dan harga minyak nilam di pasar rujukan, dan (5) integrasi pasar antara harga di pasar produsen dengan harga di pasar rujukan.

METODE PENELITIAN

Metode survei deskriptif dan eksplanatasi digunakan dalam penelitian ini. Populasi yang dijadikan subyek dalam penelitian ini adalah petani daun nilam dan para pelaku pemasaran nilam meliputi: pedagang pengumpul, penyuling, dan

agen. Namun demikian fokus penelitian terutama mengenai aktivitas pemasaran nilam di tingkat petani, sehingga populasi utamanya adalah petani dan pedagang daun nilam di daerah produsen.

Jenis data meliputi data primer dan sekunder. Data primer meliputi: (a) data identifikasi petani nilam, (b) data identifikasi pedagang pengumpul, (c) data luas lahan, volume produksi tiap petani responden, (d) data volume pembelian pedagang di pasar tingkat petani, pengumpul, penyuling. (e) Khusus data primer mengenai pihak yang dominan menentukan harga daun nilam baik di tingkat petani maupun tingkat pengumpul, diperoleh dengan menanyakan kepada pihak yang menjual daun nilam, dalam hal ini yaitu petani dan pengumpul.

Data sekunder berupa data harga daun nilam periode bulanan selama tiga tahun terakhir, diperoleh dari penyuling minyak nilam serta dinas terkait khususnya Dinas Pertanian, Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Banyumas. Teknik pengumpulan data primer didapatkan melalui teknik wawancara.

Teknik penentuan sampel dilakukan sebagai berikut:

(1) untuk sampel petani nilam, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik "Multistage Random Sampling" dengan tahapan berikut (a) tahap pertama, penentuan sampel

kecamatan digunakan teknik *purposive*, yaitu dipilih dua kecamatan yang merupakan produsen utama yaitu Kecamatan Kedungbanteng dan Sumbang; (b) tahap kedua, untuk menentukan sampel desa, juga digunakan teknik *purposive*, yaitu dipilih dua desa yang merupakan produsen utama yaitu Desa Baseh dan Kalisalak untuk Kecamatan Kedungbanteng serta Desa Gandatapa dan Sikapat untuk Kecamatan Sumbang; (c) tahap ketiga, untuk menentukan jumlah sampel petani daun nilam di tiap kecamatan, digunakan metode sebagai berikut: berdasarkan hasil survai diketahui bahwa untuk musim tanam 2008, populasi petani nilam di Desa Baseh dan Kalisalak Kecamatan Kedungbanteng terbatas masing-masing 18 petani dan 16 petani, sehingga penentuan sampelnya dilakukan secara sensus. Untuk Kecamatan Sumbang di Desa Gandatapa dan Sikapat masing-masing terdapat 37 dan 31 petani, penentuan sampel ditentukan sebesar 50%, sehingga sampel desa Gandatapa 18 petani dan Desa Sikapat 16 petani. (2) untuk sampel pengumpul, penyuling dan agen, penentuan sampelnya dengan metode *Snowball Sampling*. Pada kasus ini sampel dipilih secara berangkai berdasarkan atas informasi yang diberikan oleh *unit sampling* (petani) yang telah terpilih sebelumnya. Untuk Kecamatan

Kedungbanteng dari 34 petani nilam, 31 diantaranya menjual kepada dua pedagang pengumpul dan hanya tiga petani yang menjual langsung kepada dua penyuling. Untuk Kecamatan Sumbang dari 34 petani nilam, 8 petani menjual ke pengumpul, 18 petani menjual ke penyuling dan 8 petani menjual ke penebas.

Analisis struktur pasar daun nilam dari sisi pembeli di daerah produsen digunakan parameter rasio konsentrasi, yaitu diukur melalui persentase penguasaan volume pembelian empat pelaku pasar terbesar dengan seluruh volume perdagangan pasar pada tingkat pasar yang sama. Rasio konsentrasi untuk empat pembeli terbesar (CR_4) digunakan formula sebagai berikut (BPS, 2000; Shepherd, 1997):

$$CR_4 = \frac{M_4}{M_n} \times 100\% \dots\dots(1)$$

Keterangan:

