

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan pemanfaatan hasil hutan yang tidak lestari mengakibatkan semakin terbatasnya sumber daya hutan yang dapat dimanfaatkan demi memenuhi kebutuhan hidup manusia. Isu lingkungan global, seperti *global climate change* dan meningkatnya kerusakan hutan telah mendorong kompetisi penggunaan hasil hutan sebagai bahan berbagai produk agar lebih dimanfaatkan hasilnya secara efisien dan bertanggung jawab. Indonesia sebagai negara yang dijuluki *mega biodiversity country* justru mengalami kesulitan dalam mengelola sumber daya yang ada. Salah satu hasil hutan yang sampai saat ini pengelolaannya masih sangat lamban berkembang ialah kemenyan asal Kabupaten Humbang Hasundutan. (Sasmuko, 2003).

Pohon kemenyan tidak banyak tumbuh di Indonesia. Tanaman kemenyan di Indonesia terbatas dijumpai di Kabupaten Humbang Hasundutan dengan di daerah lain. Dalam jumlah yang terbatas, kemenyan didapat di Sumatera Selatan, Thailand, Laos, Kamboja dan Vietnam, yang disebut *siam benzoin*. Pertanian kemenyan ini di usahakan oleh pemerintah dan masyarakat agar mendapat hasil yang lebih baik dan di harapkan dapat memberikan dampak positif bagi peningkatan taraf hidup dan sosial ekonomi petaninya. Produktifitas tanaman kemenyan di pengaruhi oleh faktor-faktor seperti tanah, luas lahan, dan pemasaran (BPS Kab. Humbang Hasundutan 2015)

Kemenyan merupakan salah satu usaha yang berasal dari sub sektor perkebunan rakyat, belum dikenal secara luas di bandingkan dengan kopi, padi, kelapa sawit, karet dan produk perkebunan rakyat lainnya. Untuk mendapatkan getah, petani sumatera utara melakukan penyadapan (BPS Sumut, 2015). Getah kemenyan paling sohor ialah produksi Vietnam, Laos dan

Myanmar dan hampir seluruhnya diserap industri parfum eropa terutama Prancis. Kemenyan Sumatera juga dikenal tetapi eskpornya melalui pulau Jawa. Hal ini disebabkan manfaat secara nyata kemenyan ini belum jelas diketahui, bahkan petani kemenyan sendiri kurang jelas mengetahuinya. Petani dalam hal ini merupakan pekerja, pengumpul dan menjualnya, dimana mutu yang sangat bagus dari kemenyan ini memiliki harga jual yang relatif tinggi (Nurbayuto, 2001)

Nama perdagangan internasional kemenyan adalah *gum benzoin*, tetapi kemenyan lebih dikenal dengan sebutan "haminjon" oleh masyarakat batak yang tinggal di Kabupaten Humbang Hasundutan. Pada umumnya petani menjual kemenyan kepada pengumpul desa. Hanya pada situasi tertentu saja petani menjual kemenyan langsung ke pasar kemenyan yang berlokasi di Dolok Sanggul, yaitu pada saat kemenyan petani berjumlah cukup besar. Pengumpul desa selanjutnya menjual kemenyan kepada pengumpul kecamatan atau kabupaten. Pihak pengolah kemenyan biasanya menerima kemenyan dari pengumpul kecamatan atau kabupaten.

Perkembangan produksi kemenyan di kabupaten Humbang Hasundutan akan mengalami kenaikan yang signifikan kalau pemamfaatan seluruh sumberdaya dapat dioptimalkan dengan baik. BPS Propinsi Sumatera Utara 2012-2016 menyebutkan produksi kemenyan di Humbang Hasundutan.

Tabel 1.1 Produksi Tanaman (ton) Perkebunan Rakyat Menurut Jenis Tanaman di Kabupaten Humbang Hasundutan, 2012-2016

Jenis Tanaman	2012	2013	2014	2015	2016
Karet	2.084,70	2.139,70	2.171,40	2.177,50	2.365,98
Kelapa	154,40	156,40	156,10	157,57	516,12
Kelapa Sawit	340,90	346,40	346,15	346,50	370,03
Aren	123,22	123,26	125,41	-	-
Kopi	5.981,62	6.118,81	6.143,50	6.191,47	6.632,32
Teh	-	-	-	-	-
Kakao	444,30	454,34	465,30	470,40	520,01
Kemenyan	860,60	859,31	859,15	861,30	1.167,70

Pala	-	-	-	-	-	<i>Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten</i>
Kayu manis	-	-	-	-	-	
Kemiri	-	-	-	-	-	
Lada	-	-	-	-	-	
Andaliman	-	1,86	1,85	-	-	
Panili	-	-	-	-	-	
Jumlah	9.989,74	10.200,08	10.268,86	10.204,74	11.572,16	

Humbang Hasundutan 2014

Tabel 1.1 di atas memperlihatkan produksi kemenyan pada Tahun 2013 & 2014 mengalami penurunan tetapi Tahun 2015 & 2016 mengalami peningkatan yakni menjadi 861,30 ton dan 1167,70 ton. Produksi kemenyan tertinggi dicapai pada Tahun 2016 sebesar 1167,70 ton.

Kabupaten Humbang Hasundutan terdapat 7 kecamatan yang masyarakatnya bertani kemenyan yaitu Kecamatan Sijamapolang, Pollung, Doloksanggul, Onan Ganjang, Pakkat, Tarabintang dan Kecamatan Palilitan sebagaimana pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Produksi Tanaman (ton) Perkebunan Rakyat (Kemenyan) Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman di Kabupaten Humbang Hasundutan, 2012-2016.

Kecamatan	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
Pakkat	6,80	6,81	6,80	6,80	11,48
Onan ganjang	228,00	227,50	227,50	229,75	173,55
Sijamapolang	132,00	131,00	131,00	131,00	121,67
Doloksanggul	277,50	278,80	278,75	278,85	209,30
LingtongNihuta	-	-	-	-	-
Paranginan	-	-	-	-	-
Baktiraja	-	-	-	-	-
Pollung	53,00	52,00	52,00	52,00	405,95
Parlilitan	158,00	157,90	157,80	157,80	109,25

Tarabintang	5,30	5,30	5,30	5,10	85,56
HUMBAHAS	860,60	859,31	859,15	861,30	1116,70

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Humbang Hasundutan

Tabel 1.2 di atas memperlihatkan produksi tertinggi kemenyan adalah pada Tahun 2015 yaitu Kecamatan Doloksanggul, sebesar 278,85 ton sedangkan produksi kemenyan terendah adalah kecamatan Tarabintang pada Tahun 2015 yaitu sebesar 5,10 ton. Kecamatan parlilitan produksi kemenyan tertingginya adalah pada Tahun 2012 yaitu sebesar 158,00 ton.

Penelitian ini dilaksanakan diKecamatan Parlilitan karena tempat tersebut merupakan salah satu wilayah sentra pengelolaan kemenyan di Kabupaten Humbang Hasundutan.Kecamatan Parlilitan adalah salah satu wilayah yang masyarakatnya bertani kemenyan.

