

**Efisiensi Pemasaran Minyak Serai Wangi Sarimbata
Di Desa Pinilh Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara**

***Marketing Efficiency Of Sarimbata Citronella Oil
In Pinilh Village, Dimembe District, North Minahasa Regency***

Natasya Natalia Hatidja ^{(1)(*)}, Agnes Estephina Loho ⁽²⁾, Ellen Grace Tangkere ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: natasya23hatidja@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id : Kamis, 07 Maret 2024
Disetujui diterbitkan : Jumat, 31 Mei 2024

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing channels and marketing margins of citronella oil and to determine the marketing efficiency of citronella oil in Pinilih Village, Dimembe District, North Minahasa Regency. This research was conducted from August to November 2023 at the Sarimbata citronella oil business in Pinilih Village, Dimembe District, North Minahasa Regency. The data used is primary data obtained directly from the business owner of Citronella Oil in the form of marketing channel data, product prices and marketing costs, while secondary data is obtained from information data related to this research in the form of supporting data, related literature studies either from research results or journals. Data analysis uses descriptive analysis to explain the real conditions of marketing including producers, and retail traders, institutions that contribute to marketing margin analysis activities. The results showed that the marketing channel for citronella oil follows 2 channels, namely: the first channel is Producers - Retailers - consumers, and the second channel is Producers - Collecting Traders - Retailers - Consumers. The amount of margin from channel 1 specifically for 30 cc packaging is IDR 5,000, while channel 2 specifically for 60 cc packaging is IDR 10,000 for collectors, and IDR 15,000 for retailers. The marketing efficiency of citronella oil in each marketing channel is included in the efficient category, because the EP value is < 50%. In the first marketing channel the EP value is 0.33%, and in the second marketing channel the EP value is 1.07%.

Keywords : marketing channel; margin; citronella oil

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran minyak serai wangi dan mengetahui efisiensi pemasaran minyak serai wangi di Desa Pinilih Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai November 2023 bertempat pada usaha minyak serai wangi Sarimbata di Desa Pinilih Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. Data yang digunakan adalah data primer diperoleh secara langsung dari pemilik usaha Minyak Serai Wangi berupa data saluran pemasaran, harga produk dan biaya pemasaran, adapun data sekunder diperoleh dari data informasi yang berkaitan dengan penelitian ini berupa data pendukung, studi literatur yang berkaitan baik dari hasil penelitian ataupun jurnal. Analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan kondisi riil pemasaran meliputi produsen, dan pedagang pengecer, lembaga yang berkontribusi pada aktifitas analisis margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran minyak serai wangi mengikuti 2 saluran yaitu: saluran pertama adalah Produsen – Pedagang Pengecer – konsumen, dan saluran kedua adalah Produsen – Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen. Besarnya margin dari saluran 1 khusus kemasan 30 cc sebesar Rp5.000, sedangkan saluran 2 khusus kemasan 60 cc sebesar Rp10.000 untuk pengumpul, dan Rp15.000 untuk pengecer. Efisiensi pemasaran minyak serai wangi pada setiap saluran pemasaran termasuk dalam kategori efisien, karena nilai EP < 50%. Pada saluran pemasaran yang pertama nilai EP adalah sebesar 0.33%, dan pada saluran pemasaran yang kedua nilai EP adalah sebesar 1.07%.

Kata kunci : saluran pemasaran; margin; minyak serai wangi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Minyak serai wangi Indonesia dikenal dengan nama Java Citronella Oil. Sentra pengembangan serai wangi adalah Jawa Barat, Banten, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Lampung, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Aceh, Jambi, Sumatera Utara, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Utara, Kalimantan Timur, Kepulauan Bangka Belitung, Bali, NTB dan NTT. Saat ini Indonesia merupakan pemasok minyak serai wangi kedua setelah RRC. Konsumsi minyak serai wangi dunia mencapai 2.000 hingga 2.500 ton per tahun sedangkan RRC memasok 600 hingga 800 ton per tahun sehingga masih terbuka peluang untuk Indonesia dapat memenuhi kebutuhan pasar dunia (Dirjenbun, 2020).