CR_4 = Rasio konsentrasi 4 pembeli terbesar

M_4 = Pangsa pasar dari 4 pembeli terbesar

M_n = Pangsa pasar dalam suatu pasar

Analisis perilaku penentu harga di pasar produsen dilakukan sebagai berikut, yang dimaksud pasar produsen dibatasi pada pasar tingkat petani dan pasar pengumpul. Selain itu responden pada masing-masing pasar juga dibatasi pada para penjual di masing-masing tingkatan pasar. Untuk pasar tingkat petani

respondennya adalah petani daun nilam yang menjual kepada pedagang pengumpul; sedangkan responden di pasar pengumpul adalah pedagang pengumpul yang menjual ke pedagang penyuling daun nilam. Pertanyaan yang diajukan adalah siapa/ pihak mana yang dominan menentukan harga dalam transaksi di pasar? Alternatif jawaban responden dari tiap tingkatan pasar disajikan dalam persentase, selanjutnya dapat dideskripsikan pihak yang dominan menentukan harga di pasar tingkat petani dan di pasar pengumpul.

Analisis fluktuasi harga daun nilam khususnya di pasar petani, pasar pengumpul, dan pasar rujukan digunakan rumus *Coefficient of Variation* (CV). Setelah dihitung besarnya CV tiap tingkatan pasar, selanjutnya dideskripsikan pada tingkat pasar yang mana harganya paling fluktuatif sampai relatif paling stabil.

Analisis integrasi pasar dilakukan antara pasar di daerah produsen dengan pasar rujukan. Pasar daerah produsen dibatasi pada pasar nilam di tingkat petani. Sedangkan pasar rujukan dibatasi di pasar minyak nilam di agen kota Purwokerto. Untuk menguji hipotesis integrasi pasar digunakan persamaan yang diturunkan dan dimodifikasi dari model Ravallion (1985), dikutip Adiyoga dkk. (1999) sebagai berikut:

$$(P_{it}) = \alpha_0(P_t - P_{t-1}) + \beta_1(P_{it-1} - P_{t-1}) + \sigma_i X_{it} + \mu_{it} \quad (2)$$

Keterangan:

P_{it} = harga daun nilam di pasar lokal i (tingkat petani) pada bulan ke t

P_t = harga minyak nilam di pasar acuan (Purwokerto) pada bulan ke t

P_{it-1} = harga daun nilam di pasar lokal i (tingkat petani) pada bulan ke $t-1$ (lag 1 bulan)

P_{t-1} = harga minyak nilam di pasar acuan (Purwokerto) pada bulan ke $t-1$ (lag 1 bulan)

X_{it} = peubah musiman atau lainnya di pasar i pada saat t

μ_{it} = *error term* di pasar i pada saat t

$i = 1; t = 1, 2, \dots, n$

Persamaan (2) menunjukkan bahwa harga di pasar lokal pada saat t merupakan fungsi dari perubahan harga di pasar rujukan pada saat t , perbedaan harga antara pasar lokal dan pasar rujukan serta karakteristik lokal. Berdasarkan persamaan (2) hipotesis integrasi pasar dapat diuji, dimana penerimaan hipotesis yang mengakibatkan $\beta_{i0} = 1$ dan $\alpha_{i-1} = -1$, dapat memberikan indikasi bahwa perubahan harga di pasar rujukan pada saat t dan perbedaan harga antara pasar lokal dengan pasar rujukan sepenuhnya tergambarkan dalam pembentukan harga di pasar lokal pada saat t . Estimasi koefisien persamaan (2) dilakukan dengan metode *ordinary least squares* dan untuk menguji hipotesis dua pasar terintegrasi, maka setelah koefisien pada persamaan (2) diperoleh

kemudian diuji secara parsial dengan menggunakan uji "t".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Struktur Pasar

Berdasarkan hasil survai diketahui bahwa tidak terdapat petani nilam di desa sampel yang menjual daun nilamnya ke pengumpul di kecamatan lain, sehingga analisis struktur pasar pengumpul daun nilam dibatasi untuk tiap wilayah kecamatan. Untuk struktur di tingkat penyuling mencakup wilayah kabupaten. Berdasarkan hasil penelitian diketahui volume bahan baku tiap penyuling dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa nilai CR_4 sekitar 63 %, sehingga dapat dikatakan bahwa struktur pasar daun nilam di tingkat penyuling cenderung oligopsoni. Pada struktur pasar ini harga pasar tidak sepenuhnya ditentukan oleh perubahan penawaran dan permintaan pasar, tetapi pembeli secara pribadi maupun bekerjasama dengan pihak lain dapat mempengaruhi harga daun nilam di pasar.