Tabel 1.3 Produksi Kemenyan di Kecamatan Parlilitan Menurut Desa (Ton) Tahun 2015

Desa	2015
Pusuk II Simaninggir	16,98
Pusuk I	47,61
Baringin	24,11
Sihastonga	9,26
Sionom Hudon Selatan	24,93
Sihastolak I	33,09
Sionom Hudon Timur	197,15
Sionom Hudon Utara	88,54
Sionom Hudon Julu	31,98
Sionom Hudon Tonga	27,39
Sionom Hudon Toruan	15,00
Sionom Hudon VII	12,33
Simataniari	98,79
Sihastobinsaran	36,09
Sihastolak II	29,46
Sionom Hudon Timur II	44,21
Sionom Hudon Sibulbulon	65,18
Janji Hutanapa	17,67
Baringin Natam	18,49

Sionom Hudon Runggu	6,25
Parlilitan	844,51
<i>Sumber : PPL Pertanian Kecamatan Parlilitan</i>	

Dari Tabel 1.3 menyatakan bahwa produksi kemenyan tertinggi pada Tahun 2015 terdapat pada desa Sionom Hudon Timur dengan jumlah produksi 197,15 ton. Produksi kemenyan terendah terdapat pada desa Sionom Hudon Runggu yakni 6,25 ton.

Pada umumnya petani menjual kemenyan kepada pengumpul desa. Hanya pada situasi tertentu saja petani menjual kemenyan langsung ke pasar kemenyan yang berlokasi di Dolok Sanggul, yaitu pada saat kemenyan petani berjumlah cukup besar. Pengumpul desa selanjutnya menjual kemenyan kepada pengumpul kecamatan atau kabupaten. Pihak pengolah kemenyan biasanya menerima kemenyan dari pengumpul kecamatan atau kabupaten.

Adanya sistem pemasaran yang baik akan mampu memberikan iklim yang baik antara petani kemenyan, pelaku pemasaran dan juga konsumen. Permasalahan dalam pemasaran kemenyan kurangnya informasi tentang harga kemenyan, sistem pemasarannya yang masih tradisional, biaya pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana margin saluran tataniaga kemenyan di Kabupaten Humbang Hasundutan?
2. Bagaimana efisiensi saluran tataniaga kemenyan pada setiap saluran di Kabupaten Humbang Hasundutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah:

1. Untuk menganalisa margin tataniaga kemenyan di Kabupaten Humbang Hasundutan.
2. Untuk mengetahui efisiensi tataniaga kemenyan pada setiap saluran di Kabupaten Humbang Hasundutan.

1.4 Manfaat Penelitian

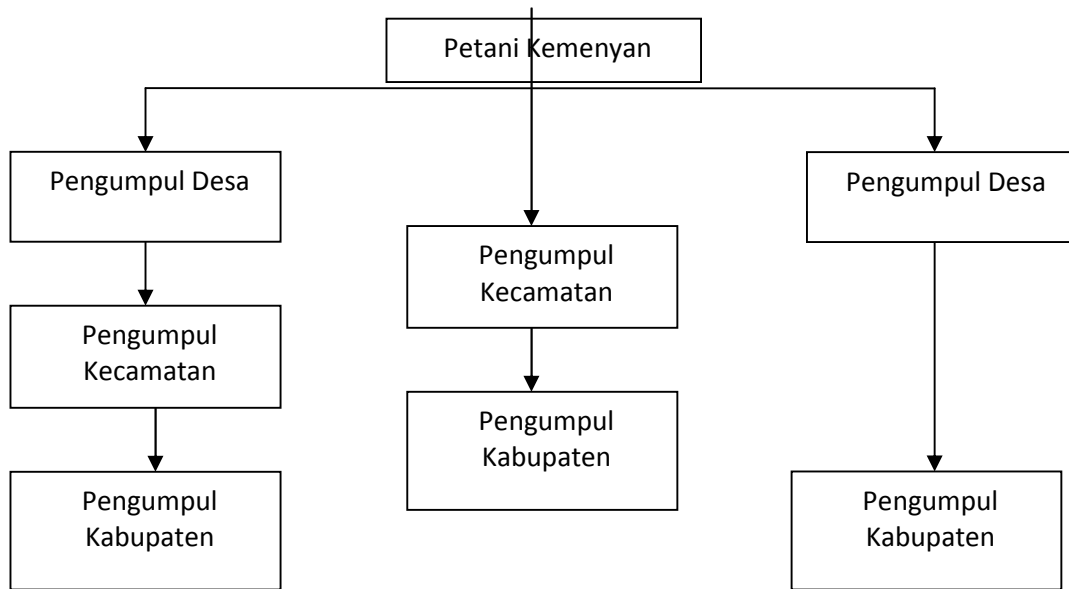
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Pemerintah Kabupaten dan semua pihak yang terkait dalam mengembangkan kemenyan. Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Pihak yang terkait dalam pengembangan kemenyan diharapkan mengetahui dan memahami margin tataniaga kemenyan yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan.
2. Pihak yang terkait dalam pengembangan kemenyan diharapkan mengetahui dan memahami efisiensi tataniaga kemenyan pada setiap saluran di Kabupaten Humbang Hasundutan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pemasaran yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan, Kecamatan Parlilitan pada umumnya petani kemenyan menjual kemenyan kepada pengumpul desa. Hanya pada situasi tertentu saja petani kemenyan menjual kemenyan ke pengumpul kecamatan misalnya saat ada pekan atau kemenyan petani tersebut dalam jumlah yang cukup besar. Saluran tataniaga kemenyan yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan sebanyak tiga saluran.

Adapun skema kerangka pemikiran tersebut dapat diperlihatkan pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran Analisis Tataniaga Kemenyan di Kabupaten Humbang Hasundutan Studi Kasus Kecamatan Parlilitan

Dalam proses pemasaran kemenyan, petani kemenyan memerlukan pihak lain untuk memasarkan kemenyan tersebut, untuk itulah diperlukan peranan lembaga pemasaran dalam pemasaran kemenyan, karena kemenyan adalah salah satu hasil perkebunan yang di ekspor oleh Indonesia tetapi Dalam penelitian ini pemasaran kemenyan yang diteliti hanya pada tingkatan pengumpul Kabupaten. Pada kegiatan pengambilan kemenyan petani kemenyan memerlukan biaya produksi yaitu biaya perlengkapan selama proses pengambilan kemenyan, biaya minyak, biaya peralatan dan biaya-biaya lainnya.

Berdasarkan kerangka pemikiran dijelaskan bahwa Proses pemasaran kemenyan yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan memiliki 3 saluran yaitu :

1. Pada saluran I petani menjual kemenyan kepada pengumpul desa kemudian pengumpuldesa menjual ke pengumpul kecamatan dan pengumpul kecamatan menjual ke pengumpul Kabupaten. Dalam pemasaran kemenyan ini setiap lembaga/pedagang

pengumpul akan mendapat biaya dalam perjalanan untuk pembelian dan penjualan kemenyan pada lembaga-lembaga berikutnya, misalnya nilai jual, nilai beli, biaya minyak, biaya makan, biaya gudang/penyimpanan. Setiap pengumpul/lembaga pemasaran juga akan memperoleh keuntungan dari setiap penjualan kemenyan yang di beli oleh pengumpul/lembaga tersebut.