Sulawesi Utara adalah salah satu pemasok minyak serai wangi. Lahan serai wangi tersebar luas di Sulawesi Utara pada Kota Bitung, Desa Lolah, Tountimomor, Kakas Barat, Airmadidi, Tataaran dan Desa Pinilih. Serai wangi mudah dibudidayakan sehingga menarik perhatian ketua Koperasi Maesa Mitra Jaya (Herli Walandow), untuk memanfaatkan lahan tidur menjadi lahan bernilai ekonomis. Lahan seluas 25 hektar mampu menghasilkan 10 ton daun serai kering dan menghasilkan sekitar 90 kg minyak serai wangi (Pramono, 2021).

Minyak serai wangi memiliki beberapa manfaat antara lain, yaitu sebagai bahan baku industri sabun, kosmetik, antiseptik, aromaterapi dan sebagai bahan aktif pestisida nabati. Proses produksi minyak serai wangi dilakukan dengan proses penyulingan. Penyulingan dilakukan dengan mendidihkan bahan baku di dalam wadah suling sehingga terdapat uap yang diperlukan untuk memisahkan minyak dengan cara mengalirkan uap jenuh dari ketel pendidih air (boiler) kedalam wadah penyulingan (Dirjenbun, 2020).

Produksi minyak serai wangi di Desa Pinilih sudah dirintis sejak tahun 2015 oleh Ibu Lucia Tambani. Selain sebagai pengolah daun serai wangi menjadi minyak serai juga mempunyai lahan sendiri untuk budidaya komoditi serai wangi. Bahan baku minyak serai wangi datang dari beberapa daerah seperti Minahasa dan Bolaang Mongondow. Pemasaran

serai wangi sebagian besar ke pertambangan dan daerah di Bitung, Manado, dan Tomohon. Pengembangan minyak serai wangi berlokasi di Desa Pinilih perlu diketahui bagaimana saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran dari minyak serai wangi

Salah satu masalah dalam pemasaran hasil pertanian adalah kecilnya persentase harga yang diterima oleh petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen. Salah satu faktor dalam masalah tersebut adalah lemahnya posisi petani dalam pasar. Hal ini sangat merugikan para petani dan juga masyarakat konsumen. Harga yang rendah ditingkat petani menyebabkan menurunnya minat petani untuk meningkatkan produksi, namun harga yang tinggi di tingkat konsumen menyebabkan konsumen mengurangi Konsumsi (Ginting, 2006).

Selain itu, efisiensi pemasaran dapat dianalisis melalui efisiensi operasional serta efisiensi harga. Adapun indikator ukuran dalam menentukan efisiensi secara operasional yang biasa digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu yaitu besarnya margin pemasaran, bagian yang diterima perusahaan, serta biaya dan manfaat dari efisiensi pemasaran atau sering disebut sebagai rasio keuntungan terhadap biaya. Sedangkan indikator analisis efisiensi harga menggunakan tingkat keterpaduan pasar atau integrasi. Integrasi pasar sering dikaitkan dengan transmisi harga.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran minyak serai wangi.
2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran minyak serai wangi di Desa Pinilih Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara.

Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan dan pengembangannya.
2. Bagi pelaku usaha, sebagai sarana informasi untuk melihat peluang dalam usaha pemasaran minyak serai wangi.
3. Bagi pemerintah, sebagai bahan masukan dalam pengambilan kebijakan yang berkaitan dengan pemasaran minyak serai wangi.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai November 2023 bertempat pada usaha minyak serai wangi Sarimbata di Desa Pinilih Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi, dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi secara langsung untuk memungkinkan pengumpulan data secara detail.
2. Wawancara, dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh penjelasan informasi dengan mengajukan pertanyaan kepada responden berdasarkan pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan.
3. Pencatatan, digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari instansi atau lembaga yang terkait dengan penelitian.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* digunakan dalam menentukan dan memperoleh aliran produk dari produsen hingga ke konsumen. Titik awal pengambilan data adalah produsen minyak serai Sarimbata di Desa Pinilih Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara hingga ke pedagang pengecer.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Identitas responden yang meliputi umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berdagang.
2. Lembaga pemasaran, yakni badan atau perantara yang melakukan fungsi pemasaran untuk mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen.

