

## **Analisis Ekonomi dan Rantai Pemasaran Vanili di Kabupaten Lombok Tengah, NTB**

### ***Economic Analysis and Marketing Chain of Vanilla in Central Lombok Regency, NTB***

**M. Yusuf<sup>1</sup>, IGN Aryawan Asasandi<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>(Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

\*corresponding author, email: [yusufyusufmuhammad65@yahoo.com](mailto:yusufyusufmuhammad65@yahoo.com)

#### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk: (1) menganalisis biaya dan pendapatan usaha tani vanili di Kabupaten Lombok Tengah; (2) Menganalisis rantai dan efisiensi pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei. Data dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Biaya produksi usaha tani vanili di Kabupaten Lombok Tengah sebesar Rp 56.126.814/ha, dengan pendapatan sebesar Rp 17.719.340/ha; (2) terdapat 2 (dua) rantai pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah, yaitu: Saluran I: Petani - Pedagang Pengumpul Kecamatan (PP Kec.) - Pedanga Besar (PB)/ PT. Djasula Wangi - Eksportir. Saluran II: Petani/Produsen - Pedagang Pengepul Kecamatan (PPKc) - Pedanga Besar (PB)/ PT. Djasula Wangi - Eksportir; Pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah sudah efisien.

**Kata kunci:** ekonomi; rantai\_pemasaran; vanili

#### **ABSTRACT**

*The aims of this study are to: (1) analyze the costs and income of vanilla farming in Central Lombok Regency; (2) Analyze the chain and efficiency of vanilla marketing in Central Lombok Regency. The method used in this study is a descriptive method, while data collection is carried out using survey techniques. Data are analyzed descriptively. The results of the study indicate that: The production cost of vanilla farming in Central Lombok Regency is IDR 56,126,814/ha, with an income of IDR 17,719,340/ha; (2) there are 2 (two) vanilla marketing chains in Central Lombok Regency, namely: Channel I: Farmers - District Collectors (PP Kec.) - Large Traders (PB) / PT. Djasula Wangi - Exporters. Channel II: Farmers/ Producers - District Collectors (PPKc) - Large Traders (PB) / PT. Djasula Wangi - Exporters; Vanilla marketing in Central Lombok Regency is efficient.*

**Keywords:** economy; marketing; vanilla

#### **PENDAHULUAN**

Vanili merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peranan penting dalam menunjang perekonomian nasional, yaitu sebagai sumber pendapatan masyarakat pedesaan, sumber bahan baku industri, sumber devisa negara (Tjetep Nurasa dan Ade Supriatna, 2002). Komoditas vanili, umumnya dimanfaatkan sebagai pemberi aroma pada makanan, kosmetik, dan parfum sehingga memiliki nilai jual yang tinggi terutama di luar negeri (Nuzula, 2013). Tingginya harga dan permintaan ekspor vanili menyebabkan hampir seluruh hasil budidaya vanili di dalam negeri di ekspor dan hanya digunakan sedikit di dalam negeri (Abdat, *et.al.*, 2023; Diatmika *et al.*, 2022).

Indonesia merupakan negara produsen vanili terbesar kedua di dunia setelah Madagaskar. Pertumbuhan produksi dan luas areal pertanian vanili di Indonesia menunjukkan tren yang positif selama tahun 2018 hingga tahun 2024 (Kementan, 2024). Sebagai contoh tahun 2018 areal vanili di Indonesia seluas 10.110 ha dengan produksi 1.330 ton, meningkat menjadi 10.215 ha pada tahun 2023 dengan produksi sebesar 1.550 ton. Hal ini

mengindikasikan meningkatnya minat dan perhatian terhadap budidaya vanili di berbagai daerah (Suryanti *et al.*, 2024). Sentra utama vanili di Indonesia adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT), Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, dan NTB (Kementan, 2024).

Komoditas vanili dijuluki si emas hijau karena termasuk salah satu rempah termahal di dunia (Abdat, *et al.*, 2023; Diatmika *et al.*, 2022). Hal tersebut tentunya menjadi peluang tersendiri bagi Indonesia untuk meningkatkan nilai ekspor sebagai sumber devisa negara (FAO, 2019). Nilai ekspor vanili Indonesia terus meningkat secara signifikan selama tahun 2018 -2023. Sebagai contoh nilai ekspor vanili tahun 2018 sebesar Rp1,2 milyar meningkat menjadi Rp10,2 milyar pada tahun 2023. Negara tujuan utama ekspor vanili Indonesia mencakup Amerika Serikat, Jerman, Belanda, Prancis, Singapura dan beberapa negara Eropa dan Asia lainnya.

Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan salah satu provinsi di Indonesia sebagai penghasil vanili yang potensial. Luas areal dan produksi vanili di Provinsi NTB mengalami fluktuasi. Sebagai contoh tahun 2018 areal vanili di NTB seluas 290 ha, dengan produksi 40,10 ton, meningkat menjadi 294 ha tahun 2019, dengan produksi 40,32 ton, Data luas areal dan produksi tahun 2020 – 2022 sama dengan tahun 2020. Namun tahun 2023 luas areal mengalami penurunan menjadi 277,93 ha dengan produksi 37 ton. Adanya penurunan luas areal dan produksi vanili terdisebabkan karena kerusakan dan alih fungsi lahan serta adanya serangan hama dan penyakit (Dirjen Perkebunan, 2023; BPS, 2024). Lombok Tengah merupakan salah satu penghasil vanili yang cukup besar di NTB (Diatmika *et al.*, 2022). Hal ini disebabkan wilayah ini memiliki karakteristik tanah dan iklim yang mendukung untuk budidaya vanili, di samping dukungan pemerintah dalam penyuluhan dan pelatihan kepada petani (Anonim, 2023). Produksi vanili di Kabupaten Lombok Tengah mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yang sejalan dengan upaya pemerintah dan stakeholder untuk mengembangkan pertanian vanili secara berkelanjutan. Produksi vanili di kabupaten Lombok Tengah tahun 2023 sebesar 15 ton kering, dengan areal seluas 150 -200 ha. Namun, meskipun potensi ini sangat besar, beberapa permasalahan yang dihadapi petani vanili baik dari aspek produksi, pendapatan maupun pemasaran perlu diperhatikan. Permasalahan tersebut meliputi biaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diperoleh, serta pola pemasarannya.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis biaya dan pendapatan usaha tani vanili di Kabupaten Lombok Tengah; (2) Menganalisis rantai dan efisiensi pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah.

## BAHAN DAN METODE

Penelitian dilaksanakan dengan menggunakan metode deskriptif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei (Effendi, S. dan Tukiran, 2014). Unit analisis dalam penelitian ini adalah petani yang berusahatani vanili di Kabupaten Lombok Tengah dan lembaga yang terlibat dalam pemasaran vanili. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive sampling, yaitu Kecamatan Pringgarata, Kecamatan Batukliang dan Kecamatan Batukliang Utara atas pertimbangan bahwa hanya ketiga kecamatan tersebut yang mengembangkan usahatani vanili. Jumlah responden ditentukan secara sensus sebanyak 44 orang petani vanili, dengan rincian Desa Pemepek sebanyak 39 orang, di Desa Selebung sebanyak 3 orang dan Desa Setiling sebanyak 2 orang. Sedangkan penentuan lembaga pemasaran dilakukan dengan teknik snowball. Jenis data yang digunakan meliputi data kuantitatif dan kualitatif, sedangkan sumber data meliputi data primer dan data sekunder. Data dianalisis secara deskriptif (Burhan Mungil, 2008). Adapun rumus yang digunakan diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menghitung biaya dan keuntungan usahatani vanili menggunakan rumus (Soekartawi, 2018):

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

TC = Total Cost

FC = Biaya Tetap

VC = Biaya Variabel

Selanjutnya, perhitungan penerimaan sebagai berikut:

$$TR = Y \cdot Py$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan

Y = Produksi Usaha tani

Py = Harga Output

Kemudian, analisis pendapatan sebagai berikut:

$$Pd = TR - TC$$

Keterangan :

Pd = Pendapatan Usahatani TR = Total Penerimaan

TC = Biaya Total

2. Untuk menghitung perhitungan kelayakan usaha menggunakan rumus (Soekartawi, 2018):  
 $K = R/C$  Ratio, di mana  
 $R = P_y \cdot Y$   
 $C = FC + VC$   
 $K = (P_y \cdot Y) / (FC + VC)$   
 Keterangan :  
 $R =$  Penerimaan  
 $C =$  Biaya  
 $P_y =$  Harga Output  
 $Y =$  Produksi Usahatani  
 $FC =$  Biaya Tetap  
 $VC =$  Biaya Variabel
3. Untuk menganalisis rantai pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah dilakukan dengan teknik snowball sampling yaitu dengan cara menelusuri menelusuri secara langsung kegiatan pemasaran vanili dari petani/produsen sampai ke konsumen.
4. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran vanili dilakukan empat pendekatan yaitu menggunakan analisis margin pemasaran, share petani, distribusi keuntungan dan volume penjualan.