2. Pada saluran II petani langsung menjual kemenyan kepada pengumpul kecamatan dari pengumpul kecamatan ke pengumpul kabupaten. Pada saluran kedua ini hampir sama saja prosesnya dengan saluran pertama dimana setiap saluran/lembaga pengumpul akan mendapat nilai beli dan nilai jual serta biaya tataniaga yaitu biaya-biaya dalam perjalanan untuk pembelian dan penjualan kemenyan pada lembaga-lembaga berikutnya, misalnya biaya minyak, biaya makan, biaya gudang/penyimpanan. Tetapi pada saluran kedua ini, petani akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.
3. Pada saluran III petani menjual kemenyan kepada pengumpul desa dari pengumpul desa langsung ke pengumpul kabupaten. Pada saluran III ini hampir sama saja prosesnya dengan saluran dua dimana setiap saluran/lembaga akan mendapat nilai beli dan nilai jual serta biaya tataniaga yaitu biaya-biaya dalam perjalanan untuk pembelian dan penjualan kemenyan pada lembaga-lembaga berikutnya, misalnya biaya minyak, biaya makan, biaya gudang/penyimpanan. Tetapi pada saluran ketiga ini pengumpul desa akan memperoleh keuntungan yang lebih besar.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tataniaga

Tataniaga merupakan salah satu cabang aspek pemasaran yang menekankan bagaimana suatu produksi dapat sampai ke tangan konsumen (distribusi). Tataniaga dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga. (Rahardi, 2000). Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Usaha pemasaran dapat berperan dalam pembentukan harga, penyerapan produksi, tumbuhnya industri perikanan dan peningkatan pelaku pemasaran (Manadiyanto, *dkk*, 1996).

Biaya tataniaga adalah semua biaya yang sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut berubah kembali dalam bentuk uang

tunai.(Mulyadi, 1991).Istilah tataniaga sering juga disebut pemasaran yang bersumber dari data marketing kegiatan tataniaga adalah sebagian dari kegiatan distribusi. Distribusi menimbulkan suatu kesan seolah orang yang bergerak didalam bagian ini bersifat statis menunggu saja apa yang akan mereka peroleh dari produsen untuk dibagi-bagikan lagi kepada konsumen. Sedangkan marketing dan tataniaga sebaliknya bersifat dinamis karena tataniaga mencakup semua persiapan perencanaan dan penelitian dari segala sesuatu yang bersangkutan paut dengan perpindahan peralihan milik atas sesuatu barang atau jasa serta pelaksanaan perpindahan dan peralihan tersebut.Marketing adalah semua kegiatan aktivitas untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen kegiatan konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif.(Nitisemito, 2010).

Menurut Kusnadi, dkk dalam bukunya *Akuntansi Manajemen Komprehensif*, Tradisional dan Kontemporer, biaya pemasaran adalah biaya yang dibebankan (segala pengeluaran) didalam penjualan suatu barang atau jasa dari keluarnya barang sampai ke tangan pembeli.

Biaya pemasaran juga dapat diartikan semua biaya yang telah terjadi dalam rangka memasarkan produk atau barang dagangan, dimana biaya tersebut timbul dari saat produk atau barang dagangan siap dijual sampai dengan di terimanya hasil penjualan menjadi kas (Supriyono, 1992: 201-202).

Biaya tetap adalah biaya yang jumlah totalnya tetap dalam suatu unit waktu tertentu, tetapi akan berubah per satuan unitnya jika volume produksi per satuan waktu tertentu berubah. Biaya ini akan terus dikeluarkan walaupun tidak berproduksi, misalnya depresiasi, bunga modal, pajak langsung, gaji karyawan tetap dan lain sebagainya. Biaya variabel adalah biaya yang per satuan unit produksinya tetap, tetapi akan berubah jumlah totalnya jika volume produksi berubah. Biaya ini tidak diperlukan apabila tidak berproduksi, misalnya upah borongan, bahan baku, pemeliharaan, perbaikan dan lain sebagainya.(Alex S Nitisemito, 2010).

2.2. Lembaga Tataniaga

Lembaga tataniaga adalah suatu badan usaha atau individu yang menyelenggarakan tataniaga, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga tataniaga ini muncul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga tataniaga ini adalah menjalankan fungsi-fungsi tataniaga serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga tataniaga ini berupa margin tataniaga. (Nurbayuto, 2011).

Menurut Limbong dan Sitorus (1987); penyaluran produk yang dihasilkan oleh produsen tidak dapat dilakukan oleh produsen itu sendiri dikarenakan jarak antara produsen dengan konsumen berjauhan, maka fungsi lembaga tataniaga sangat diharapkan untuk menggerakkan produk dari produsen hingga konsumen. Perantara ini bisa dalam bentuk perorangan, perserikatan ataupun perseroan. Fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas ini akan dilakukan oleh lembaga-lembaga perantara tersebut. Menurut penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (1) lembaga yang tidak memiliki tetapi menguasai benda, seperti agen perantara atau makelar; (2) lembaga yang memiliki dan menguasai komoditi-komoditi pertanian yang diperjualbelikan, seperti pedagang pengumpul, tengkulak, eksportir dan importir; (3) lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan menguasai komoditi-komoditi pertanian yang diperjualbelikan, seperti perusahaan-perusahaan penyedia fasilitas-fasilitas transportasi, asuransi pemasaran dan penentu kualitas produk pertanian atau surveyor (Sudiyono 2002, diacu dalam Nurbayuto 2011).

Petani menjual kemenyan dengan proses pengolahannya yang masih sangat sederhana (Sinaga 2009). Getah kemenyan yang sudah dikeringkan akan dipasarkan ke Dolok Sanggul dan

jika petani yang memiliki hasil panen sedikit maka getah akan dititipkan ke petani lain yang akan pergi ke Dolok Sanggul (Rajagukguk, 2009).

Harga getah kemenyan ditentukan berdasarkan kesepakatan yang terjadi antara pedagang pengumpul dengan petani. Jika getah kemenyan yang dijual petani bersih, artinya kemenyan diolah terlebih dahulu dan hanya sedikit kotoran yang terdapat pada kemenyan maka harga jualnya semakin mahal.

Posisi tawar petani terhadap harga dalam perdagangan kemenyan sangat rendah sehingga petani menghadapi kesulitan finansial dan akhirnya bergantung pada pedagang perantara. Kesulitan finansial petani disebabkan juga oleh faktor lain, seperti kurangnya akses informasi, tidak berfungsinya lembaga pemasaran ditingkat petani serta rendahnya kemampuan manajemen pemasaran petani (Sinaga, 2009).

2.3. Margin Tataniaga

Margin tataniaga merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen. Pengertian margin tataniaga ini sering dipergunakan untuk menjelaskan fenomena yang menjembatani adanya kesenjangan antara pasar di tingkat petani dengan pasar di tingkat pengecer.

