

**RANTAI PEMASARAN HASIL HUTAN BUKAN KAYU
STUDI KASUS PASAR DI KECAMATAN SALEM
KABUPATEN BREBES JAWA TENGAH**

Mega Arista^{1*)}, Ai Nurlaila¹⁾

¹Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas
Kuningan, Indonesia.

²Program Studi Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas
Kuningan, Indonesia.

*20210710029@uniku.ac.id

Abstract

Non-timber forest products (NTFPs) are various forest products other than timber that have economic value, such as rattan, bamboo, resin, honey, forest fruits, medicinal plants, and natural dyes. Their utilization makes an important contribution to the welfare of forest-dependent communities, as they can serve as alternative income sources without damaging the ecosystem. However, limitations in harvesting technology, post-harvest management, and cultivation techniques cause the product quality to fall short of market standards and result in low selling value. In marketing, the distribution chain serves as a link between producers and consumers. A high marketing margin indicates a significant price gap between farmers and consumers, reflecting inefficiencies in distribution. Research conducted at the Salem Subdistrict Market aimed to identify the types of NTFPs being traded, as well as their marketing chains and margins. Data were collected through structured interviews with traders, middlemen, and farmers using the accidental sampling method. The findings showed that the marketing chain was relatively simple, involving either two actors (farmer–trader) or three actors (farmer–middleman–trader). A total of 17 types of NTFPs were traded, including aren (palm sugar and kolang-kaling), picung, nutmeg, candlenut, jengkol, tamarind, melinjo, coffee, cardamom, bamboo shoots, turmeric, ginger, aromatic ginger, galangal, cinnamon, and bay leaves.

Keywords: *Non-Timber Forest Products, Marketing Chain, Marketing Margin*

Abstrak

Hasil hutan bukan kayu (HHBK) adalah berbagai produk hutan selain kayu yang memiliki nilai ekonomis, seperti rotan, bambu, damar, madu, buah hutan, tanaman obat, dan pewarna alami. Pemanfaatannya berkontribusi penting bagi kesejahteraan masyarakat sekitar hutan karena dapat menjadi sumber pendapatan alternatif tanpa merusak ekosistem. Namun, keterbatasan teknologi pemanenan, pengelolaan pasca panen, serta teknik budidaya membuat kualitas produk belum memenuhi standar pasar dan bernilai jual rendah. Dalam pemasarannya, rantai distribusi menjadi penghubung produsen dengan konsumen. Tingginya margin pemasaran menunjukkan adanya perbedaan harga yang signifikan antara petani dan konsumen, yang mencerminkan inefisiensi distribusi. Penelitian di Pasar Kecamatan Salem bertujuan mengidentifikasi jenis HHBK yang diperjualbelikan serta rantai dan margin pemasarannya. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dengan pedagang, pengepul, dan petani menggunakan metode accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pemasaran relatif sederhana, melibatkan dua pelaku (petani–pedagang) atau tiga pelaku (petani–pengepul–pedagang). Tercatat ada 17 jenis HHBK yang diperdagangkan, antara lain aren (gula aren dan kolang-kaling), picung, pala, kemiri, jengkol, asam jawa, melinjo, kopi, kapulaga, bambu (rebung), kunyit, jahe, kencur, lengkuas, kayu manis, dan daun salam.

Katakunci: Hasil Hutan Bukan Kayu, Rantai Pemasaran, Margin Pemasaran

PENDAHULUAN

Hutan merupakan bagian dari ekosistem yang tidak hanya menghasilkan sumber daya hutan berupa kayu, tetapi hutan juga memiliki banyak manfaat salah satunya adalah hasil hutan bukan kayu (Bahri *et al.*, 2022). Industri hasil hutan bukan kayu telah menjadi komponen penting perekonomian global karena mempunyai potensi besar untuk meningkatkan nilai dan kualitas hasil hutan. Selama ini dalam konteks ekonomi pemanfaatan hutan telah dianggap sebagai salah satu sumber daya alam penghasil yang

penting (Basuki *et al.*, 2023). Fokus terpenting dalam upaya mempertahankan kelestarian lingkungan dan tetap memanfaatkan potensi ekonominya merupakan salah satu bentuk dari pemanfaatan hutan secara berkelanjutan (Sempau *et al.*, 2021). Hasil hutan bukan kayu memiliki peluang yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan masyarakat dan juga sebagai bentuk dari pelestarian hutan (Safitri *et al.*, 2023). Masyarakat yang tinggal di wilayah sekitar hutan masih bergantung terhadap hutan dengan memanfaatkan hasil hutan seperti menjual hasil hutan untuk memenuhi kebutuhan primer (Sinaga dan Pramata, 2020).

Pengembangan dan pemanfaatan hasil hutan bukan kayu tidak terlepas dari peranan masyarakat yang masih belum optimal. Masyarakat masih belum memiliki kemampuan dalam menerapkan teknologi panen dan pengelolaan pascapanen, serta belum menguasai teknik budidaya yang baik sehingga hasil hutan bukan kayu selama ini cenderung dibiarkan tumbuh sendiri. Akibatnya, mutu produk yang dihasilkan belum memenuhi standar yang diinginkan dan masih bernilai rendah di pasaran. Permasalahan dalam proses perizinan menjadi penyebab kegiatan produksi atau pengolahan masih dilakukan secara mandiri, selain itu faktor pasar sangat kuat di mana posisi tawar pengepul jauh lebih dominan dibandingkan dengan petani. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan serta peningkatan kapasitas masyarakat dalam aspek pengelolaan, pemanenan, dan penanganan pascapanen menjadi sangat penting agar masyarakat dapat memperoleh hasil yang optimal baik dari segi jumlah maupun kualitas (Kusumawardhani dan Risandi, 2021).