- a. Untuk menganalisis margin pemasaran menggunakan rumus (Asmarantaka, (2014):

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran (Rp)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

Efisiensi pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus (Amin. *et al.*, 2016):

$$MT = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

MT = Margin Pemasaran

Pr = Harga ditingkat konsumen

Pf = Harga ditingkat produsen

Kriteria yang digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran yaitu dikatakan efisien jika presentase margin total sebesar 0-33% dan dikatakan kurang efisien sebesar 34-67% dan tidak efisien sebesar 68-100% (Amin. *et al.*, 2016).

- b. Share petani adalah bagian harga yang diterima produsen terhadap harga yang dibayar oleh konsumen dengan menggunakan rumus (Tajidan dan Rakhman *dalam* Sulistyani, 2016):

$$SP = \frac{PF}{PR} \times 100\%$$

Keterangan:

SP = Share Produsen (%)

PF = Harga beli ditingkat produsen vanili (Rp/Kg)

PR = Harga beli ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Kriteria:

- Jika harga yang diterima oleh produsen lebih dari 60% dari harga ditingkat k konsumen maka pemasaran dikatakan efisien.
- Jika harga jual produsen kurang dari 60% dari harga ditingkat konsumen maka pemasaran vanili belum dikatakan efisien.

- c. Distribusi keuntungan, untuk mengetahui distribusi keuntungan dapat digunakan rumus sebagai berikut (Tajidan dan Rakhman dalam Sulistyani, 2016):

$$DK = \left( \frac{\frac{\pi}{C_{\text{terendah}}}}{\frac{\pi}{C_{\text{tertinggi}}}} \right) \times 100\%$$

Keterangan:

DK = Distribusi keuntungan (Rp/Kg)

$\pi$  = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

C = Biaya pemasaran (Rp/Kg)

Dengan kriteria keputusan:

- Jika  $DK > 0,5$  berarti pembagian keuntungan kepada semua lembaga pemasaran buah vanili yang terlibat dikategorikan adil.
  - Jika  $DK < 0,5$  berarti pembagian keuntungan kepada semua lembaga pemasaran buah vanili yang terlibat dikategorikan tidak adil.
- d. Volume Penjualan.

Volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan besar atau banyaknya jumlah barang yang terjual, semakin besar jumlah barang yang dijual maka semakin efisien pemasaran yang dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Biaya dan Pendapatan Usahatani Vanili

#### Biaya Produksi

Biaya produksi usahatani vanili di Kabupaten Lombok Tengah meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Rinciannya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rata-rata Biaya Produksi pada Usahatani Vanili di Kabupaten Lombok Tengah Tahun 2024

No	Jenis Biaya	Satuan	Vol	Harga (Rp/Satuan)	Nilai (Rp/LLG)	Nilai (Rp/Ha)
1.	Biaya variabel					
	a. Bibit (Vania 1)	Polyback	970	10.000	9.702.797	38.461.538
	b. Pupuk (Organik)	Kg	2.523	1.000	2.522.727	10.000.000
	c. Tenaga kerja TK dalam keluarga					
	Tahun 1	HKO	8,09		647.013	2.564.736
	Tahun 2	HKO	9,27		741.558	2.939.511
	TK luar keluarga					
	Tahun 1	HKO	0,34		27.532	109.138
	Tahun 2	HKO	0,13		10.649	42.214
	Konsumsi				270.000	1.070.270
	Jumlah		17,83		1.696.753	6.725.869
	<b>Jumlah Biaya Variabel</b>				<b>13.922.278</b>	<b>55.187.407</b>
2.	Biaya Tetap					
	Penyusutan Alat	Rp			171.013	677.890
	Biaya Lain-lain	Rp			65.973	261.517
	<b>Jumlah Biaya Tetap</b>				<b>236.986</b>	<b>939.407</b>
	<b>Jumlah Biaya Produksi</b>				<b>14.159.264</b>	<b>56.126.814</b>

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2024.