Dahl dan Hammond (1977), menyatakan bahwa margin tataniaga menggambarkan perbedaan harga di tingkat lembaga pemasaran (Pr) dengan harga di tingkat produsen (Pf). Nilai margin tataniaga (*value of marketing margin*) merupakan perkalian antara margin tataniaga dengan volume produk yang terjual $[(Pr-Pf)Qrf]$ yang mengandung pengertian marketing cost dan marketing charge. Jadi pendekatan terhadap nilai margin tataniaga dapat melalui returns to factor (marketing cost) yaitu penjumlahan dari biaya tataniaga, yang merupakan balas jasa terhadap input yang digunakan seperti tenaga kerja, modal, investasi yang diberikan untuk kelancaran

proses tataniaga dengan pendekatan returns to institution (marketing charge), yaitu pendekatan melalui lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses penyaluran atau pengolahan komoditi yang dipasarkan (pedagang, pengolah, grosir, agen dan pengecer).

Setiap lembaga tataniaga melakukan fungsi pemasaran dan fungsi yang dilakukan antar lembaga biasanya berbeda. Hal tersebut menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga satu dengan lembaga lainnya sampai ke tingkat konsumen. Semakin banyak lembaga tataniaga yang terlibat, semakin besar perbedaan harga antara produsen dengan harga di tingkat konsumen. Tinggi rendahnya margin tataniaga sering digunakan sebagai kriteria untuk penilaian apakah pasar tersebut sudah efisien atau belum, tetapi tinggi rendahnya margin tataniaga tidak selamanya dapat digunakan sebagai ukuran efisien kegiatan tataniaga.

Margin tataniaga yang rendah tidak otomatis dapat digunakan sebagai ukuran efisien tidaknya pola pemasaran suatu komoditi. Tingginya margin dapat disebabkan oleh berbagai faktor yang berpengaruh dalam proses kegiatan tataniaga, antara lain ketersediaan fasilitas fisik tataniaga berupa pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, resiko kerusakan dan lain-lain.

Besaran nilai dan persentase margin, biaya, keuntungan, serta farmer's share pada penelitian dihitung berdasarkan rumus (Hamid, 1972) sebagai berikut :

1. Margin Tataniaga Parsial : Harga Jual – Harga Beli
2. Margin Tataniaga Total : Harga pengumpul desa –
Harga pengumpul Kabupaten
3. Keuntungan Tataniaga : Margin Tataniaga – Biaya
4. Farmer's share : $Lk = \frac{He - M}{He} \times 100\%$

dimana : Lk = Bagian harga yang diterima petani kemenyan (%)

M = Margin total (Rp/Kg)

Hp = Harga pedagang pengumpul (Rp/Kg)

Catatan : Jika LP > 50%, maka pemasaran dapat dikatakan efisien.

Biaya penyusutan dihitung dengan metode garis lurus seperti pada persamaan (1), sedangkan bunga modal dihitung menggunakan persamaan (2), dengan i% sebagai tingkat suku bunga per tahun.

$$D_i = \frac{(P_i - R_i)}{N_i} \quad (1)$$

$$M_i = \frac{(P_i - R_i) \frac{N+1}{2} + R_i}{2N} \times i \% \quad (2)$$

keterangan:

- D_i : Depresiasi dari investasi ke-i (Rp/tahun); dimana i: bangunan, kendaraan, barang inventaris, peralatan dan perlengkapan
- M_i : Bunga modal dari investasi ke-i (Rp/tahun); dimana i: bangunan, kendaraan, barang inventaris, peralatan dan perlengkapan.
- P_i : Harga beli dari investasi ke-i (Rp/tahun); dimana i: bangunan, kendaraan, barang inventaris, peralatan dan perlengkapan.
- N_i : Masa pakai ekonomis dari investasi ke-i (Rp/tahun); dimana i: bangunan, kendaraan, barang inventaris, peralatan dan perlengkapan.
- R_i : Nilai sisa (rongsokan) dari investasi ke-i (Rp/tahun); dimana i: bangunan, kendaraan, barang inventaris, peralatan dan perlengkapan.
- i% : Tingkat suku bunga per tahun (% per tahun)

Besaran margin tataniaga yang pada setiap saluran pemasaran kemenyan oleh masing-masing harga yang berlaku di tiap petani kemenyan dan pelaku pemasaran.

2.4. Efisiensi Tataniaga

Efisiensi tataniaga dapat diukur dengan dua cara yaitu efisiensi operasional dan harga. Efisiensi operasional menunjukkan biaya minimum yang dapat dicapai dalam pelaksanaan fungsi dasar pemasaran yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi dan aktivitas fisik dan fasilitas. Efisiensi harga menunjukkan pada kemampuan harga dan tanda-tanda harga untuk penjualan serta memberikan tanda kepada konsumen sebagai panduan dari penggunaan sumber daya produksi dari sisi produksi dan tataniaga serta efisiensi harga menekankan kepada kemampuan dari sistem pemasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen (Dahl dan Hammond, 1977).

Efisiensi operasional biasanya dapat diukur dari margin pemasaran, analisis farmer's share, analisis rasio keuntungan atas biaya serta analisis fungsi-fungsi pemasaran, kelembagaan dari analisis S-C-P (structure, conduct and performance). Efisiensi harga biasanya diukur dari korelasi harga untuk komoditi yang sama pada tingkat pasar yang berbeda (Asmarantaka, 2009).

Dalam saluran tataniaga di bidang pertanian, pada umumnya yang mendapatkan keuntungan tertinggi adalah pedagang besar, dan keuntungan terendah adalah petani produsen. Padahal pengorbanan tertinggi dikeluarkan oleh petani produsen. Pedagang dalam proses pengaliran produk hasil pertanian hanya dalam hitungan hari, sedangkan petani produsen membutuhkan waktu yang lebih lama dapat mencapai tiga bulan, yaitu dari penanaman sampai pemanenan. Dengan demikian seharusnya petani produsenlah yang layak mendapatkan keuntungan tertinggi.

Analisis farmer's share digunakan untuk membandingkan harga yang dijual pengolah terhadap harga yang diterima oleh petani (Limbong dan Sitorus 1987). Besarnya nilai bagian petani dapat dihitung berdasarkan persamaan (3). Salah satu penilaian efisiensi tataniaga adalah

bagian harga yang diterima oleh petani atau farmer share. Rumus farmer share adalah sebagai berikut:

$$\text{Farmer's Share} = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \% \quad (3)$$

keterangan:

Pf = Harga di tingkat petani

Pr = Harga yang dibayarkan pengumpul akhir/pengolah

Apabila nilai farmer share semakin tinggi, maka semakin besar bagian yang diterima petani. Hal ini menurut Yogi dan Rantaningtyas, (2012: 119) mencerminkan keadilan pembagian tataniaga. Dengan demikian semakin tinggi farmer share maka semakin efisien tataniaga tersebut.

2.5. Usaha Tani Kemenyan

Kemenyan adalah jenis pohon yang tumbuh di lereng-lereng bukit dan pada tanah berpasir pada ketinggian 1000-5000 m di atas permukaan laut. Pohon ini banyak ditemui di Kabupaten Tapanuli Utara yang dikenal dengan nama "Haminjon" atau "Kemenyan Toba". Kemenyan dapat tumbuh pada tanah-tanah tinggi yang berpasir maupun lempung rendah di hutan alam, tapi secara umum kemenyan menghendaki tanah yang memiliki kesuburan yang baik (Panggaribuan, 2004).