Jenis Hasil Hutan Bukan Kayu yang beredar di Kecamatan Salem saat ini belum diketahui asal usulnya dengan jelas. Ketidakjelasan ini mencakup dari mana jenis-jenis tersebut dipanen dan bagaimana rantai pemasarannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui jenis-jenis hasil hutan bukan kayu yang diperjualbelikan dan mengetahui rantai pemasaran serta margin pemasaran hasil hutan bukan kayu di pasar Kecamatan Salem. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dengan jelas mengenai asal usul pemasaran produk hasil hutan bukan kayu serta meningkatkan transparansi, efisiensi dan keberlanjutan pemanfaatan sumber daya hasil hutan bukan kayu untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap produk hasil hutan bukan kayu yang beredar di pasar Kecamatan Salem.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang melibatkan survei lapangan dan wawancara terstruktur untuk mengidentifikasi pelaku dalam rantai pemasaran dan dapat menghitung margin pemasaran dari jenis-jenis hasil hutan bukan kayu yang diperjual belikan di pasar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes. Penelitian ini dilaksanakan di pasar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes, pada bulan Januari-Maret 2025 selama 3 bulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelaku rantai pemasaran (pedagang, pengepul dan petani). Sampel responden ditentukan dengan menggunakan metode *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yang dianggap memenuhi kriteria sebagai sumber data yang relevan (Sugiyono, 2017). Data

yang diperoleh meliputi data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan rumus $MP = HJ - HB$ untuk analisis margin pemasaran, serta persentase margin pemasaran dengan menggunakan rumus $\%MP = \frac{(HJ - HB)}{HB} \times 100\%$, dan analisis tukar petani (farmer's share) menggunakan rumus $Sm = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$, (Ibrahim, 1998).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Jenis Hasil Hutan Bukan Kayu yang ditemukan di Pasar Kecamatan Salem

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran hasil hutan bukan kayu di pasar Kecamatan Salem memiliki tingkat efisiensi yang cukup tinggi. Terdapat 17 jenis hasil hutan bukan kayu dan produk olahannya yang diperjualbelikan yaitu gula aren, kulang-kaling, picung, pala, kemiri, jengkol, asam jawa, melinjo, kopi, kapulaga, bambu (rebung), kunyit, jahe, kencur, lengkuas, kayu manis, dan daun salam. Para pedagang di pasar memperoleh jenis-jenis tersebut secara langsung dari petani maupun dari pengepul. Beberapa pedagang juga menerima barang langsung di tempat mereka berjualan, sehingga hampir tidak ada biaya tambahan yang harus dikeluarkan oleh pedagang, karena mereka sudah mendapatkan harga produksi yang siap untuk dipasarkan tanpa perlu menanggung biaya lain seperti biaya transportasi. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran HHBK di wilayah tersebut cenderung efisien dan menguntungkan pelaku usaha (Hidayat et al., 2020).

Pemasaran HHBK tidak terlepas dari kendala, salah satunya adalah keterbatasan ketersediaan produk yang bersifat musiman. Beberapa jenis HHBK hanya tersedia pada periode tertentu dalam satu tahun, tergantung pada musim panen dan kondisi alam. Kondisi ini berdampak langsung pada fluktuasi harga, di mana semakin sulit suatu produk diperoleh, maka semakin tinggi pula harga jualnya. Akibatnya, kondisi ini dapat mempengaruhi permintaan pasar, sebab tidak semua konsumen mampu menjangkau harga yang tinggi, sehingga mengakibatkan penurunan jumlah pembelian. Dengan demikian, meskipun dari sisi biaya distribusi relatif efisien, faktor ketersediaan musiman menjadi tantangan utama yang dapat memengaruhi stabilitas harga dan daya beli konsumen (Siregar & Wibowo, 2018). Berikut jenis-jenis hasil hutan bukan kayu yang ditemukan di pasar Kecamatan Salem.



Aren (*Arenga pinnata*) : Gula aren & Kulang-kaling



Picung (*Pangium edule*)



Pala (*Myristica fragrans*)



Kemiri (*Aleurites mollucana*)



Jengkol (*Phytocelobium Sp.*)



Asam Jawa (*Tamarindus indica*)



Melinjo (*Gnetum gnemon*)



Kopi (*Coffea*)



Kapulaga (*Elettaria cardamomum*)



Bambu (*Dendrocalamus asper*)



Kunyit (*Curcuma longa*)



Jahe (*Zingiber officinale*)



Kencur (*Kaempferia galanga*)



Lengkuas (*Alpinia galanga*)



Kayu manis (*Cinnamomum verum*)



Daun Salam (*Syzygium polyanthum*)

1. Aren (*Arenga pinnata*) : gula aren & kulang-kaling

Aren merupakan salah satu hasil hutan bukan kayu yang banyak di produksi, hampir semua bagian dari pohon aren bisa dimanfaatkan seperti air nira yang diolah menjadi gula aren/gula merah dan cuka, buah aren muda diolah menjadi kulang-kaling, pati/tepung dalam batang untuk bahan pembuatan berbagai makanan. Berbagai produk turunan ini memiliki nilai ekonomi dengan cara pembuatan atau produksi yang berbeda (Saragih *et al.*, 2020). Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa pelaku rantai pemasaran, pohon aren menghasilkan air nira umumnya diolah menjadi gula aren sebelum dipasarkan. Selain itu, bagian buahnya juga dimanfaatkan sebagai kolang-kaling. Gula aren dijual dalam satuan bonjor dan umumnya diperoleh dari petani yang berasal dari Desa Bentarsari dan Desa Capar. Sementara itu, kolang-kaling dipasarkan dalam satuan kilogram dan berasal dari petani di Desa Bentarsari, Desa Capar, dan dari luar Kecamatan Salem seperti Desa Boja. Kolang-kaling ini sering diolah menjadi manisan dan digunakan sebagai bahan campuran dalam pembuatan kolak maupun es buah.