Tabel 1. menunjukkan bahwa total biaya produksi usahatani vanili di Kabupaten Lombok Tengah mencapai Rp14.159.264/luas lahan garapan (LLG) atau Rp 56.126.814/ha. Biaya produksi tersebut didominasi oleh biaya variabel sebesar Rp13.922.278/LLG (98,33%) dan biaya tetap sebesar Rp236.986/LLG (1,67%).

Komponen biaya variabel terbesar adalah biaya bibit (varietas Vania 1) sebesar Rp9.702.797/LLG (69,69%), diikuti biaya pupuk organik Rp2.522.727/LLG (18,12%), dan tenaga kerja Rp1.696.753/LLG (12,19%). Temuan ini berbeda dengan penelitian Suharyon *et al.* (2015) di Jambi yang menemukan bahwa biaya tenaga kerja mencapai 45% dari total biaya produksi vanili. Perbedaan ini menunjukkan adanya variasi pola usahatani antar wilayah, di mana petani Lombok Tengah lebih banyak mengandalkan tenaga kerja keluarga untuk menekan biaya produksi.

Alokasi biaya bibit yang signifikan sebesar Rp9.702.797/LLG atau Rp38.461.538/ha, menunjukkan prioritas petani terhadap kualitas material genetik. Hal ini sejalan dengan temuan Rukmana (2018) yang menyatakan bahwa bibit berkualitas memberikan kontribusi 60-70% terhadap keberhasilan produksi vanili. Namun, jumlah ini lebih tinggi dibandingkan hasil penelitian Herliadi *et al.* (2019) di Sulawesi Selatan yang mencatat biaya bibit sekitar Rp25.000.000/ha, menunjukkan kemungkinan adanya inefisiensi dalam sistem distribusi bibit di Kabupaten Lombok Tengah.

Tabel 1 di atas, juga menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja mencapai Rp 1.696.753/ LLG (12,19% dari biaya variabel), dengan dominasi tenaga kerja dalam keluarga. Hal ini menunjukkan karakteristik usahatani keluarga yang intensif. Murtiningrum *et al.* (2018) menyatakan bahwa penggunaan tenaga kerja keluarga merupakan strategi adaptif petani untuk menekan biaya produksi sekaligus memastikan kualitas perawatan yang terjaga. Dilihat dari struktur tenaga kerja, dominasi tenaga kerja dalam keluarga (97,45% dari total HKO) dengan alokasi 8,09 HKO pada tahun pertama dan 9,27 HKO pada tahun kedua. Temuan ini kontras dengan penelitian Suhendra *et al.* (2020) di Bali yang mencatat kebutuhan tenaga kerja mencapai 32 HKO/tahun. Perbedaan signifikan ini mengindikasikan kemungkinan intensitas perawatan yang kurang optimal pada usaha tani vanili di Lombok Tengah.

Rata-rata tingkat upah tenaga kerja di Lombok Tengah sebesar Rp80.000/HKO lebih rendah dibandingkan hasil penelitian Nurjanah *et al.* (2019) yang mencatat Rp120.000/HKO di Jawa Barat. Rendahnya tingkat upah ini dapat menjadi keunggulan komparatif tetapi juga mencerminkan tingkat ekonomi daerah yang perlu mendapat perhatian.

Komponen biaya tetap berkontribusi 1,67% dari total biaya produksi, yaitu sebesar Rp236.986/LLG atau Rp939.407/ha. Komponen biaya tetap terdiri dari penyusutan alat Rp171.013/LLG (72,16% dari biaya tetap) dan biaya lain-lain Rp65.973/LLG (27,84% dari biaya tetap).

Dengan demikian, total biaya produksi di Kabupaten Lombok Tengah sebesar Rp14.159.264 atau Rp56.126.814/ha lebih tinggi dibandingkan temuan Hartatri *et al.* (2019) di NTT yang mencatat Rp45.320.000/ha. Menariknya, penelitian Rismunandar (2020) di Madagaskar sebagai produsen vanili terbesar dunia mencatat biaya produksi mencapai USD 8.500/ha (sekitar Rp127.500.000/ha), menunjukkan bahwa usahatani vanili di Indonesia masih memiliki keunggulan biaya produksi yang kompetitif di pasar global.