Pada lingkup wilayah kecamatan kondisi struktur pasarnya lebih tidak bersaing, diketahui di Kecamatan Sumbang hanya terdapat satu penyuling yang berada di Desa Gandatapa dan di Kecamatan Kedungbanteng hanya terdapat dua penyuling yaitu masing-masing berada di

Desa Kotaliman dan Dawuhan Wetan. Dengan demikian dilihat dari pihak pembeli struktur pasar di kedua kecamatan tersebut adalah oligopsoni sangat kuat karena nilai CR_2 sama-sama 100%.

Struktur pasar di tingkat pengumpul yang membeli daun nilam dari petani juga cenderung oligopsoni, diketahui di Kecamatan Kedungbanteng hanya terdapat dua pengumpul dan di Kecamatan Sumbang hanya terdapat lima pengumpul, sehingga nilai CR_4 di kedua kecamatan di atas 80%.

Analisis Saluran Pemasaran Daun Nilam

Saluran pemasaran daun nilam di Kecamatan Kedungbanteng dan Sumbang relatif sama yaitu terdapat dua saluran pemasaran sebagai berikut:

Saluran I : Petani menjual daun nilam ke pengumpul, kemudian pengumpul menjualnya lagi ke penyuling, selanjutnya penyuling menjual minyak nilam ke agen dan terakhir agen menjual minyak nilam ke eksportir.

Saluran II : Petani langsung menjual daun nilam ke penyuling, selanjutnya penyuling menjual minyak nilam ke agen dan terakhir agen menjual minyak nilam ke eksportir.

Tabel 2. Volume bahan baku masing-masing penyuling minyak nilam di Kabupaten Banyumas, periode Januari – Juni 2008

No	Nama Pemilik	Alamat		Bahan Baku*) (Kg)	Share (%)	CR (%)
		Desa	Kecamatan			
1	Hadi Pranoto	Kutaliman	Kedungbanteng	107.695,30	20,40	
2	Sarwono	Cikawung	Pekuncen	75.788,00	14,36	34,76
3	Kasran	Cibangkong	Pekuncen	75.000,00	14,21	
4	Karto Suwikyo	Samudra kulon	Gumelar	73.750,00	13,97	62,93
5	Heru Susanto	Dermaji	Lumbir	55.440,44	10,50	
6	Kartam	Gandatapa	Sumbang	42.000,00	7,96	
7	Budi	Kranggan	Pekuncen	32.500,00	6,16	
8	Hermawanto	Purwodadi	Tambak	25.000,00	4,74	
9	Ibu Bagyo	Dawuhan Wetan	Kedungbanteng	22.750,00	4,31	
10	Khafidz M.	Gununglurah	Cilongok	18.000,00	3,41	
Jumlah				527.923,74	100,00	

Tabel 3. Pihak yang dominan menentukan harga jual daun nilam petani

No	Uraian Pembeli		Pihak yang dominan menentukan harga jual petani						
	Jenis Pedagang	Jumlah (orang)	Penjual		Pembeli		Tawar Menawar		Total (%)
			Jumlah	(%)	Jumlah	(%)	Jumlah	(%)	
1	Pengumpul	39	0	0	35	89,7	4	10,3	100
2	Penyuling	21	0	0	16	76,2	5	23,8	100
3	Penebas	8	0	0	0	0,0	8	100,0	100
Jumlah		68			51		17		

Petani di Kecamatan Kedungbanteng hanya sebagian kecil (9%) yang menjual daun nilam langsung ke penyuling dan kebanyakan (91%) menjual ke pengumpul daun nilam. Kebanyakan petani nilam mengatakan bahwa menjual ke pengumpul lebih mudah, lebih dekat, dan menghindari risiko biaya angkut ke tempat penyulingan. Sedangkan di Kecamatan Sumbang kebanyakan petani menjual ke penyuling yang merangkap sebagai pengumpul (53%), dan petani yang lain dengan persentase yang sama (23,5%) menjual ke pengumpul dan penebas. Sebagaimana dikatakan sebelumnya bahwa penyuling di

kecamatan ini hanya terdapat satu orang, sehingga alternatif pembeli yang lain bagi petani dan pengumpul tidak ada di kecamatan tersebut.