2. Picung (*Pangium edule*)

Sebagai pohon yang memiliki nilai manfaat langsung, kepayang telah banyak dimanfaatkan sebagai pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat salah satunya sebagai bumbu masakan dan sebagai pengawet ikan (Syaiful *et al.*, 2020). Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa pelaku rantai pemasaran, Picung saat ini mulai sulit ditemukan karena belum memasuki musim panen. Picung diperoleh dari petani yang berada di Desa Salem dan dipasarkan dalam satuan kilogram. Picung umumnya dimanfaatkan sebagai bumbu atau bahan masakan, namun juga memiliki potensi untuk diolah menjadi minyak picung. Kendala dalam pemasaran picung sering kali berkaitan dengan ketersediaannya yang terbatas, karena sangat bergantung pada musim panen tertentu, hal ini menyebabkan pasokan menjadi tidak stabil di pasaran.

3. Pala (*Myristica fragon*)

Salah satu kelompok rempah hasil hutan bukan kayu yang mempunyai nilai ekonomi dan memiliki peluang bisnis yang menjanjikan adalah pala. Produk turunan pala menghasilkan dua bagian yang bernilai ekonomi tinggi yaitu fuli (selaput biji) dan biji pala (Kaddas & Baguna, 2023). Biji Pala dijual di pasar dalam satuan kilogram atau disesuaikan dengan kebutuhan pembeli. Pala umumnya dimanfaatkan sebagai rempah-rempah untuk menambah cita rasa makanan, serta digunakan dalam bidang pengobatan tradisional. Komoditas pala ini diperoleh dari petani yang berasal dari Desa Banjaran.

4. Kemiri (*Aleurites mollucana*)

Pohon kemiri berukuran besar yang termasuk dalam kelompok tanaman rempah, dan juga dapat menghasilkan bahan-bahan industri. Hampir seluruh bagian tanaman ini dapat dimanfaatkan dan bernilai ekonomi (Makkarennu *et al.*, 2022). Petani menjual kemiri secara langsung ke pedagang pengepul. Para petani beranggapan bahwa harga jual kemiri melalui pengepul lebih menguntungkan dibandingkan jika dijual langsung kepada konsumen akhir. Selain harga, petani juga mempertimbangkan transportasi dan perlakuan ke konsumen. Harga jual kemiri ke pengepul mencapai Rp 48.000 per kilogram,

sedangkan jika dijual langsung ke konsumen harganya sekitar Rp 5.000 per bungkus kecil. Penjualan dalam satuan kilogram kepada konsumen di pasaran jarang dilakukan karena permintaan dari konsumen akhir relatif rendah. Kemiri yang dipasarkan tersebut diperoleh dari pengepul yang berasal dari luar Kecamatan Salem yaitu Ajibarang.

5. Jengkol (*Phythececelobium Sp.*)

Jengkol banyak dibudidayakan di daerah Jawa dan Sumatera, tumbuh dengan baik pada musim kemarau sedang, dan tidak tahan pada musim kemarau yang terlalu panjang (Muslim *et al.*, 2019). Jengkol dijual dalam satuan kilogram dalam bentuk buah mentah, meskipun sebagian pedagang juga menyediakannya dalam kemasan plastik kecil sesuai kebutuhan konsumen. Hampir semua pedagang mendapatkan jengkol dari pengepul yang berasal dari luar Kecamatan Salem yaitu Ajibarang.

6. Asam Jawa (*Tamarindus indica*)

Buah asam jawa merupakan salah satu komoditas yang telah lama diperjualbelikan di pasar tradisional maupun pasar modern (Silalahi, 2020). Budidaya asam jawa melibatkan pengelolaan pohon secara sistematis untuk mengoptimalkan produksi dan kualitas buah. Buah asam jawa yang mengandung daging buah asam yang dapat dimakan merupakan bahan penting dalam masakan global (Vikram *et al.*, 2023). Asam jawa dipasarkan dalam kemasan plastik, baik dalam bentuk potongan maupun bulatan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk ini tidak diperoleh langsung dari petani setempat, melainkan di datangkan oleh pedagang dari pengepul yang berasal dari luar Kecamatan Salem, yaitu wilayah Ajibarang. Asam jawa biasanya dijual dalam jumlah kecil untuk konsumsi rumah tangga, dan memiliki permintaan yang cukup stabil karena sering digunakan sebagai bumbu dapur maupun bahan dasar minuman tradisional.

7. Melinjo (*Gnetum gnemon*)

Melinjo (*Gnetum gnemon*) merupakan tanaman berbiji terbuka (*Gymnospermae*) berbentuk pohon yang berasal dari Asia tenggara khususnya Indonesia yang mempunyai banyak manfaat mulai dari batang, daun, bunga, dan buah dengan nilai ekonomi tinggi (Suryani & Zulkarnain, 2021). Melinjo umumnya dijual dalam bentuk utuh, namun ada pula yang dipasarkan secara terpisah antara biji dan kulitnya, tergantung pada kebutuhan konsumen. Biji melinjo biasa diolah menjadi emping, sedangkan kulitnya sering dimanfaatkan sebagai bahan tambahan dalam berbagai jenis masakan tradisional. Melinjo relatif mudah ditemukan di wilayah Kecamatan Salem, dengan pasokan utama berasal dari petani yang berada di Desa Bentar. Proses pemasaran disesuaikan dengan skala permintaan dan ketersediaan hasil panen.