#### *Produksi, Nilai produksi dan Pendapatan Usahatani Vanili*

Rata-rata produksi, nilai produksi, dan pendapatan usahatani vanili di Kabupaten Lombok Tengah disajikan pada Tabel 2. berikut.

Tabel 2. Rata-rata Produksi, Nilai Produksi, dan Pendapatan Usaha tani Vanili di Kabupaten Lombok Tengah 2024

No	Uraian	Nilai (Rp/LLG)	Nilai (Rp/Ha)
1	Produksi (Kg)	466	1.846
2	Harga Jual (Rp/Kg)	40.000	40.000
3	Penerimaan (Rp)	18.629.371	73.846.154
4	Biaya Produksi (Rp)	14.159.264	56.126.814
5	Pendapatan (Rp)	4.470.106	17.719.340
R/C Ratio		1,32	1,32

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2024.

Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata produksi vanili di Kabupaten Lombok Tengah sebanyak 466 kg/LLG atau 1.846 kg/ha. Capaian ini cukup signifikan jika dibandingkan dengan produktivitas rata-rata nasional sebanyak 1.200-1.500 kg/ha (Kementerian Pertanian, 2023). Menurut Hadipoentyanti dan Udarno (2020), produktivitas vanili di Indonesia berkisar antara 1.000-2.000 kg/ha, dan menempatkan Lombok Tengah pada spektrum produksi yang cukup tinggi. Rustiani *et al.* (2018) menyatakan bahwa produktivitas vanili dipengaruhi oleh kualitas bibit, teknik budidaya, serta kondisi agroekologi. Produktivitas yang relatif tinggi di Lombok Tengah mengindikasikan kesesuaian agroekologi wilayah ini untuk pengembangan vanili, sebagaimana dikemukakan oleh Herliadi dan Supriadi (2022) bahwa kondisi iklim dengan curah hujan moderat dan ketinggian 300-600 m dpl optimal untuk budidaya vanili.

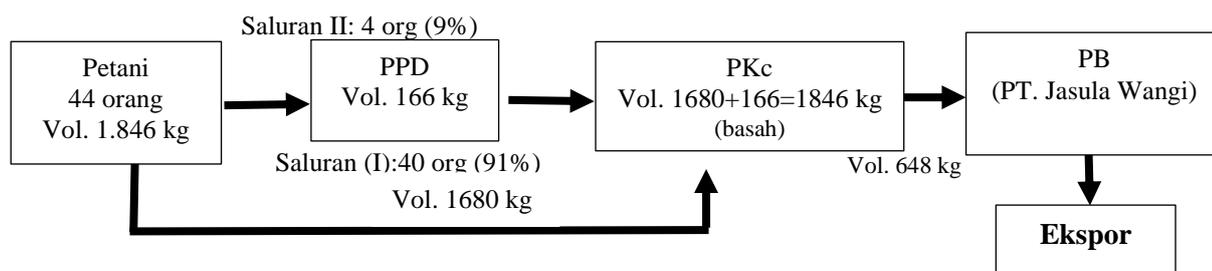
Harga jual vanili di Kabupaten Lombok Tengah rata-rata sebesar Rp40.000/kg menghasilkan penerimaan sebesar Rp18.629.371/LLG atau Rp73.846.154/ha. Harga ini tergolong rendah jika dibandingkan dengan harga vanili internasional yang berkisar Rp500.000 - Rp2.000.000/kg untuk vanili kering (Hartatri et al., 2019). Fenomena ini mengindikasikan bahwa petani di Lombok Tengah menjual vanili dalam bentuk basah atau dengan kualitas yang belum optimal. Menurut Rukmana (2021), perbedaan harga vanili sangat dipengaruhi oleh tahap pengolahan dan kadar vanilin. Vanili basah memiliki harga jauh lebih rendah dibandingkan vanili kering terfermentasi dengan kadar vanilin tinggi. Suryani dan Nuryati (2019) menegaskan bahwa nilai tambah vanili dapat ditingkatkan hingga 500% melalui proses pengolahan yang tepat.

