

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rempah yang dihasilkan di Indonesia diantaranya adalah lada, pala, kulit kayu manis, vanili, dan cengkeh. Bukan hanya itu saja, Indonesia juga dikenal dengan sektor pertaniannya yang sangat penting bagi sebagian penduduk Indonesia. Rata-rata pendapatan masyarakat Indonesia bergantung pada sektor pertanian. Kelima subsektor tersebut memegang peranannya masing-masing dan merupakan hal yang penting, namun subsektor perkebunan juga tak kalah dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut Haryono (2018), pemasaran adalah usaha untuk mendapatkan mitra, investor, karyawan, pelanggan, dan orang lain secara langsung dengan membantu pelanggan memutuskan apakah barang dan jasa itu baik untuk dimiliki atau diperlukan. Selain itu, pemasaran harus terus meningkatkan strateginya untuk berbagai produk dan jasa yang dimiliki perusahaan. Inti dari pemasaran adalah memasarkan keinginan dan kebutuhan pelanggan atau pemeli perusahaan. tercapai atau tidaknya sasaran bisnis bergantung pada kemampuan mereka dalam bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan lain-lain. Untuk berfungsi dengan baik, itu juga bergantung pada keterampilan yang dimiliki masing-masing individu dalam posisi tersebut. Pemasaran sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan, termasuk memperoleh keuntungan, memenuhi kebutuhan konsumen, dan mempertahankan kelangsungan usaha. Pemasaran kayu manis mencakup banyak hal yang berkaitan dengan perolehan, pengolahan, distribusi, dan penjualan kayu manis dari produsen ke konsumen.

Tanaman kayu manis (*Cinnamomum burmanii*) merupakan komoditi rempah yang diperdagangkan dan sudah dikembangkan di Indonesia dari jaman dahulu. Indonesia pun menjadi produsen dan eksportir utama kayu manis dengan pangsa pasar 25% senilai US\$ 25,4 juta. Produksi kayu manis tersebar di berbagai provinsi, termasuk Sumatera Barat, Provinsi ini memiliki iklim dan kondisi geografis yang mendukung pertumbuhan kayu manis berkualitas tinggi, menjadikannya salah satu produsen terkemuka kayu manis di Indonesia TE, *et al.*(2018). Hasil utama yang dihasilkan dari tanaman kayu manis adalah kulit batang dan dahan, sedangkan hasil samping adalah ranting dan daun. Kayu manis di Indonesia memiliki prospek yang baik untuk mendukung pendapatan dan kegiatan penghijauan serta rehabilitasi lahan kritis, terutama pada bagian daerah aliran sungai serta dikawasan konservasi dan dapat berfungsi sebagai penata tata air. Tanaman kulit kayu manisnya yang dikembangkan di Indonesia sebagian besar adalah jenis (*Cinnamomum burmanii* Blume) kulit kayu manis merupakan salah satu tanaman multifungsi telah dikenal luas kegunaannya sebagai rempah pemberi cita rasa atau bumbu, hasil olahannya berupa minyak atsiri dan oleoresin yang banyak dimanfaatkan dalam dunia industri-industri(Rismunandar dan Paimin, 2009). Jenis kulit kayu manis ini merupakan tanaman asli Indonesia. *burmanii*, Indonesia pun masih memiliki beberapa jenis tanaman dari keluarga *Cinnamomum*, yaitu C. Kayu manis tersebar hampir diseluruh wilayah diIndonesia yaitu di Pulau Sumatera,Pulau Jawa dan Kalimantan (Menggala dan Damme, 2018).

Kayu manis juga merupakan rempah-rempah kuno dan tanaman aromatik esensial yang memiliki aplikasi luas dalam penyedap, wewangian dan obat-obatan