8. Kopi (*Coffea*)

Kopi yang dibudidayakan di daerah Jawa identik dengan kopi arabika yang terkenal memiliki cita rasa yang tinggi. Budidaya dan produksi tanaman kopi di Indonesia sangat tergantung pada varietas yang digunakan, penerapan teknologi budidaya yang tepat, keadaan curah hujan, ketinggian tempat, tanah, dan kondisi lingkungan yang mendukung (Kurnia *et al.*, 2023). Sebelum dipasarkan biji kopi terlebih dahulu diolah menjadi bubuk kopi, kemudian dikemas dalam bungkus praktis yang mampu mempertahankan aroma dan kualitasnya. Kopi ini umumnya diperoleh dari petani yang berasal dari Desa Capar.

9. Kapulaga (*Elettaria cardamomum*)

Kapulaga adalah suatu jenis tumbuhan yang termasuk kedalam keluarga *Zingiberaceae* atau jahe-jahean. Bagian yang paling banyak digunakan selama ini adalah buahnya sebagai bumbu rempah penyedap rasa masakan (Tarigan & Saragih, 2023). Kapulaga dijual dalam satuan kilogram, namun juga tersedia dalam kemasan plastik kecil yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Produk kapulaga yang dipasarkan oleh pedagang umumnya sudah dalam kondisi bersih dan kering, setelah melalui proses penjemuran terlebih dahulu untuk menjaga kualitas dan daya simpannya. Kapulaga tersebut diperoleh dari petani yang berasal dari luar Kecamatan Salem yaitu dari Desa Cikuning.

10. Bambu (*Dendrocalamus asper*)

Bambu banyak dimanfaatkan sebagai bahan bangunan, karena memiliki batang kuat dengan ruas-ruas yang pendek. Selain itu masyarakat juga memanfaatkan tunas bambu muda atau rebung sebagai sayuran. Rebung jenis bambu *D.Aasper* merupakan rebung yang enak untuk dikonsumsi, tetapi tidak semua jenis bambu dapat dimanfaatkan menjadi bahan makanan (Tavita *et al.*, 2023). tunas bambu muda diolah menjadi rebung sebelum dipasarkan, kemudian rebung dijual dalam satuan kilogram. Rebung biasanya diperoleh dari petani yang berasal dari Desa Salem. Selain dijual dalam bentuk segar, rebung juga sering digunakan sebagai bahan baku dalam berbagai masakan tradisional, baik dalam bentuk olahan mentah maupun yang telah dimasak terlebih dahulu.

11. Kunyit (*Curcuma longa*)

Kunyit yang dimanfaatkan adalah bagian umbinya untuk menghasilkan warna kuning (Lahur *et al.*, 2023). Tidak hanya untuk bumbu dapur, kunyit juga memiliki khasiat untuk kesehatan dan biasa digunakan sebagai obat tradisional masyarakat (Adella *et al.*, 2024). kunyit dipasarkan dalam bentuk segar yang telah dibersihkan, biasanya dijual dalam satuan kilogram. Selain itu, kunyit juga diolah dan dipasarkan sebagai jamu kunyit, yang menjadi salah satu produk olahan tradisional. Bahan baku kunyit tersebut umumnya diperoleh dari petani yang berasal dari Desa Citimbang.

12. Jahe (*Zingiber officinale*)

Tanaman jahe merupakan salah satu tanaman rempah-rempah yang diperdagangkan di dunia. Tanaman jahe membutuhkan curah hujan relatif tinggi, penanaman ditempat terbuka sehingga mendapatkan sinar matahari sepanjang hari, dan tumbuh baik di daerah tropis (Triyono & Sumarmi, 2018). Jahe dijual dalam satuan kilogram dengan kondisi segar dan bersih. Selain dipasarkan secara langsung, jahe juga sering diolah menjadi berbagai produk turunan seperti wedang jahe atau minuman tradisional lainnya. Jahe yang diperdagangkan tersebut sebagian besar diperoleh dari petani lokal yang berasal dari Desa Citimbang.

13. Kencur (*Kaempferia galanga*)

Kencur merupakan tanaman obat yang bernilai ekonomis cukup tinggi sehingga banyak dibudidayakan. Kencur mempunyai kandungan kimia antara lain minyak atsiri (Utami *et al.*, 2020). kencur yang dipasarkan umumnya dijual dalam kondisi segar dan bersih, dengan dijual dalam satuan kilogram. Kencur didapatkan dari petani yang berasal

dari Desa Citimbang. Penjualan dalam bentuk kilogram dianggap lebih praktis dan sesuai dengan kebutuhan pasar, terutama bagi konsumen yang membeli dalam jumlah besar, seperti pedagang jamu atau pelaku industri rumahan.

14. Lengkuas (*Alpinia galanga*)

Alpinia galanga (zingiberaceae) sering disebut juga lengkuas merupakan salah satu jenis tanaman herbal yang banyak ditanam di Asia. Banyak Negara berkembang yang membudidayakan tanaman ini termasuk Indonesia (Khairullah *et al.*, 2020). lengkuas dijual dalam satuan kilogram dengan kondisi segar dan bersih, untuk memudahkan pemenuhan kebutuhan pasar tradisional serta konsumen skala besar seperti pelaku usaha kuliner dan pengolah bumbu masak. Lengkuas diperoleh dari petani di Desa Citimbang.

15. Kayu manis (*Cinnamomum verum*)

Kayu manis merupakan salah satu komoditas hasil rempah-rempahan unggulan Indonesia yang dikenal sebagai bumbu masakan. Kayu manis yang digunakan pada produk pangan biasanya dalam bentuk potongan gulungan asli dan bubuk alami (Ilmi *et al.*, 2022). kayu manis dijual dalam bentuk ikatan atau menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan jarang ada yang membeli dalam kiloan. Kayu manis biasa digunakan sebagai bumbu masakan, dan juga dimanfaatkan untuk produk kesehatan tradisional. Kayu manis didapatkan dari pengepul dari luar kecamatan yaitu dari Ajibarang.