Nilai penerimaan sebesar Rp18.629.371/LLG atau Rp73.846.154/ha, setelah dikurangi biaya produksi Rp14.159.264/LLG atau Rp56.126.814/ha, maka diperoleh pendapatan sebesar Rp4.470.106/LLG atau Rp17.719.340/ha. Usaha tani vanili di Kabupaten Lombok Tengah memberikan nilai R/C ratio 1,32. Menurut kriteria kelayakan usaha yang dikemukakan oleh Soekartawi (2016), nilai R/C ratio >1 menunjukkan bahwa usahatani menguntungkan/layak diusahakan secara ekonomi.

Jika dibandingkan dengan penelitian Suhendra *et al.* (2022) di Bali yang mencatat R/C ratio vanili mencapai 2,15, nilai R/C ratio di Kabupaten Lombok Tengah relatif lebih rendah. Murtiningrum dan Ahmad (2021) menyatakan bahwa R/C ratio optimal untuk usahatani vanili berkisar 1,5-2,5, mengindikasikan bahwa terdapat ruang untuk peningkatan efisiensi ekonomi usahatani vanili di Lombok Tengah.

### Analisis Rantai Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 (dua) rantai pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah, yaitu: Saluran I: Petani - Pedagang Pengumpul Kecamatan (PP Kec.) - Pedanga Besar (PB)/ PT. Djasula Wangi - Eksportir. Saluran II: Petani/Produsen - Pedagang Pengepul Kecamatan (PPKc) - Pedanga Besar (PB)/ PT. Djasula Wangi - Eksportir. Rincian rantai pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah disajikan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Bagan Saluran Pemasaran Vanili di Kabupaten Lombok Tengah, 2024.

Gambar 1. menunjukkan bahwa rantai pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah, NTB masih dilakukan secara sederhana. Pada saluran I sebagai besar petani produsen vanili (91%) atau 40 responden menjual hasil panen dalam bentuk vanili basah ke pedagang pengepul kecamatan (PPKc) yaitu sebanyak 1680 kg dengan harga Rp130 kg basah, dan selanjutnya menjual ke PT. Jasula Wangi dengan Rp150.000/kg basah. Pada saluran II, terdapat 9% produsen vanili atau 4 responden menjual vanilinya ke pedagang pengepul desa (PPD) yaitu sebanyak 166 kg dengan Rp120.000/kg, selanjutnya PPD menjual ke PPKc dengan harga Rp130.000/kg basah. Selanjutnya PPKc menjual vanili tersebut ke PT. Jasula Wangi dengan harga Rp150.000/kg basah. PT. Jasula Wangi yang melakukan fungsi pengolahan berupa penjemuran. Lamanya waktu penjemuran bergantung pada kondisi cuaca bisa mencapai 1 - 3 hari. Setelah kadar penjemuran vanili mencapai standar yang ditetapkan eksportil, selanjutnya dilakukan penimbangan dan pengepakan. Dari 1.846 kg vanili basah yang diperoleh dari PPKc, maka diperoleh hasil vanili kering sebanyak 646 kg. PT. Jasula Wangi kemudian menjual vanili kering tersebut ke Eksportir di Surabaya dengan harga Rp850.00/kg kering, dan selanjutnya di ekspor ke beberapa negara.

Pedagang pengepul desa (PPD) umumnya berkedudukan di desa sentra produksi vanili, pedagang kecamatan (PPKc) berada di ibu kota kecamatan, sedangkan pedagang besar hanya ada satu yaitu PT. Jasula Wangi berada di Ibu kota Kabupaten. Dengan penguasaan modal yang kuat, pedagang besar PT. Jasula Wangi dapat

melakukan pembayaran secara tunai. Di samping itu, mereka mengusahakan ikatan pembelian dengan cara memberikan pinjaman modal atau sarana produksi baik kepada pedagang pengepul kecamatan (PPKc) maupun para petani. Melalui ikatan pinjaman ini, PPKc atau petani tersirat keharusan untuk menjual hasil kepada pedagang besar. Pada tingkat desa dan kecamatan telah terbentuk struktur pasar oligopolistik, dimana pedagang pengumpul besar dapat menentukan harga pembelian di tingkat petani dan PPD maupun PPKc. Modal petani pada umumnya masih lemah dan aksesibilitas terhadap sumber lembaga kredit formal masih terbatas karena tidak adanya agunan sertifikat tanah. Dengan demikian, para petani hanya akses kepada lembaga kredit informal yang menyediakan kredit tanpa agunan meskipun tingkat bunga tinggi seperti pedagang sarana produksi atau pedagang hasil. Akibatnya petani harus membayar jumlah kredit yang besar dan kehilangan kebebasan untuk memilih pembeli yang lebih menguntungkan.