3. Pedagang pengumpul, yakni merupakan orang yang membeli dari beberapa petani untuk dijual ke pedagang besar (orang).
4. Pedagang pengecer merupakan orang yang membeli minyak serai wangi kemudian menjual langsung ke konsumen akhir.
5. Margin pemasaran, yakni perbedaan harga yang diterima produsen dengan harga yang di bayar konsumen (Rp/ml).
6. Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan pelaku lembaga pemasaran dalam kegiatan memasarkan minyak serai wangi hingga ke tangan konsumen, meliputi biaya penyimpanan, pengemasan, pengangkutan, penyusutan, dan pungutan retribusi.
7. Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan (%).

Metode Analisa Data

1. Analisis deskriptif, untuk menjelaskan kondisi riil pemasaran meliputi produsen, dan pedagang pengecer, lembaga yang berkontribusi pada aktifitas analisis margin pemasaran.
2. Margin pemasaran, untuk menjelaskan besaran margin, profit margin dan *farmer share*. Secara sistematis margin pemasaran (Anindita, 2017) dapat dirumuskan:

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp = Margin Pemasaran

Pf = Harga ditingkat produsen

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir

3. Analisis efisiensi pemasaran, untuk menjelaskan efisiensi pemasaran dengan rumus:

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang di pasarkan}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika EP sebesar 0 – 50% maka saluran pemasaran efisien.
- b. Jika EP lebih besar dari 50% maka saluran pemasaran kurang efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Usaha Minyak Serai Wangi

Usaha Minyak Serai Wangi yang berada di Desa Pinilih sudah berdiri sejak tahun 2015. Termotivasi dari seorang teman yang menawarkan untuk mencoba memulai usaha minyak serai wangi. Minyak serai wangi termasuk produk baru dan masyarakat belum banyak yang tahu tentang minyak serai wangi, karena masyarakat Sulawesi Utara belum banyak mengenal produk tersebut, maka sebagai langkah awal adalah dilakukan promosi dengan memberikan secara gratis kepada kenalan dan saudara. Setelah minyak serai wangi mulai dikenal dan adanya permintaan, pemilik usaha mulai memberi label dan menentukan harga untuk dipasarkan. Memproduksi minyak serai wangi sebagai pilihan utama dalam membuka usaha, pemilik usaha mulai memasarkan minyak serai wangi dengan ukuran 30 ml seharga 30 ribu dan 60 ml seharga 60 ribu. Ukuran serai wangi yang paling banyak diproduksi adalah ukuran 30 ml yang disesuaikan dengan permintaan konsumen.

Karakteristik Reponden

Pedagang Pengumpul Minyak Serai

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli minyak serai wangi dari usaha minyak serai wangi di Desa Pinilih. Karakteristik responden pedagang pengumpul dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan dan pengalaman berdagang minyak serai wangi.

Jenis Kelamin Pedagang Pengumpul

Berdasarkan hasil penelitian pedagang pengumpul minyak serai wangi berjumlah 3 orang. Jenis kelamin pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Pedagang Pengumpul Berdasarkan Umur

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	25-45	1	33.33
2.	46-60	2	66.67
Jumlah		3	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 1 menunjukkan pedagang pengumpul minyak serai wangi yang berumur 27-49 tahun. Responden terbesar berada dalam kelas ke2 yaitu berumur antara 46-60 tahun.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan sangat berpengaruh dalam kemampuan seseorang menjalankan usaha. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh pedagang pengumpul semakin tinggi kemampuan pedagang dalam memasarkan produk. Berdasarkan hasil penelitian tingkat pendidikan pedagang pengumpul semuanya memperoleh pendidikan formal sampai tingkat perguruan tinggi.