16. Daun Salam (*Syzigium polyanthum*)

Pohon salam atau *Syzigium polyanthum* termasuk dalam family *Myrtaceae*. Daun salam menghasilkan daun rempah yang dimanfaatkan dalam masakan Indonesia, biasanya menggunakan daun salam kering atau daun salam segar (Wahyudi *et al.*, 2024). Daun salam dijual dalam bentuk ikatan kering atau masih segar dan umumnya digunakan sebagai bumbu masakan. Daun ini diperoleh dari para petani yang berasal dari Desa Bentar.

B. Pelaku rantai pemasaran dan bentuk rantai pemasaran

Pelaku yang terlibat dalam rantai pemasaran jenis hasil hutan bukan kayu adalah:

1. Petani, menjadi tangan pertama dalam rantai pemasaran karena petani memperoleh jenis hasil hutan bukan kayu tersebut dari lahan milik pribadi dan dikelola secara pribadi yang hasilnya dikonsumsi pribadi dan dijual langsung ke pengepul atau ke pasar, jenis hasil hutan bukan kayu yang dijual tergantung dari hasil panen (Hamdja *et al.*, 2015).
2. Pengepul adalah orang atau pihak yang membeli barang dari produsen awal dan menjualnya kembali kepada produsen tingkat lanjut (Mahananto & Prasetyowati, 2019).
3. Pedagang merupakan orang yang memperjual belikan barang dagangannya kepada konsumen (Singgano *et al.*, 2021).
4. Konsumen menjadi bagian penting dalam kegiatan ekonomi, konsumen memiliki peran utama dalam menentukan permintaan pasar, yang akhirnya memengaruhi produksi dan distribusi barang serta jasa (Rahayu *et al.*, 2024).

Dari hasil penelitian dapat dilihat terdapat 2 bentuk rantai pemasaran, Rantai pemasaran pertama yaitu produk gula aren, kulang-kaling, picung, pala, melinjo, kopi,

kapulaga, rebung, kunyit, jahe, kencur, lengkuas, dan daun salam. Dan rantai pemasaran kedua yaitu kemiri, asam jawa, jengkol, dan kayu manis. Rantai pemasaran 1 lebih efisien dari segi biaya dan waktu, serta memberi peluang petani memperoleh harga jual yang relatif lebih tinggi karena tidak banyak perantara yang mengambil margin keuntungan. Sementara itu, rantai pemasaran 2 biasanya muncul karena faktor keterbatasan akses pasar oleh petani, sehingga memerlukan peran pengepul sebagai perantara distribusi meskipun hal ini berpotensi mengurangi bagian harga yang diterima oleh petani.

C. Analisis Margin Pemasaran & Persentase Margin Pemasaran

Pendistribusian produk jenis-jenis hasil hutan bukan kayu dari produsen penghasil sampai ke konsumen akhir melibatkan berbagai lembaga pemasaran produk. Hal ini akan menimbulkan selisih harga antara pembelian produk dan harga penjualan produk serta biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Selisih antara harga jual dan harga beli dari suatu produk pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu kegiatan pemasaran (Suprianto *et al.*, 2021). Berikut margin pemasaran dan persentase margin pemasaran pada setiap jenis-jenis hasil hutan bukan kayu yang ditemukan di pasar Kecamatan Salem dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Margin Pemasaran dan Persentase Margin Pemasaran.

No.	Jenis HHBK	Unsur Margin Pemasaran	Nilai (Rp/Satuan)	Persentase Margin (%)
1	Gula Aren	Harga Jual Petani	25000/Bonjor	16,67
		Harga Jual Pedagang	30000/Bonjor	
		Margin Pemasaran	5000	
2	Kulang-Kaling	Harga Jual Petani	10000/Kg	16.67
		Harga Jual Pedagang	12000/Kg	
		Margin Pemasaran	2000	
3	Picung	Harga Jual Petani	13000/Kg	35
		Harga Jual Pedagang	20000/Kg	
		Margin Pemasaran	7000	
4	Pala	Harga Jual Petani	40000/Kg	20
		Harga Jual Pedagang	50000/Kg	
		Margin Pemasaran	10000	
5	Kemiri	Harga Jual Petani	48000/Kg	20
		Harga Jual Pengepul	52000/Kg	
		Margin Pemasaran	4000	
		Harga Jual Pengepul	52000/Kg	
		Harga Jual Pedagang	60000/Kg	
		Margin Pemasaran	8000	
6	Jengkol	Total Margin	12000	30
		Harga Jual Petani	35000/Kg	
		Harga Jual Pengepul	40000/Kg	
		Margi Pemasaran	5000	
		Harga Jual Pengepul	40000/Kg	
		Harga Jual Pedagang	50000/Kg	

		Margin Pemasaran	10000	
		Total Margin	15000	
7	Asam Jawa	Harga Jual Petani	9000/Kg	35,71
		Harga Jual Pengepul	11000/Kg	
		Margin Pemasaran	2000	
		Harga Jual Pengepul	11000/kg	
		Harga jual pedagang	14000/kg	
		Margin pemasaran	3000	
		Total margin	5000	
8	Melinjo	Harga Jual Petani	7500/Kg	16,67
		Harga Jual Pedagang	9000/Kg	
		Margin Pemasaran	1500	
9	Kopi	Harga Jual Petani	22500/Bks	10
		Harga Jual Pedagang	25000/Bks	
		Margin Pemasaran	2500	
10	Kapulaga	Harga Jual Petani	11000/Kg	15,38
		Harga Jual Pedagang	13000/Kg	
		Margin Pemasaran	2000	
11	Rebung	Harga Jual Petani	10000/Kg	16,67
		Harga Jual Pedagang	12000/Kg	
		Margin Pemasaran	2000	
12	Kunyit	Harga Jual Petani	6000/Kg	40
		Harga Jual Pedagang	10000/Kg	
		Margin Pemasaran	4000	
13	Jahe	Harga Jual Petani	25000/Kg	28,57
		Harga Jual Pedagang	35000/Kg	
		Margin Pemasaran	10000	
14	Kencur	Harga Jual Petani	25000/Kg	16,67
		Harga Jual Pedagang	30000/Kg	
		Margin Pemasaran	5000	
15	Lengkuas	Harga Jual Petani	6000/Kg	40
		Harga Jual Pedagang	10000/Kg	
		Margin Pemasaran	4000	
16	Kayu Manis	Harga Jual Petani	13000/kg	35
		Harga Jual Pengepul	16000/kg	
		Margin Pemasaran	3000	
		Harga jual pengepul	16000/kg	
		Harga jual pedagang	20000/kg	
		Margin pemasaran	4000	
		Total margin	7000	
17	Daun Salam	Harga Jual Petani	1500/Iket	25
		Harga Jual Pedagang	2000/Iket	
		Margin Pemasaran	500	