**Efisiensi pemasaran**

Efisiensi Pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah di lihat empat indikator, yaitu: margin pemasaran, share petani, distribusi keuntungan, dan volume penjualan. Rinciannya disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Vanili di Kabupaten Lombok Tengah, 2024

No.	Pelaku Pasar	Saluran	
		Pemasaran I	Pemasaran II
1	Produsen		
	Harga Jual (Rp/kg)	130,000.00	120.000
2	Pengepul Desa (PD)		
	a. Harga Beli (Rp/kg)		120.000
	b. Harga Jual (Rp/kg)		130.000
	c. Biaya Pemasaran (Rp/kg)		3.000
	Keuntungan (Rp/kg) (b-a-c)		7.000
	Margin (Rp/kg) (b-a)		10.000
	$\Pi/C$		2,33
3	Pengepul Kecamatan (PKc)		
	a. Harga Beli (Rp/kg)	130,000.00	
	b. Harga Jual (Rp/kg)	150,000.00	
	c. Biaya Pemasaran (Rp/kg)	6.000	
	Keuntungan (Rp/kg) (b-a-c)	14.000	
	Margin (Rp/kg) (b-a)	20.000.0	
	$\Pi/C$	2.33	
3	Pedangang Besar (PT Djasula Wangi)		
	a. Harga Beli (Rp/kg basah)	150.000	150.000
	b. Harga Jual (Rp/kg kering)	850.000	850.000
	c. Biaya Pemasaran (Rp/kg)	250.000	250.000
	Keuntungan (Rp/kg) (b-a-c)	450.000	450.000
	Margin Pemasaran (Rp/kg) (b-a)	700.000	700.000
	$\Pi/C$	1,80	1,80
	Share Produsen (%)	86,67	80
	Distribusi Keuntungan	0,77	0,77
4	Kriteria efisiensi		
	Margin Pemasaran ( $\leq 50\%$ )	15,29% (efisien)	14,12 % (efisien)
	Share Produsen ( $\geq 60\%$ )	86,67% (efisien)	80 % (efisien)
	DK= ( $>0,5$ )	0,77 (adil & merata)	0,77 (adil & merata)
	Volume Penjualan (kg kering)	588	58

Sumber: Data Primer Diolah, 2024.

Tabel 3. menunjukkan bahwa secara keseluruhan pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Timur sudah efisien, jika dilihat dari empat indikator yaitu margin pemasaran, share petani, distribusi keuntungan, dan volume penjualan. Pada saluran pemasaran I, nilai margin pemasaran sebesar 15,29, sedangkan pada saluran II nilai marginya sebesar 14,14%. Kriteria efisiensi pemasaran dari indikator margin pemasaran, jika nilai margin yang diperoleh  $\leq 50\%$ . Dengan pemasaran vanilai di Kabupaten Lombok Tengah sudah efisien. Share petani pada saluran pemasaran I dan II , masing masing memiliki sebesar 86,67% dan 80%. Nilai share yang diperoleh produsen tersebut lebih besar nilai kiriteria, yaitu ( $\geq 60\%$ ). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa share produksi vanili sudah efisien. Distribusi keuntungan pada saluran I dan II masing-masing sebesar 0,77 lebih besar skor stadar ( $\geq 0,5\%$ ). Dengan demiiian, maka dapat diakatakn bahwa distribusi keuntungan pada saluran I dan II