Kemenyan atau gum benzoin di dalam perdagangan biasa disebut sebagai sumatra benzoin atau gum benjamin. Kemenyan merupakan balsamic resin yang diperoleh dari hasil pelunakan batang pohon *Styrax benzoin Dryand* atau *Styrax paralleloneurus Perkins*, sedangkan yang dihasilkan dari *Styrax tonkinensis (Pierre)* atau kemungkinan juga dari jenis-jenis lain dikenal dengan nama siam benzoin. *Styrax* berasal dari bahasa Yunani kuno "storax" yaitu nama yang digunakan untuk getah yang berbau harum. Kata "benzoin" berasal dari bahasa Arab, yaitu "ben"

yang berarti harum dan “zoa” berarti getah jadi. Benzoin adalah getah yang berbau harum (Clause 1961, diacu dalam Widiyastuti et al. 1995).

Seorang Asisten Peneliti pada Balai Penelitian Kehutanan Pematang Siantar bernama Sentot Adi Sasmuko membagi kemenyan sumatera dalam 3 golongan: pertama kemenyan toba (*Styrax sumatrana* J.J.SM), kedua kemenyan durame (*Styrax benzoin* Dryand), dan ketiga kemenyan aek nauli. Pembagian oleh Sasmuko dinilai sedikit berbeda dengan pembagian yang dibuat petani kemenyan, yaitu haminjon toba, haminjon bulu, haminjon durame dan haminjon dairi. Menurut petani, khusus haminjon toba terbagi lagi menjadi (a) pargotta porak, yakni kemenyan yang getahnya cepat kering dan (b) pargotta mendet, yakni kemenyan yang getahnya lama kering (Zuska 2005).

2.5.1. Kelebihan Kemenyan

Kemenyan digunakan dalam dupa dan parfum. Kristal ini diolah dan diperoleh dari pohon jenis *Boswellia* dalam keluarga tumbuh-tumbuhan *Burseraceae*, *Boswellia sacra* (Sinonim *B. carteri*, *B. thurifera*, *B. bhaw-dajiana*), *B. frereana* dan *B. serrata* (kemenyan India). Kemenyan ini juga termasuk dalam *ordo Ebenales*, *familia Styracaceae* dan *genus Styrax*. Selain itu terdapat 7 (tujuh) jenis kemenyan yang menghasilkan getah tetapi hanya 4 jenis yang secara umum lebih dikenal dan bernilai ekonomis yaitu Kemenyan Sumatra (*Styrax benzoin*), kemenyan bulu (*Styrax paralleloneurus*), Kemenyan Toba (*Styrax sumatrana* J.J.Sm) dan Kemenyan Siam (*Styrax tokinensis*).

Tetapi jenis kemenyan yang paling umum dibudidayakan secara luas di Sumatera Utara adalah jenis kemenyan toba dan kemenyan durame. *Styrax sumatrana* J.Sm adalah jenis pohon kemenyan yang pada umumnya tumbuh di daerah kabupaten Humbang Hasundutan, Tapanuli Utara dan Tapanuli Tengah yang hasilnya dikenal dengan nama daerah “*Haminjon*”

atau "kemenyan toba" . Kemenyan toba biasa dikenal juga dengan *Styrax Paralleloneurum*. Kelebihan kemenyan dari Humbang Hasundutan adalah memiliki nilai jual yang sangat tinggi disbanding dari daerah-daerah lain.

2.5.2. Kelemahan Kemenyan

Sumatera Utara (khususnya Kabupaten Humbang Hasundutan) merupakan salah satu daerah penghasil kemenyan (haminjon) di Indonesia. Bahkan, jika pemberdayaan petani diefektifkan, Sumut bisa menjadi penghasil kemenyan di dunia. Sebab, pohon kemenyan yang tumbuh di Sumut memiliki kualitas yang baik yakni haminjon toba atau *styrax sumatrana* dan haminjon durame atau *styrax benzoin dryand* yang menghasilkan getah beraroma spesifik dan diperoleh melalui penyadapan. Sayangnya, tidak adanya program pembudidayaan membuat produksi kemenyan hanya tergantung dari hasil hutan. Makanya komoditas ini sangat sulit menjadi komoditas kelas "wahid", meski potensinya cukup besar. Sistem pemasaran kemenyan serta kurangnya informasi tentang tataniaga kemenyan juga masih terbilang masih tradisional sehingga petani kemenyan belum mendapat keuntungan yang besar.

2.5.3. Budidaya Kemenyan

Kemenyan (*Styrax* sp.) merupakan salah satu jenis pohon yang secara alami tumbuh di Kabupaten Humbang Hasundutan dan tidak banyak tumbuh di daerah dan negara lain. Dalam jumlah terbatas, kemenyan memang terdapat di Sumatera Selatan, dan lumayan banyak di Thailand, Malaysia, Laos, Myanmar, Kamboja dan Vietnam. Di Sumatera Utara jenis kemenyan sampai saat ini masih dibudidayakan secara luas di Kabupaten Humbang Hasundutan, Tapanuli Utara, Tapanuli Selatan, Tapanuli Tengah dan Kabupaten Dairi, sedangkan di Sumatera Selatan seluruhnya tumbuhan alami (Jayusman et al, 1999).

Ada beberapa syarat tumbuh kemenyan yaitu :

1. Tanah

Tanaman kemenyan tidak memerlukan persyaratan yang istimewa terhadap jenis tanah, dapat tumbuh pada tanah podsolik, andosol, latosol, regosol, dan berbagai asosiasinya, mulai dari tanah bertekstur berat sampai ringan dan tanah yang kurang subur sampai yang subur lebih baik. Jenis tanaman ini tidak tahan terhadap genangan, sehingga untuk pertumbuhan memerlukan tanah yang mempunyai porositas tinggi (mudah meneruskan/meresapkan air). Di samping itu yang perlu di perhatikan tingkat keasaman tanah (PH tanah). Berdasarkan kenyataan di lapangan tanaman kemenyan tumbuh baik pada tingkat PH tanah antara 4-7. Jenis tanaman ini akan tumbuh lebih baik pada solum tanah yang dalam (Departemen Kehutanan dan Perkebunan, 1999).

2. Iklim

Tanaman kemenyan memerlukan banyak cahaya matahari dan curah hujan yang cukup tinggi dan tersebar merata hamper sepanjang tahun berkisar 1919-2395 mm/tahun, suhu bulanan 17-29^o C dan kelembapan rata-rata 85,04% dengan tipe iklim Schmidt dan Ferguson A dan B. Keadaan iklim sangat besar pengaruhnya terhadap pertumbuhan tanaman kemenyan yang di usahakan (Departemen Kehutanan dan Perkebunan, 1999).

3. Topografi

Secara ilmiah tanaman kemenyan yang banyak terdapat di Sumatera Utara tumbuh mulai dari dataran rendah sampai sampai ketinggian 1500 mdpl, tetapi rata-rata tumbuh pada

ketinggian antara 100-700 mdpl. Jenis tanaman ini tumbuh pada keadaan lapangan dari mulai datar sampai berbukit-bukit/bergelombang (Departemen Kehutanan dan Perkebunan, 1999).