Pengalaman Berdagang

Pengalaman dan lamanya dalam menekuni profesi sebagai pedagang pengumpul (responden) dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berdagang

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	1-5	1	33.33
2.	6-10	2	66.67
Jumlah		3	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 2 menunjukkan pedagang pengumpul yang memiliki pengalaman berdagang minyak serai wangi 1 sampai 5 tahun berjumlah 1 orang atau 33.33%, dan pengalaman berdagang minyak serai wangi 6-10 tahun berjumlah 2 orang atau 66.67%.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran diartikan sebagai pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas bisnis atau usaha dalam mendistribusikan dan menyampaikan produk ataupun jasa mulai dari produsen (industri pengolah) hingga konsumen akhir

Hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui terdapat dua saluran pemasaran, yaitu Saluran I, produsen langsung menjual minyak serai wangi kepada konsumen akhir. Saluran II, produsen menjual ke pedagang pengecer dan langsung menjual kepada konsumen di sekitaran Manado.

Saluran I = Produsen > Pedagang Pengecer > Konsumen.

Saluran II = Produsen > Pedagang Pengumpul > Pedagang Pengecer > Konsumen.

Saluran Pemasaran I

Saluran pemasaran I pemilik usaha (produsen) menjual produk minyak serai wangi kepada konsumen tanpa menggunakan perantara atau lembaga-lembaga pemasaran. dalam proses pemasaran, proses penjualan dilakukan di

sekitaran Kecamatan Dimembe bahkan sampai di luar daerah. Pemilik usaha menjual produknya dengan harga beli kemasan botol rollon 10 cc dengan harga Rp10.000 dan kemasan botol 30 cc dengan harga Rp30.000. Proses penjualan minyak serai wangi biasanya pemilik usaha (produsen) yang mengantar langsung kepada konsumen menggunakan kendaraan sendiri, dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam proses pemasaran adalah biaya transportasi ke pedagang pengecer yang berada di Bitung, dan Villa Marion Tomohon

Saluran Pemasaran II

Saluran pemasaran II pemilik usaha (produsen) menjual produk minyak serai wangi kepada beberapa pedagang pengumpul, di Manado dan pedagang pengumpul menjual di Toko Budi dan juga mengantar ke konsumen. Ibu Selvi sebagai produsen menjual ke Toko Budi dengan harga Rp60.000 untuk 60 cc dan menjual di Toko Budi dengan harga Rp70.000 dan harga Rp75.000 jika dihantar ke rumah konsumen.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima konsumen.

Tabel 3. Margin Saluran I Minyak Serai Kemasan Botol 30 cc

No.	Komponen Biaya	Harga (Rp/ml)	Share (%)
1.	Produsen		
	Harga jual	25.000	83.33
2.	Pengecer		
	Harga beli	25.000	
	Biaya tempat	100	0.33
	Margin	5.000	16.67
	Profit margin	4.900	16.33
	Harga Jual	30.000	100
3.	Konsumen		
	Harga Konsumen	30.000	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 3 menunjukkan *share* dari produsen tinggi yaitu 83.33 persen. Jasa pemasaran yang diterima pengumpul sebesar 16.33 persen atau sebesar Rp4.900/botol 30 cc. Biaya yang dikeluarkan oleh pengecer hanya menyediakan tempat pajangan berupa etalase bersama dengan produk lain yang hanya menelan biaya 0.33 persen atau seharga Rp100.