Pihak Yang Dominan Menentukan Harga

Pihak yang dominan menentukan harga daun nilam di pasar tingkat petani secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan Tabel 3 diketahui apabila petani menjual ke pihak pengumpul atau penyuling, maka pihak pembeli sangat dominan dalam menentukan harga jual, dengan demikian posisi tawar produsen dalam menjual daun nilam sangat rendah.

Sedangkan apabila produsen menjual ke penebas, maka penentuan harga tebasannya melalui proses tawar menawar, namun demikian petani disarankan tidak melakukan penjualan secara tebasan dikarenakan umumnya kepandaian pihak penebas dalam menaksir volume produksi lebih cermat dibanding pihak petani.

Penentuan harga jual pengumpul daun nilam ke penyuling kondisinya juga demikian, diketahui dari tujuh responden pengumpul menyatakan bahwa yang dominan menentukan harga minyak nilam adalah pihak pembeli atau penyuling. Selanjutnya untuk penentuan harga jual penyuling minyak nilam ke agen minyak nilam atau eksportir, kondisinya juga sama saja, diketahui dari tiga responden penyuling menyatakan bahwa yang dominan menentukan harga jual minyak nilam produksinya adalah agen pembeli minyak nilam atau eksportir minyak nilam. Hasil ini didukung oleh temuan Lukiswara (2004) untuk produk pisang di Daerah Cianjur Jawa Barat, dikatakan bahwa sejak di daerah produsen sampai di Pasar Induk Caringin, yang dominan menentukan harga beli pisang adalah pihak pembeli dan struktur pasarnya juga cenderung tidak bersaing sempurna.

Analisis Koefisien Variasi Harga

Fluktuasi harga nilam di daerah produsen sejak Januari 2007 sampai Juni 2009 dapat dilihat pada Lampiran 1.

Berdasarkan lampiran tersebut diketahui bahwa harga jual minimum di tingkat petani sebesar Rp 400,00 (Maret 2009) dan harga tertinggi sebesar Rp 1.800,00 (Desember 2007) atau 4,5 kali dibanding harga terendah. Perhitungan koefisien variasi (KV) harga jual nilam basah petani sebesar 36,11%. Kondisi ini sangat tidak menguntungkan petani baik dalam perencanaan usahatani maupun dalam penerimaan usahatani, seperti saat sekarang (Juni 2009) dengan harga jual Rp400,00 s/d Rp500,00/kg nilam basah, petani nilam mengeluh dikarenakan biaya produksinya cenderung meningkat, tetapi harga jual daun nilamnya sangat rendah.

Fluktuasi harga jual nilam basah oleh pengumpul lebih rendah dibanding di tingkat petani, di mana koefisien variasinya (KV) sebesar 27,13%, dengan demikian risiko pasar yang dihadapi pengumpul lebih kecil dibandingkan risiko pasar yang harus ditanggung petani. Koefisien variasi harga jual penyuling sebesar 50,71%, ini berarti kepastian penerimaan hasil penjualan pihak penyuling rendah dikarenakan fluktuasi harga jualnya tinggi. Namun demikian sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa pihak penyuling dominan dalam menentukan harga beli daun nilam, sehingga penurunan harga jualnya akan menjadi patokan dalam menentukan harga beli kepada petani atau pengumpul,

sehingga akhirnya pihak yang posisi tawarnya rendah (petani) yang menderita kerugian akibat fluktuasi harga minyak nilam yang tinggi.