Kegiatan penyadapan getah kemenyan yang dilakukan oleh para petani secara umum terdiri dari beberapa kegiatan antara lain : menakik, membersihkan, dan mensugi. Kegiatan menakik merupakan kegiatan yang pertama kali dilakukan oleh petani dalam pengelolaan hutan kemenyan. Kegiatan ini sama halnya dengan kegiatan menyadap pada pohon karet atau pinus.

Urutan kegiatan menakik adalah sebagai berikut : membersihkan semak-semak yang berdekatan dengan pohon kemenyan yang akan ditakik dengan menggunakan parang, kemudian dilanjutkan membersihkan pohon kemenyan dengan cara mengguris bagian kulit pohon tersebut. Kegiatan tersebut dilakukan untuk membersihkan lumut yang menempel pada kulit pohon sehingga getah yang dihasilkan tidak kotor (Dede, 1998).

Penakikan dilakukan dengan menggunakan pisau takik “ agat panugi” dalam bahasa batak. Menakik dilakukan dengan membuat luka pada bagian kulit pada garis vertical dengan panjang 2-3 cm dengan kedalaman (bergantung pada ketebalan kulit) sampai pada kayunya. Bila pisau tertancap dengan baik pada kulit, kemudian pisau tersebut ditekan kearah kiri atau kanan, sehingga keadaan kulit tersebut terkoak dan terdapat ruangan terbuka diantara kulit dan bagian kayu 4x3 cm. Kulit kayu yang terkoak dipukul-pukul dengan pali dalam bahasa batak disebut dengan “agat panuktuk” sebanyak 5-7 kali secara pelan-pelan, karena terlalu keras atau pelan getah tidak akan keluar (Dede, 1998).

Pemanenan kemenyan berlangsung 3-4 bulan setelah penyadapan. Hasil rata-rata dari kemenyan disebut sekitar 0.1-0.5 Kg/Pohon, suatu pohon yang baik menghasilkan sekitar 1

kg.(FAO, 2001).Dalam penelitian Faradilla (2004), dalam penentuan rata-rata produksi getah kemenyan per pohon diperoleh rata-rata 136,076 gr/pohon.

2.5.4. Manfaat Kemenyan

Menurut catatan sejarah pantai Barus (Fansyur) merupakan pusat perdagangan kemenyan di Sumatera pada masa lampau. Pelabuhan ini terletak di pantai barat pulau Sumatera. Pelaut timur tengah, cina dan india sejak abad pertama telah membawa kapur barus dan kemenyan dari Tapanuli. Komoditi tersebut banyak digunakan sebagai bahan pengawet mumi para raja di Romawi dan Mesir.Pada masa itu komoditi ini termasuk barang mahal yang dijual dengan harga lebih tinggi daripada emas.Secara tradisional masyarakat umumnya menggunakan kemenyan sebagai bahan pembantu dalam kegiatan-kegiatan ritual dan bahan campuran rokok (Sasmuko 2003).

Informasi yang lebih terbaru mengatakan bahwa kemenyan dapat digunakan sebagai bahan pengawet, termasuk pengawet makanan (Zuska, 2005). Kemenyan sumatera mengandung senyawa kimia yang terdiri dari asam sinamat bebas (10%), sedikit asam benzoat (2-3%) dan koniferil sinamat, koniferil benzoat bersama sinamil sinamat (70-80%) (Ketaren 1985). Apabila kemenyan tersebut diolah melalui proses kimia dapat menghasilkan berbagai senyawa seperti asam sinamat, koniferil alkohol, sinamil alkohol, serta asam benzoat, senyawa ini masing-masing memiliki aktivitas dengan kegunaan tersendiri.

Kemenyan dari daerah Kabupaten Humbang Hasundutan banyak mengandung asam sinamat. Asam sinamat memberikan bau yang spesifik pada kemenyan, sehingga sering digunakan sebagai bahan baku industri parfum, kosmetik dan farmasi. Menurut Wells dan Billot (1995) diacu dalam Tarigan dan Ginting (2005), sinamil alkohol merupakan bahan dasar dalam

pembuatan sinamil asetat yang dapat digunakan sebagai bahan pencampur parfum, baik bahan pewangi (base note) maupun sebagai pengikat (fixative).

1. Manfaat Ekonomi

Bupati Humbahas, Dosmar Banjarnahor mengatakan, secara ekonomi bisnis getah kemenyan masyarakat adat Pandumaan-Sipituhuta, sangat menjanjikan. Apalagi, warga sudah menjalankan bisnis ini turun-temurun. Untuk itu, pemerintah Humbahas berencana bikin perusahaan daerah khusus mengelola getah kemenyan dan komoditas andalan di sana. “Diharapkan, dengan ada perusahaan daerah khusus menangani bisnis getah kemenyan ini, kejayaan getah kemenyan dimasa lampau kembali bangkit di Humbahas,” ucap Dosmar kepada *Mongabay*.

Selama ini, para petani kemenyan hanya terpatok pada agen dan tengkulak. Hasil panen mereka jual kesana, hingga tak bisa terdata dengan baik berapa petani kemenyan yang masih aktif, berapa luas hutan tersisa pasca masuk PT Toba Pulp Lestari (TPL). Dengan ada perusahaan daerah khusus kemenyan, akan diawasi soal penjualan, peningkatan ekonomi petani, sampai bagaimana menghasilkan getah berkualitas tinggi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Humbahas, dalam setahun penghasilan kemenyan masyarakat Humbahas mencapai Rp200 miliar. Angka ini sangat fantastis dan harus terus ditingkatkan lagi dimasa medatang. Selama ini, pasar ekspor getah kemenyan dari Humbahas, cukup tinggi. Setidaknya ada dua negara jadi pelanggan tetap bisnis getah kemenyan terbaik dari Humbahas ini, yaitu Singapura, dan Prancis.

(Roganda Simanjuntak, 2009) Ketua Pengurus Wilayah Aliansi Masyarakat Adat Nusantara (AMAN) Tano Batak, mengatakan, separuh kecamatan Kabupaten Humbahas, warga mengantungkan hidup dari bertani kemenyan. "Perputaran uang hasil kemenyan cukup tinggi. Semua pihak khusus Pemkab Humbahas harus melindungi masyarakat adat dan hutan kemenyan mereka, " katanya seraya bilang, peraturan daerah soal pengakuan dan perlindungan hak-hak masyarakat adat masih proses.