Tabel 4. Margin Saluran II Minyak Serai Kemasan Botol 60 cc

No.	Saluran Pemasaran	Harga (Rp/ml)	Share (%)
1.	Produsen		
	Harga jual	60.000	85.71
2.	Pedagang Pengumpul		
	Harga beli	60.000	
	Biaya tempat	150	0.21
	Margin	10.000	14.29
	Profit margin	9.850	14.07
	Harga Jual	70.000	80
3.	Pedagang pengecer		
	Harga beli	60.000	
	Biaya tempat	150	0.2
	Biaya transportasi	650	0.87
	Total biaya	800	1.07
	Margin	15.000	20
	Profit margin	14.200	18.93
	Harga Jual	75.000	100
4.	Konsumen		
	Harga Konsumen	75.000	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4 menunjukkan bahwa khusus untuk saluran 2, produk yang dijual adalah minyak serai dengan kemasan 60 cc. Kemasan ini sudah dilengkapi dengan *sprayer* sehingga lebih mudah digunakan konsumen. Margin yang diperoleh untuk pedagang pengumpul sebesar Rp10.000 sedangkan untuk pedagang pengecer sebesar Rp15.000. Demikian juga *share* yang diterima produsen sebesar 85.71 tergolong tinggi. Jasa pemasaran yang diterima pedagang pengecer masih lebih tinggi dibandingkan dengan jasa yang diterima oleh pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp4.86 dari profit margin pengumpul sebesar 14.07 dan 18.93. Hal ini mengindikasikan bahwa jasa pemasaran pedagang pengecer masih lebih tinggi daripada pedagang pengumpul.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan aspek yang penting dari penelitian ini, apabila aspek ini berjalan dengan cukup baik, maka seluruh pihak sama-sama diuntungkan, artinya pemasaran yang baik membawa dampak positif terhadap produsen, pedagang dan konsumen. Mengetahui tingkat efisiensi lembaga pemasaran minyak serai wangi di Desa Pinilih ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Tingkat Efisiensi Saluran Pemasaran Minyak Serai Wangi

Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (EP)
Saluran Pemasaran I	$(100 : 30.000) \times 100\%$ 0.33%
Saluran Pemasaran II	$(800 : 75.000) \times 100\%$ 1.07%

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan pemasaran minyak serai wangi baik kemasan botol 30 cc maupun kemasan botol 60 cc telah efisien. Namun jika melihat nilai efisien pemasaran maka kemasan 30 cc lebih efisien daripada kemasan 60 cc. Hal ini sudah sesuai dengan keadaan di lapangan, bahwa poduk yang dijual lebih banyak dalam kemasan 30 cc.

Bila dilihat pada saluran II yang memiliki nilai margin tertinggi dari saluran I menjadikan saluran ini tidak begitu menguntungkan. Hal ini dikarenakan terdapat perbedaan harga yang cukup signifikan dari saluran I, dibandingkan saluran II yang lebih panjang pembagian saluran pemasaran karena banyak lembaga yang terlibat. Berdasarkan kedua saluran pemasaran, saluran pemasaran I yang lebih efisien dikarenakan penjualan minyak serai wangi kemasan 30 cc dengan harga Rp30.000 lebih diminati daripada kemasan 60 cc dengan harga Rp75.000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran minyak serai wangi mengikuti 2 saluran yaitu:
 - a. Produsen - Pedagang Pengecer - konsumen
 - b. Produsen - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer - Konsumen
2. Besarnya margin dari saluran 1 khusus kemasan 30 cc sebesar Rp5.000, sedangkan saluran 2 khusus kemasan 60 cc sebesar Rp10.000 untuk pengumpul dan Rp15.000 untuk pengecer.
3. Efisiensi pemasaran minyak serai wangi pada setiap saluran pemasaran termasuk dalam kategori efisien, karena nilai $EP < 50\%$. Pada saluran pemasaran yang pertama nilai EP adalah sebesar 0.33%, dan pada saluran pemasaran yang kedua nilai EP adalah sebesar 1.07%.

Saran

1. Meningkatkan hasil produksi minyak serai wangi Sarimbata dengan menggunakan input produksi secara optimal agar meningkatkan produksi dari minyak serai wangi.
2. Upaya mengatasi ketidakefisienan pemasaran minyak serai wangi dengan meningkatkan pembagian pergerakan barang secara optimal, pada setiap saluran pemasaran agar tingkat efisiensi pada kedua saluran merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Dirjenbun. 2020. Serai Wangi: kaya akan manfaat dan peluang menjanjikan. Kementerian Pertanian Direktorat Jendral Perkebunan. Jakarta.
- Ginting, P. 2007. *Sistem Pengelolaan Lingkungan dan Limbah Padat dan Limbah Industri*. Penerbit: Sinar Harapan. Jakarta.
- Pramono. 2021. Semerbak Serai Wangi Petani Minahasa. Kumparan.com, Manado.