Analisis Integrasi Pasar

Hasil analisis integrasi pasar daerah produsen (tingkat petani) dengan daerah konsumen (agen pembeli minyak nilam) di kota Purwokerto dapat dilihat pada Lampiran 2. Berdasarkan lampiran tersebut diketahui bahwa perubahan harga di pasar rujukan tidak berpengaruh terhadap harga di daerah produsen (tingkat petani), dengan demikian dapat diketahui bahwa tidak terjadi integrasi pasar antara pasar tingkat petani dengan pasar rujukan. Sedangkan margin harga spasial atau perbedaan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat agen minyak berpengaruh nyata terhadap harga di tingkat petani. Dengan demikian yang mempengaruhi perubahan harga di tingkat petani adalah komponen margin spasial yaitu perubahan biaya pemasaran dan atau margin keuntungan yang diterima oleh pelaku pemasaran (pengumpul, penyuling, dan agen pembeli minyak nilam). Hasil ini mendukung hasil penelitian Adiyoga *dkk.* (2006), dikatakan bahwa integrasi pasar kentang antar kota rendah. Suyono (2008), juga menyatakan bahwa integrasi pasar kentang antara daerah produsen dan pasar rujukan sangat rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Struktur pasar nilam di daerah produsen (petani, pengumpul, penyuling) cenderung tidak bersaing.
2. Terdapat dua saluran pemasaran nilam di daerah produsen yaitu:
(i) Petani → Pengumpul → Penyuling → Agen → Eksportir
(ii) Petani → Penyuling → Agen → Eksportir
3. Pihak yang dominan menentukan harga pasar sebagai berikut:
(i) Pasar tingkat petani, penentu harga adalah pengumpul atau penyuling
(ii) Pasar tingkat pengumpul, penentu harga adalah penyuling
(iii) Pasar tingkat penyuling, penentu harga adalah agen atau eksportir
4. Koefisien variasi harga di tingkat petani 36,11%; di tingkat pengumpul 27,13%; di tingkat penyuling 50,71%.
5. Tidak terdapat integrasi pasar antara pasar tingkat petani dengan pasar agen di kota Purwokerto, sehingga pemasaran nilam di Kabupaten Banyumas nampaknya belum berjalan secara adil dan efisien.

Saran

1. Guna mengatasi struktur pasar yang kurang kompetitif di daerah produsen, petani perlu membentuk atau

menguatkan keberadaan kelompok tani nilam yang ada.

2. Kelompok tani perlu mencari alternatif penjualan, antara lain mengikuti pasar lelang yang dimotori oleh manajemen BARLINGMASCAKEB yang merupakan kerja sama investasi lima kabupaten.
3. Dinas terkait perlu membina kelompok tani nilam agar mampu menyuling sendiri hasil produksinya agar nilai tambah yang diterima lebih tinggi.
4. Penyediaan dan penyampaian informasi harga daun nilam serta minyak nilam kepada para *stakeholder* oleh dinas terkait sangat diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyoga, W., K.O. Fuglie dan R. Suherman. 2006. Integrasi pasar kentang di Indonesia (analisis korelasi dan kointegrasi). *Jurnal Informatika Pertanian*, 15: 835-852.
- Adiyoga, W., M. Ameriana, dan A. Hidayat. 1999. Segmentasi dan integrasi pasar: studi kasus dalam pemasaran bawang merah. *Jurnal Hortikultura*, 9(2): 153-163.
- BPS. 2000. *Indikator Industri Besar dan Sedang*. Badan Pusat Statistik, Indonesia.
- Dishutbun Kabupaten Banyumas. 2008. *Statistik Kehutanan dan Perkebunan*. Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Banyumas, Purwokerto.
- Indarto, C. dan Mauludi, L. 2004. Strategi pengembangan industri nilam Indonesia. *Jurnal Perkembangan Teknologi Tanaman Rempah dan Obat*, 16:62-71.
- Kotler, P. 1997. *Marketing management: analysis planning, implementation and control*. Ninth Edition, Printice-Hall Inc., New Jersey, USA.
- Lukiswara. 2004. Struktur, perilaku dan kinerja pasar pada pasar komoditas pisang” (suatu kasus di tiga kecamatan sentra produksi pisang Kabupaten Cianjur Propinsi Jawa Barat). *Disertasi*, UNPAD. (tidak dipublikasikan).
- Ravallion, M. 1985. The performance of rice markets in Bangladesh during the 1974 famine. *The Ec. J.*, 53(4): 474-486.
- Pardede, O.H.P. 2007. *Seminar Nasional Minyak Atsiri*. (on-line). <http://ditjenbun.deptan.go.id/semusimbun/semusim/index.php?option=comcont&task=view&id=86&Itemid=37>. diakses 2 Juli 2008.
- Rhodes, V.J. 1983. *The agricultural marketing system*. Second Edition. John Wiley and Sons Inc., USA.
- Shepherd, W. G. 1997. The element of market structure. *The Review of Economics and Statistics*. VI(I).
- Suyono, 2008. Pengaruh struktur dan perilaku pasar terhadap kinerja pasar, kasus pemasaran kentang di Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah. *Disertasi*, UNPAD (tidak dipublikasikan)