Berdasarkan hasil analisis terhadap 17 jenis HHBK, margin pemasaran berkisar antara Rp 500 – Rp 15.000 dengan persentase margin pemasaran antara 10%–40%. Selisih harga yang rendah antara petani dan pedagang menunjukkan bahwa biaya distribusi dan keuntungan pemasaran masih wajar. Seluruh produk dalam penelitian ini menunjukkan nilai margin yang tidak berlebihan dan ditunjang oleh tingginya farmer's share, sistem pemasaran dinilai efisien karena memberikan bagian harga yang besar kepada petani sebagai produsen utama.

D. Daftar harga rata-rata dan nilai tukar petani (*farmer's share*)

Farmer's Share merupakan persentase harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen. *Farmer's Share* juga berhubungan negatif dengan margin pemasaran, jika margin pemasaran semakin tinggi maka bagian yang diterima oleh petani semakin rendah. Jika persentase yang diterima produsen (bagian harga) > 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Semakin murah biaya yang dikeluarkan maka saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan semakin efisien (Suprianto *et al.*, 2021). Berikut *Farmer's Share* dan harga rata-rata pada setiap jenis-jenis hasil hutan bukan kayu yang ditemukan di pasar Kecamatan Salem dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Nilai Tukar Petani dan harga rata-rata.

No	Jenis HHBK	Harga rata-rata		Farmer's Share (100%)
		Harga jual petani	Harga beli konsumen	
1	Gula Aren	25000/bonjor	30000/bonjor	83,33
2	Kulang-Kaling	10000/kg	12000/kg	83,33
3	Picung	13000/kg	20000/kg	65,00
4	Pala	40000/kg	50000/kg	80,00
5	Kemiri	48000/kg	60000/kg	80,00
6	Jengkol	35000/kg	50000/kg	70,00
7	Asam Jawa	9000/kg	14000/kg	64,29
8	Melinjo	7500/kg	9000/kg	83,33
9	Kopi	22500/kg	25000/kg	90,00
10	Kapulaga	11000/kg	13000/kg	84,62
11	Rebung	10000/kg	12000/kg	83,33
12	Kunyt	6000/kg	10000/kg	60,00
13	Jahe	25000/kg	35000/kg	71,43
14	Kencur	25000/kg	30000/kg	83,33
15	Lengkuas	6000/kg	10000/kg	60,00
16	Kayu manis	13000/kg	20000/kg	65,00
17	Daun salam	1500/iket	2000/iket	75,00

Nilai *Farmer's Share* yang tinggi menunjukkan bahwa harga jual yang diterima petani mendekati harga jual di tingkat konsumen, sehingga pendapatan yang diperoleh petani terhadap harga akhir produk menjadi besar. Hal ini disebabkan oleh rantai pemasaran yang relatif pendek dan margin keuntungan pedagang yang tidak terlalu tinggi. Selain itu, banyak komoditas hasil hutan bukan kayu (HHBK) dijual langsung dari petani ke pedagang tanpa melalui banyak perantara, sehingga biaya distribusi dan pemasaran

dapat diminimalkan. Hal ini memberikan keuntungan lebih besar kepada petani dan meningkatkan kontribusi mereka terhadap nilai jual produk secara keseluruhan (Yulian *et al.*, 2021). Rata-rata Harga jual di tingkat petani yang paling tinggi yaitu kemiri dengan harga Rp 48.000/kg, begitupun dengan harga jual di tingkat pedagang yang paling tinggi yaitu kemiri dengan harga Rp 60.000/kg.

E. Keuntungan yang diperoleh dari setiap pelaku pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian, setiap pelaku pemasaran memperoleh keuntungan yang bervariasi tergantung pada jenis produk yang dipasarkan. Margin pemasaran yang diperoleh berkisar antara Rp500 hingga Rp15.000, dengan persentase margin antara 10% hingga 40%. Produk seperti kunyit dan lengkuas memberikan margin tertinggi sebesar 40%, sementara kopi memberikan margin terendah sebesar 10%. Meskipun terdapat variasi margin, semua jalur pemasaran dinyatakan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku pemasaran tetap mendapatkan keuntungan yang layak tanpa mengurangi proporsi pendapatan yang diterima petani (*farmer's share*), yang pada sebagian besar produk berada di atas 60%, bahkan mencapai 90% untuk kopi. Keuntungan yang diperoleh pelaku pemasaran ini mencerminkan keseimbangan antara efisiensi distribusi dan keadilan bagi petani sebagai produsen utama.

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai jenis hasil hutan bukan kayu yang diperjualbelikan di pasar Kecamatan Salem, terdapat 17 jenis dan produk turunannya yaitu aren (gula aren dan kulang-kaling), picung, pala, kemiri, jengkol, asam jawa, melinjo, kopi, kapulaga, bambu (rebung), kunyit, jahe, kencur, lengkuas, kayu manis, dan daun salam.