2. Manfaat Lingkungan

Pemanfaatan hasil utama budidaya pohon Kemenyan adalah (a) produksi getah Kemenyan, (b) produksi kayu dan (c) pemanfaatan untuk tujuan lain.

a). Produksi Getah Kemenyan

Getah kemenyan sangat banyak manfaat diantaranya : (1). Tradisi religi masih sering menggunakan getah Kemenyan, terutama pada upacara – upacara untuk mendapatkan aroma dupa yang baik. Di pulau Jawa sering dicampur dengan kayu cendana pada saat pembakarannya. Di Timur Tengah penggunaan getah Kemenyan sebagai dupa yang sempurna dengan mencampur dengan getah Murh (minyak). (2). Kandungan getah Kemenyan antara lain terdiri dari: Asam Sinamat ($C_6H_5CH-CHOOH$), Asam benzoate, Styrol Vanillin ($C_8H_8O_3$), Styracin, Coniferil benzoate, Coniferil sinamate, Resin benzoeresinoldan suma resinotannol. Asam Sinamat adalah bahan penolong pada pembuatan berbagai bahan kimia pada pembuatan obat-obatan (farmasi), parfum, kosmetik, makanan dan minuman. Khan (2001).

b). Produksi Kayu Kemenyan

Kayu kemenyan dapat digunakan sebagai bahan dasar untuk bangunan dan kayu kemenyan dapat juga digunakan untuk kayu bakar.

c). Pemanfaatan Untuk Tujuan Lain

1. Meredakan **Stres**

Kemenyan yang telah diambil minyaknya dapat memberikan rasa damai meredakan stress. Tambahkan beberapa tetes minyak kemenyan pada bak mandi Anda yang berisi air hangat dan gunakan untuk berendam. Atau tambahkan beberapa tetes ke diffuser alat penguap untuk melawan kecemasan dan relaksasi di rumah Anda setiap saat.

2. Pembersih Rumah Alami

Minyak kemenyan adalah antiseptik, membantu menghilangkan bakteri dan virus dari rumah Anda. Tanaman ini juga biasanya dibakar untuk membantu disinfeksi area dan digunakan sebagai penghilang bau alami Jalur selama ini, dari Pandumaan-Sipituhuta, ke agen besar, lalu dikirim ke Solo. Dari sana dikirim ke Singapura, lalu Prancis. Kala terbentuk perusahaan daerah, katanya, unit usaha itu yang akan jadi pemasok tunggal ke sejumlah negara pemesan. "Kita sedang merancang. Kita akan memutus mata rantai penjualan. Saya menargetkan pengelolaan bisnis kemenyan bisa meningkatkan taraf hidup petani kemenyan di kabupaten pemekaran ini."

3. Anti Penuaan

Minyak esensialnya membantu mengurangi noda jerawat, munculnya pori-pori besar, mencegah keriput, bahkan membantu mengangkat dan mengencangkan kulit

dengan tanda-tanda penuaan secara alami. Campur enam tetes minyak sampai satu ons minyak yang tidak diberi wewangian dan oleskan langsung ke kulit. Uji coba dulu di area kecil untuk menghindari kemungkinan alergi.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Marbun (2012) **Sikap Petani Terhadap Rantai Tataniaga Kemenyan dengan Studi Kasus : Desa Matiti II Kecamatan Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan** yang menyatakan bahwa Sistem Tataniaga yang dilakukan di daerah penelitian adalah system tataniaga yang pada umumnya dilakukan dalam memasarkan suatu komoditi yaitu dengan memakai beberapa saluran atau lembaga tataniaga dengan beberapa tehnik dan proses tataniaga yang ada didalamnya seperti tehnik penjualan, pembayaran, penimbangan, pengolahan, standarisasi, penetapan harga serta informasi pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Lumban Gaol (2012) **Analisis Profitabilitas Dan Tataniaga Kemenyan di Desa Sampean, Kabupaten Humbang Hasundutan, Sumatera Utara** yang menyatakan bahwa Biaya produksi usaha kemenyan di Desa Sampean untuk petani dengan luas lahan rata-rata 5 ha sebesar Rp24.76 ribu/kg atau Rp4.99 juta/tahun. Tingkat keuntungan usaha kemenyan selama setahun sebesar Rp10.47 juta atau Rp2.09 juta/ha setara dengan Rp.174.5 ribu/ha setiap bulan. Apabila biaya jasa petani pergi ke hutan dimasukkan dalam perhitungan maka biaya upah yang semula Rp15 ribu/hari ditambahkan dengan Rp50 ribu/hari menjadi Rp65 ribu/hari, sehingga biaya produksi berubah dari Rp4.99 juta/tahun menjadi 13.99 juta/tahun atau Rp69.39 ribu/kg. Keuntungan berubah menjadi Rp1.47 juta/tahun. Oleh karena itu secara ekonomi usaha kemenyan yang dilakukan petani belum menguntungkan tetapi secara finansial petani sudah mendapat untung.

Penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2015) **ANALISIS PEMASARAN KEMENYAN (Styrax spp.) (Studi Kasus : Kec. Pollung, Kab. Humbang Hasundutan)** yang menyatakan alur pemasaran kemenyan dilakukan dengan wawancara kepada petani maupun pengusaha yang dihubungkan dengan harga jual tiap produknya, sehingga diketahui juga besarnya nilai tambah yang diperoleh setelah adanya pengolahan kemenyan dan alur pemasarannya. Kemudian dihitung dengan rumus margin pemasaran dan margin keuntungan. Strategi prioritas pemasaran kemenyan di Kecamatan Pollung adalah membentuk kelompok tani dan koperasi di tingkat desa, pengawasan terhadap sistem pemasaran getah kemenyan, pengelolaan kemenyan yang lestari, peningkatan sumber daya manusia dan penggunaan bibit tanaman kemenyan unggul. Pelaksanaan penelitian ini memiliki dua data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer antara lain data sosial ekonomi, alur pemasaran kemenyan, perbandingan harga nilai jual kemenyan mulai dari pedagang terkecil hingga terbesar. Data sekunder yang dikumpulkan antara lain adalah kondisi umum lokasi atau data umum yang ada pada instansi pemerintah di Kecamatan Pollung, Kabupaten Humbang Hasundutan.

Penelitian yang dilakukan oleh Carolina (2015) **Pola Hubungan Sosial Ekonomi Petani Kemenyan dengan Toke di Desa Pandumaan, Kecamatan Pollung, Kabupaten Humbahas** yang menyatakan Untuk menganalisis dan menginterpretasikan pola hubungan sosial ekonomi yang terjadi antara petani kemenyan dengan toke di Desa Pandumaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara serta studi kepustakaan. Adapun yang menjadi unit analisis dan informan dalam peneliti ini adalah petani kemenyan dan toke yang merupakan masyarakat adat Pandumaan sebagai informan kunci dan masyarakat lainnya yang dianggap

mengetahui kondisi desa dan rumusan masalah pada penelitian ini. Interpretasi data dilakukan dengan pengolahan dari catatan maupun hasil wawancara setiap kali turun ke lapangan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Penentuan Daerah Penelitian

Daerah penelitian dipilih secara sengaja (purpositive sampling) yaitu Kabupaten Humbang Hasundutan di Kecamatan Parlilitan, dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu daerah sentra produksi kemenyan dan mayoritas penduduknya memiliki hutan kemenyan sehingga diharapkan data yang diperlukan dapat diperoleh secara akurat. Lokasi penelitian saya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

PETA KABUPATEN HUMBANG HASUNDUTAN



3.2. Metode Penentuan Sampel

Peneliti memilih 3 desa yang menjadi tempat penelitian yaitu :

- 1. Sionom Hudon Timur** karena desa tersebut adalah sebagai penghasil kemenyan paling tinggi di Kecamatan Parlilitan
- 2. Sihas Tonga** karena desa ini adalah wilayah pemasaran Kemenyan dan desa yang mempunyai KUD sekaligus lokasi pekan paling besar yang ada di Kecamatan Parlilitan
- 3. Baringin** karena untuk mendapat informasi akan lebih mudah dimana desa ini adalah desa saya sendiri.