(Menggala dan Damme, 2021), kulit kayu manis juga termasuk bumbu dapur tertua yang sering dipakai untuk membuat makanan oleh ibu rumah tangga, kemudian dipakai untuk menyembuhkan berbagai penyakit seperti, menurunkan gula darah, kolestrol, antivirus, anti jamur, antiseptik, anti bakteri, antiparasit, dll. Semakin berkembang pesatnya produk kayu manis dalam ekspansi pasar membuat permintaan kayu manis meningkat dan tanaman rempah ini juga salah satu dari sepuluh produk ekspor rempah yang potensial (ITC, 2020). Indonesia merupakan urutan ketiga negara pengeksport kayu manis berdasarkan data daftar pasar impor untuk produk kayu manis yang diekspor oleh Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 37. Tetapi pemasaran kayu manis tidak terlepas dari banyak masalah yang dapat memengaruhi hasil penjualan di pasar domestik dan internasional. Pemasaran kayu manis menjadi lebih sulit karena banyak faktor, termasuk fluktuasi harga, perubahan iklim, persaingan dengan produk serupa, dan ketidakpastian pasar (Reily, 2018). Berbagai pihak terlibat dalam pemasaran kayu manis, termasuk petani, pengolah, distributor, dan konsumen akhir. Potensi tanaman kayu manis adalah salah satu sumber daya hutan non-kayu yang menguntungkan karena kulitnya dijual, kayunya digunakan untuk kayu bakar, dan sebagian untuk bahan pertukangan. Pada umumnya harga kayu manis saat ini ada beberapa jenis dan kualitas mempengaruhi harga yang berbeda.

Pada pasar domestik, kayu manis banyak digunakan dalam makanan sehari-hari, terutama dalam makanan dan minuman, serta dalam produk olahan seperti selai, es krim, dan permen, kemudian pada pasar internasional kayu manis banyak digunakan sebagai bahan baku untuk industri makanan, farmasi, kosmetik, dan produk herbal. Mulai dari petani hingga konsumen akhir di pasar domestik

dan internasional, distribusi kayu manis mengambil banyak langkah. Pemasaran kayu manis adalah bisnis yang rumit yang melibatkan berbagai jenis pasar, baik domestik maupun internasional, dan persaingan yang ketat. Untuk berhasil dalam bisnis ini, pelaku usaha harus memahami karakteristik pasar, membuat strategi pemasaran yang tepat, menjaga kualitas produk, dan memanfaatkan peluang di industri pangan, kesehatan, dan kosmetik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Reilly (2018), kuantitas produksi kayu manis yang rendah menjadikannya komoditas unggul di pasar internasional. Penelitian ini dapat membantu memahami masalah pemasaran kayu manis. Dalam pemasaran kayu manis, analisis risiko mencakup identifikasi dan evaluasi potensi risiko yang dapat mempengaruhi distribusi dan margin keuntungan. Analisis risiko mencakup identifikasi risiko yang mungkin terjadi dalam pemasaran kayu manis, seperti perubahan harga, perubahan permintaan pasar, dan masalah kualitas produk; kemudian, mereka menilai dampak dan kemungkinan terjadinya risiko yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Indonesia sebagai salah satu produsen utama kayu manis di dunia, memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri ini. Kabupaten Mojokerto, yang berada di Jawa Timur telah berkembang menjadi salah satu pusat penjualan kayu manis di Indonesia. Mojokerto menjadi pilihan utama bagi produsen kayu manis untuk mengirimkan produk mereka ke berbagai daerah karena lokasinya yang strategis dan ketersediaan transportasi yang baik. Daerah Mojokerto memiliki potensi yang besar, namun sektor pemasaran kayu manis di kota ini masih menghadapi berbagai tantangan yang berpotensi menurunkan daya saing dan keberlanjutan pasar kayu manis itu sendiri. Oleh karena itu, analisis terhadap

risiko pemasaran kayu manis di Mojokerto menjadi hal yang penting untuk memahami lebih dalam dinamika pasar dan mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan untuk memitigasi risiko tersebut.

Tabel 1. 1 Data Produksi Kayu Manis di Indonesia

Produksi (Ton/Tahun)					
Komoditas	2020	2021	2022	2023	2024
Tebu	33.107.481	32.961.327	34.994.904	37.156.916	39.455.822
Lada	89.902	90.847	91.793	92.738	93.683
Cengkeh	137.757	140.787	143.989	147.191	150.394
Pala	37.463	40.486	41.158	41.569	41.985
Nilam	2.442	2.377	2.400	2.423	2.446
Serai	275.917	4.425	4.827	5.367	5.948
Wangi					
Vanili	1.481	1.634	1.753	1.881	2.017
Tembakau	239.743	303.514	375.346	456.849	547.363
Kayu Manis	79.960	81.519	83.160	84.800	86.440

Sumber : Restra Ditjen. Perkebunan (*Diolah*), 2025

Pada Tabel 1.1 produksi pada tahun 2020 hanya 79.960 ton dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 1 ton menjadi 81.519 ton kemudian pada tahun 2022 naik menjadi 83.160 ton lalu pada 2023 terus naik menjadi 84.800 ton selanjutnya pada tahun 2024 melonjak sangat pesat yakni mencapai angka 86.440 ton produksi kayu manis di Indonesia.