Bentuk rantai pemasaran yang ditemukan ada 2, rantai pemasaran pertama yaitu petani → pedagang → konsumen/pembeli, dan rantai pemasaran kedua yaitu petani → pengepul → pedagang → konsumen/pembeli. Margin pemasaran pada semua jenis-jenis HHBK tergolong efisien, dengan persentase margin berkisar 10–40% dan *farmer's share* relatif tinggi.

SARAN

Perlu adanya penelitian lanjut mengenai nilai ekonomi jenis-jenis hasil hutan bukan kayu terutama pada produk olahannya, dikarenakan masih sedikit informasi mengenai nilai ekonomi pemasaran hasil hutan bukan kayu di pasar Kecamatan Salem.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih penulis ucapkan kepada bapak Dr. Ilham Adhya, S.Hut., M.Si sebagai dosen pembimbing 1 dan ibu Ai Nurlaila, S.TP., M.P sebagai dosen pembimbing 2, yang telah banyak memberi saran dan membimbing dalam penulisan tugas akhir ini. Ungkapan terimakasih juga disampaikan kepada bapak, ibu, keluarga besar atas segala do'a dan kasih sayangnya kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adella, N., Shalsabillah, R., Mellani, M., Saputri, I., Refki, O., Yansyah, F. F., & Setyanto, A. R. (2024). Nilai Ekonomi dan Kontribusi Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Terhadap Pendapatan Masyarakat Kampung Cikupa Desa Baru Ranji Kecamatan Merbau Mataram. *Hidroponik: Jurnal Ilmu Pertanian dan Teknologi dalam Ilmu Tanaman*, 1(3), 40-53. <https://doi.org/10.62951/hidroponik.v1i3.144>.
- Bahri, S., Baihaqi, A., & Moulana, R (2022). Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Bambu dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Pengrajin di Kecamatan Dabun Gelang Kabupaten Gayo Lues. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* , 7 (3), 631-638.
- Basuki, A. D., Theodora, N. C., & Rahmatullah (2023). Pemanfaatan Sumber Daya Pangan Lokal Sebagai Implementasi Manajemen Pendidikan Berbasis Hutan Tropis Lembap di SMK Negeri 4 Penajam Paser Utara. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 3, 61-68.
- Hamdja, F.K., Nurrochmat, D.R., & Yovi, E.Y. (2015). Analisis Pemasaran Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Kenari Di Pulau Makian Provinsi Maluku Utara. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan*. 2(1), 25-32.
- Hidayat, S., Supriatna, J., & Nugroho, R.A. (2020). Analisis Rantai Nilai Hasil Hutan Bukan Kayu di Indonesia. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 14(2), 101-112.
- Ilmi, I. M., Filianty, F., & Yarlina, V. P. (2022). Sediaan Kayu Manis (*Cinnamomum Sp*) Sebagai Minuman Fungsional Antidiabetes: Kajian Literatur. *Kimia Padjadjaran*, 1(1), 31-59.
- Kaddas, F., & Baguna, F. L. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Pengolahan HHBK Pala pada Kelompok Tani Hutan Ake Guraci di Kelurahan Marikurubu. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 1-11.
- Khairullah, A. R., Solikhah, T. I., Ansori, A. N. M., Fadholly, A., Ramandinianto, S. C., Ansharieta, R., Widodo, A., Riwu, K. H. P., Putri, N., Proboningrat, A., Kusala, M. K. J., Rendragraha, B. W., Putra, A. R. S., & Anshori, A. (2020). A Review Of An Important Medicinal Plant: *Alpinia Galanga* (L.) Willd. *Systematic Reviews In Pharmacy*, 11(10), 387-395. <https://doi.org/0.31838/srp.2020.10.62>.
- Kurnia, S., Ropalia., & Zasari, M. (2023). Karakterisasi Morfologi Tanaman Kopi Rakyat di Pulau Bangka. *Jurnal Agro Industri Perkebunan*, 11(2), 115-132. <https://doi.org/10.25181/jaip.v11i2.2717>.
- Kusumawardhani, R. T., & Risandi, L. S. (2021). Tantangan dan Kendala Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK). *Industri dan Pembangunan Budget Issue Brief*, 1(15), 1-3. <http://www.puskajianggaran.dpr.go.id/>.
- Lahur, F. V., Kaho, L. M. R., & Seran, W. (2023). Potensi Ekologis Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Jenis Tumbuhan Pewarna Alami di Desa Adat Boti Kecamatan Kie Kabupaten Timor Tengah Selatan Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Kehutanan Papuaasia*, 9(2), 190-205.
- Mahananto., & Prasetyowati, K. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Segar (Studi Kasus Di Kecamatan Ngargoyoso). *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 19(1), 42-53. <https://doi.org/10.36728/afp.v19i1.826>