3.2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang berprofesi sebagai petani kemenyan dan lembaga-lembaga pemasaran kemenyan di kabupaten Humbang Hasundutan Kec.Parlilitan desa Baringin, Sihas Tonga, dan Sionom Hudon Timur.

3.2.2. Sampel

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 24 responden yang diambil dengan menggunakan *purposive Sampling* (secara sengaja) yang mana terdapat pada 3 desa yaitu Desa Baringin, Sihas Tonga, dan Desa Sionom Hudon Timur dengan jumlah petani kemenyan dan terdapat 3 Lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1. Populasi Petani Kemenyan dan Lembaga/pengumpul Kemenyan

Penelitian ini dilakukan pada 3 Desa yaitu Desa Baringin, Sionom Hudon Timur, Sihas Tonga dengan jumlah populasi petani kemenyan pada tiap desa berbeda. Penelitian ini juga dilakukan pada 3 lembaga pemasaran/pedagang pengumpul, yaitu Pengumpul Desa, Pengumpul Kecamatan, dan Pengumpul Kabupaten. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada table 3.1.

Desa	Sampel Petani	Sampel Lembaga/Pedagang
Sihas Tonga	2	
Sionom Hudon Timur	2	
Baringin	2	
Total	6	
Responden Lembaga Pemasaran		
Pengumpul Desa Sihas Tonga		2
Pengumpul Desa Sionom Hudon Timur		2
Pengumpul Desa Baringin		2
Pengumpul Kecamatan		6
Pengumpul Kabupaten		6
Total	6	18

Keterangan : Jumlah seluruh sampel adalah 24.

Tabel 3.1 diatas diperoleh bahwa jumlah sampel dalam penelitian sebanyak 24 responden yang di ambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*” (*secara sengaja*) yang mana terdapat 3 desa 3 Lembaga Pemasaran/Pengumpul.

Jumlah pengambilan sampel petani kemenyan yang di ambil adalah 2 responden setiap desa dengan jumlah keseluruhan sampel petani kemenyan yaitu 6 orang. Sampel pengumpul desa

adalah 2 orang/desa dengan jumlah sampel pengumpul desa sebanyak 6 orang. Sampel pengumpul kecamatan sebanyak 6 orang dan sampel pengumpul kabupaten adalah 6 orang.

3.3. Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer berupa Jumlah produksi kemenyan, harga kemenyan per unit/kg, peta saluran tataniaga, lembaga tataniaga, harga penjualan kemenyan di setiap pengumpul, harga pembelian kemenyan di setiap pengumpul, keuntungan di setiap pengumpul, biaya tataniaga di setiap pengumpul dan data lainnya yang diperoleh langsung dari wawancara langsung dengan petani kemenyan dan lembaga-lembaga (pengumpul kemenyan) pemasaran kemenyan.

Data sekunder diperoleh dari berbagai instansi terkait, kantor kabupaten, kantor camat, kantor lurah/desa, buku statistic kabupaten Humbang Hasundutan dan Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Utara.

3.4. Metode Analisis Data

Data penelitian dianalisa secara deskriptif yaitu dengan menanyakan langsung saluran tataniaga kemenyan dan lembaga pemasaran kemenyan di lapangan. Selanjutnya, margin tataniaga kemenyan dihitung untuk mengetahui saluran yang paling efisien.

Margin tataniaga berguna untuk melihat efisiensi operasional tataniaga kemenyan, yang dihitung dengan cara pengurangan harga penjualan dan harga pembelian pada setiap tingkat lembaga tataniaga. margin tataniaga dapat dicari dengan persamaan : Menurut (Sudiyono, 2004), margin tataniaga dapat dicari dengan persamaan:

$$\text{Margin Tataniaga (MT)} = \text{Pr} - \text{Pf}$$

Keterangan :

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat Petani

Untuk menguji hipotesis tentang efisiensi tataniaga digunakan analisis efisiensi tataniaga dan analisis tataniaga. Analisis efisiensi tataniaga (soekartawi, 2003).

$$EP = \frac{\text{Biaya Tataniaga}}{\text{Nilai Produk Yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusan :

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

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi Tataniaga (EP). Nilai efisien tataniaga ini dilihat dengan membandingkan nilai efisiensi pemasaran pada tiap-tiap saluran pemasaran. Apabila nilai EP suatu saluran Tataniaga lebih kecil dari nilai EP saluran tataniaga lainnya, maka saluran tataniaga tersebut dikatakan memiliki efisiensi tataniaga yang lebih tinggi daripada saluran tataniaga lainnya.

3.5. Defenisi dan Batasan Operasional

3.5.1. Defenisi

1. Kemenyan adalah jenis pohon yang tumbuh di lereng-lereng bukit dan pada tanah berpasir pada ketinggian 1000-5000 m di atas permukaan laut. Pohon ini banyak ditemui di Kabupaten Tapanuli Utara dan Kabupaten Humbang Hasundutan yang dikenal dengan nama Haminjon atau Kemenyan Toba.
2. Petani kemenyan merupakan pihak yang memproduksi kemenyan sekaligus menjadi orang pertama yang melakukan kegiatan penjualan kemenyan di setiap saluran pemasaran.
3. Biaya tataniaga merupakan biaya yang dikeluarkan akibat kegiatan tataniaga, seperti biaya muatbongkar, sortasi, penyusutan produk, transportasi, dan komunikasi. Pada pengumpul di setiap tingkat mengeluarkan biaya tataniaga yang berbeda-beda.

4. Tataniaga adalah semua kegiatan bisnis yang terlibat dalam arus barang dan jasa dari titik produksi hingga barang dan jasa tersebut ada di tangan konsumen.
5. Marjin tataniaga merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen.
6. Lembaga pemasaran adalah badan-badan atau usaha yang ikut berperan dalam pemasaran
7. Pedagang pengumpul adalah orang yang aktif membeli dan mengumpulkan ikan dari nelayan dan menjualnya ke pedagang perantara ke konsumen.
8. Lembaga tataniaga adalah suatu badan usaha atau individu yang menyelenggarakan tataniaga, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya.
9. Snowballing sampling adalah Teknik sampling snowball adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Peneliti menyajikan suatu jaringan melalui gambar sociogram berupa gambar lingkaran-lingkaran yang dikaitkan atau dihubungkan dengan garis-garis. Setiap Lingkaran mewakili satu respon dan atau kasus, dan garis-garis Menunjukkan hubungan antar responden atau antarkasus. (Neuman, 2003).
10. Purposive Sampling adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. (Arikunto, 2006).

3.5.2 Batasan Operasional

1. Lokasi penelitian adalah Desa Baringin, Sihas Tonga, dan Sionom Hudon Timur Kabupaten Humbang Hasundutan, Kecamatan Parlilitan.

2. Waktu penelitian adalah tahun 2018.
3. Penelitian yang dilakukan adalah “Analisis Tataniaga Kemenyan”.
4. Responden adalah petani kemenyan dan pedagang pengumpul/lembaga pemasaran kemenyan.
5. Jumlah pengamatan adalah 24 sampel.