Tabel 1. 2 Daftar Harga Kayu Manis di Indonesia

Tahun	Harga (Rp/Kg)
2020	55.000
2021	50.000
2022	47.500
2023	37.000
2024	50.000
2025	45.000

Sumber : Data Primer (*Diolah*), 2025

Pada Tabel 1.2 terdapat daftar harga manis di Indonesia namun di UD Hilal Jaya Makmur yang berada di Mojokerto ini mengkocek harga berbeda jenis berbeda harga. Kayu manis asalan atau *original* sebelum diproses memiliki harga

lebih murah yaitu 45rb/Kg, kemudian untuk kayu manis jenis *cuttings* yaitu jenis sudah diproses dengan mesin pemotong dan setiap potongan kayu manis berukuran 8 cm dengan harga 70rb/Kg, lalu kayu manis jenis *stick* yaitu kayu manis yang sudah diproses sesuai dengan standart penjualan diberi *packaging* yang rapi itu beda dengan cuttungan yakni dengan harga 65rb/Kg. Pengiriman perorangan ini diketahui sudah mengirim ke berbagai daerah yaitu pada area Jawa Timur hanya ke pusat Kota yaitu Surabaya, area Jawa Tengah distributor mendistribusikan di Kota Solo, Magelang dan Semarang. Selain itu Provinsi Bali juga termasuk dalam pengiriman setiap bulannya bahkan sudah menjadi langganan dikarenakan memang di Bali tempat wisata. Kayu manis juga dikirim Jawa hingga Sumatera dikarenakan memang konsumen tidak hanya dari Jawa saja.

Pada UD Hilal Jaya Makmur adalah salah satu agen distribusi juga dikenal sebagai perantara, memainkan peran penting dalam menghubungkan produsen dengan pasar dengan memanfaatkan jaringan mereka untuk memasarkan kayu manis. Setelah kayu manis tiba di kota besar, ia kemudian dikirim ke Mojokerto melalui pengiriman langsung ke pasar dan toko-toko, atau melalui pusat distribusi yang menyortir dan mendistribusikan produk ke pengecer. Salah satu masalah dengan pola distribusi ini adalah biaya transportasi yang tinggi karena jarak yang jauh, kebutuhan untuk menjaga kualitas produk selama pengiriman, dan persaingan dengan kayu manis dari negara lain. Namun, konsumen di Mojokerto masih tertarik dengan kualitas kayu manis pada UD Hilal Jaya Makmur yang meningkatkan permintaan.

Perusahaan dapat kehilangan penghasilan yang menguntungkan karena masalah yang terjadi pada aktivitas bisnis tersebut. Oleh karena itu, untuk mengurangi masalah, risiko yang dihadapi UD Hilal Jaya Makmur harus ditangani. Untuk mengurangi masalah pemasaran kayu manis di bisnis ini, analisis risiko harus dilakukan untuk mengidentifikasi pola distribusi dan kemudian mengidentifikasi risiko apa saja yang ditimbulkan oleh setiap aktivitas bisnis untuk mengetahui peluang dan kendala yang ada di bisnis ini, mulai dari persiapan bahan baku hingga pemasaran. Hasil analisis dapat digunakan untuk membuat pola distribusi, sumber risiko, dan solusi terbaik untuk masalah ini. Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian dengan judul "Analisis Risiko Pemasaran Kayu Manis Pada UD Hilal Jaya Makmur di Mojokerto" sangat relevan untuk dilakukan. Dengan analisis risiko yang komprehensif, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi petani, pengusaha, dan pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan strategi pemasaran kayu manis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola distribusi dalam sistem pemasaran kayu manis?
2. Apa risiko pemasaran yang dialami oleh distributor?
3. Apa saja peluang dan kendala dalam meningkatkan pemasaran kayu manis?

1.3 Tujuan Masalah

1. Mengetahui pola distribusi dalam sistem pemasaran kayu manis.
2. Menganalisis risiko pemasaran yang dialami oleh distributor.
3. Mengetahui peluang dan kendala dalam meningkatkan pemasaran kayu manis.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai macam pihak, Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti :

1. Bagi penulis, sebagai media untuk menerapkan materi pembelajaran yang sudah didapatkan dalam bidang agribisnis, meningkatkan kemampuan dalam menganalisis terutama dalam hal analisis risiko.
2. Bagi pengusaha, sebagai salah satu sumber informasi yang dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan usaha agar tercapai usaha pemasaran kayu manis yang lebih menguntungkan.