- Makkarennu., Alam, S., & Pratiwi, R. (2022). Pengelolaan dan Kontribusi Hhbk Kemiri Terhadap Pendapatan Masyarakat di KPHL Selayar. *Perennial*, 18(2), 29-38. <https://doi.org/10.24259/perennial.v18i2.20792>.
- Muslim, N., Rianawati, F., & Fatriani. (2019). Inventarisasi Jenis Hasil Hutan Bukan Kayu yang dimanfaatkan Masyarakat di Desa Paramasan Atas Kecamatan Paramasan Kabupaten Banjar. *Jurnal Sylva Scientiae*, 2(1), 103-116.
- Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia. (2009). *Nomor: P. 21/Menhut-II/2009*, Tentang Kriteria dan Indikator Penetapan Jenis Hasil Hutan Bukan Kayu Unggulan.
- Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia. (2010). *Nomor: P. 43/Menhut-II/2010*, Tentang Pedoman Verifikasi Izin Usaha Pemanfaatan Hasil Hutan Kayu Pada Hutan Alam (IUPHHK-HA) dan atau pada Hutan Tanaman (IUPHHK-HTI) yang diterbitkan oleh Gubernur Atau Bupati/Walikota.
- Peraturan Menteri Kehutanan. (2007). *Nomor: P. 35/Menhut-II/2007*, tentang Hasil Hutan Bukan Kayu.
- Rahayu, E.A., Inayah, M.K., Hernyasih, N., Saepuloh, R., Guna, I. W. P., & Pramudiyanti, R. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen di Era Digital terhadap Fungsi Permintaan dan Penawaran pada Keseimbangan Pasar. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(7), 1-9. <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i7.4912>
- Safitri, A. W., Yanti, R. N., & Suwarno, E. (2023). Nilai Ekonomi dan Kontribusi Hasil Hutan Bukan Kayu Terhadap Pendapatan Masyarakat desa Halaban Kabupaten 50 Kota Sumatera Barat. *Jurnal Belantara*, 6(1), 69-79.
- Saragih, C. E., Lasut, M. T., & Pangemanan, E. F. S. (2020). Potensi Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu Pohon Aren di Kelurahan Kayawu Kota Tomohon. *jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 12(4), 1-4. <https://doi.org/10.35791/cocos.v1i1.31907>.
- Sempau, F., Adar, D., & Mau, A. E. (2021). Analisis Pemasaran Hasil Hutan Bukan Kayu pada Sistem Agroforestry di Desa Oebelo Kecamatan Amanuban Selatan Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Wana Lestari*, 3(1), 20-28.
- Silalahi, M. (2020). Bioaktivitas Asam Jawa (*Tamarindus Indica*) dan Pemnfaatannya. *Florea : Jurnal Biologi dan Pembelajarannya*, 7(2), 85-91. <https://doi.org/10.25273/florea.v7i2.7323>.
- Sinaga, P. S., & Pratama, F. (2020). Pemanfaatan Hasil Hutan Bukan Kayu Oleh Masyarakat Sekitar Hutan di Desa Kotabes Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang (Utilization of Non-Timber Forest Products by Local Communities in Kotabes Villages in Amarasi Sub-district, Kupang Regency). *Jurnal Akar*, 9(1), 61-65. <https://dx.doi.org/10.36985/jar.v9i1.194>.
- Singgano, R.G., Lumintang, J., & Lesawengen, L. (2021). Usaha Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mengatasi Dampak Covid-19 Di Kelurahan Bulagi I Kecamatan Bulagi Kabupaten Banggai Kepulauan. *Jurnal ilmiah society*, 1(1), 1-10.

- Siregar, F., & Wibowo, L.R. (2018). Kendala dan Strategi Pemasaran Hasil Hutan Bukan Kayu. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 15(1), 33–44.
- Suryani, E., & Zulkarnain. (2021). Inventarisasi dan Karakterisasi Melinjo (*Gnetum Gnetum*) di Kota Solok. *MENARA Ilmu*. 15(2), 29-36.
- Sugiyono. (2017). metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suprianto., Karismauan, P., & Agustiani, E. (2021). Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Produk Agroindustri Olahan di Kota Mataram. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora* . 7(1), 82-95.
- Syaiful, S., Irawan, B., & Hamzah. (2020). Kajian Ekologi Kepayang (*Pangium Edule*) pada Kebun Campuran di Desa Raden Anom Kecamatan Batang Asai Kabupaten Sarolangun Provinsi Jambi. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 3(1), 20-28. <https://doi.org/10.22437/jpb.v2i2.9534>.
- Tarigan, A., & Saragih, H. (2023). Identifikasi Kandungan Senyawa Bioaktif Buah Kapulaga (*Amomum Compactum*). *Jurnal Gizi*, 12(1), 46-51.
- Tavita, G. E., Issan, K. P., & Yanti, H. (2023). Pemanfaatan Bambu oleh Masyarakat di Desa Rawak Hilir Kecamatan Sekadau Hulu Kabupaten Sekadau. *Jurnal Hutan Lestari*, 11(3), 774-784.
- Triyono, K., & Sumarmi. (2018). Budidaya Tanaman Jahe di Desa Plesungan Kecamatan Gondangrejo Kab. Karanganyar Provinsi Jawa Tengah. *Adi widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1-9. <https://doi.org/10.33061/awpm.v2i2.2496>.
- Utami, L. P., Tandean, P. G., & Liliawanti. (2020). Pengaruh Pemberian Ekstrak Kencur (*Kaempferia Galanga L.*) Terhadap Peningkatan Zona Hambat Pertumbuhan Bakteri *Staphylococcus Aureus*. *Jurnal Ilmiah Kedokteran Wijaya Kusuma*, 9(2), 145-155.
- Vikram, B., Gautam, D. K., Rahul., Yadav, H. C., Gaurha, A., Kumar, V., Omer, S., & Chawla, R. (2023). Tamarind Cultivation, Value-Added Products and Their Health Benefits. *International Journal of Plant & Soil Science*, 35(21), 903-911.
- Wahyudi, Pulungan, D, R, A., Syahfitri, D., Adelia, D., & Salsabila, R, F. (2024). Daun Salam (*Syzygium Polyanthum*) Rempah Khas Indoneia Dengan Berbagai Manfaat Farmakologi: Literatur Review. *Indonesian Journal Of Pharmaceutical Education (e-journal)*, 4(3), 423-437. <https://doi.org/10.37311/ijpe.v4i3.28452>.
- Yulian, B. E., Sunaryo, D., & Prasetyo, L. B. (2021). Analisis Nilai Tukar Pendapatan Rumah Tangga Petani (NTPRP) pada Sistem Agroforestri di Kawasan Hutan Lindung Batutegi, Lampung. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*, 18(2), 111-124.