sudah efisien karena distribusi keuntungan (DK) berada pada kisaran nilai 0,5-1, artinya keuntungan pemasaran terdistribusi merata antara lembaga pemasaran yang terlibat dalam pendistribusian produk dari produsen ke konsumen akhir. Volume penjualan adalah jumlah produksi buah vanili yang dijual oleh petani yang di nyatakan dalam satuan (kg). Pada penelitian ini volume penjualan buah vanili yaitu sebesar 588 kg kering untuk saluran I dan 166 kg untuk saluran II.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Biaya produksi usahatani vanili di Kabupaten Lombok Tengah sebesar Rp 114.159.264/LLG atau Rp 56.126.814/ha, sedangkan pendapatan petani usaha tani vanili sebesar Rp4.470.106/LLG atau Rp17.719.340/ha, dengan nilai R/C usaha tani vanili di Kabupaten Lombok Tengah sebesar 1,32 (>1). Dengan demikian usahatani vanili di Kabupaten Lombok Tengah layak untuk dikembangkan; (2) terdapat 2 (dua) rantai pemasaran vanili di Kabupaten Lombok Tengah, yaitu: Saluran I: Petani - Pedagang Pengumpul Kecamatan (PP Kec.) - Pedanga Besar (PB)/ PT. Djasula Wangi-Eksportir. Saluran II: Petani/Produsen - Pedagang Pengepul Kecamatan (PPKc) - Pedanga Besar (PB)/ PT. Djasula Wangi- Eksportir; Usaha tani vanili di Kabupaten Lombok Tengah sudah efisien, ditinjau dari 4 (empat) kriterian efisiensi pemasaran, yaitu margin pemasaran, share produsen, distribusi keuntungan dan volume penjualan.

Saran: (1) Diharapkan kepada petani untuk memperluas skala usahatani vanili dengan menambah luas areal dan jumlah tanaman vanili guna meningkatkan volume produksi dan pendapatan; (2) Diharapkan kepada vanili membentuk atau memperkuat kelompok tani atau koperasi untuk meningkatkan posisi tawar dalam rantai pemasaran.

### DAFTAR PUSTAKA

- Abdat, H. S., Santoso, S. I., & Nurfadillah, S. 2022. Daya Saing Komoditas Vanili Indonesia di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(3), 1084-1097.
- Amin, M. Harisudin dan Setyowati. 2016. Analisis Margin Pemasaran Temulawak Di Kabupaten Wonogiri. *J. Agrista*. 4 (3) : 550-559.
- Asmarantaka RW. 2014. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). IPB Press. Bogor
- BPS (Badan Pusat Statistik). 2024. Statistik Perkebunan Indonesia: Vanili 2023. Jakarta: BPS.
- Burhan Mungi, 2008. Analisa Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media Group
- Diatmika, W.S., Made Antara, Ketut Suamba, 2022. Perbandingan Kinerja dan Kelayakan Antara Usahatani Vanili Konvensional dan Modern di Daerah Bali *Jurnal manajemen agribisnis (journal of agribusiness management) 2022* doi:10.24843/jma.2022.v10.i01.p11.
- Effendi, S., & Tukiran. 2014. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES, Jakarta.
- FAO (Food and Agriculture Organization of the united Nations). 2019. Top 10 Country, Export Quantity of Vanilla. [http://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries\\_by\\_commodity\\_exports](http://www.fao.org/faostat/en/#rankings/countries_by_commodity_exports). Diakses pada 1 Maret 2021.
- Hadipoentyanti, E., & Udarno, L. 2020. *Keragaman Genetik dan Produktivitas Vanili (Vanilla planifolia Andrews) di Indonesia*. *Jurnal Penelitian Tanaman Industri*, 26(1), 26-38.
- Hartatri, D. F. S., Maward, S., & Wahyudi, T. 2019. *Ekonomi Vanili: Menilik Kembali "Emas Hijau" Indonesia*. *Warta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia*, 31(2), 74-85.
- Herliadi, A., & Supriadi, H. 2022. *Kesesuaian Lahan dan Agroklimat Tanaman Vanili di Indonesia*. *Jurnal Tanah dan Iklim*, 46(1), 51-62.
- Herliadi, A., Salim, F., & Syahputra, B. (2019). *Analisis Cost dan Return Usahatani Vanili di Sulawesi Selatan*. *Jurnal Penelitian Tanaman Industri*, 25(1), 33-42.
- Kementerian Pertanian, 2024. OUTLOOK VANILI. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian 2024. ISSN : 1907-1507
- Kementerian Pertanian. 2023. *Statistik Perkebunan Indonesia 2022-2023: Vanili*. Direktorat Jenderal Perkebunan, Kementerian Pertanian Republik Indonesia, Jakarta.
- Murtiningrum, A., & Ahmad, Z. 2021. *Parameter Kelayakan Ekonomi Usahatani Komoditas Perkebunan di*

- Indonesia*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 5(3), 789-798.
- Murtiningrum, A., Thamrin, M., & Rangkuti, Z. 2018. *Peran Tenaga Kerja Keluarga dalam Usahatani Komoditas Perkebunan*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 6(2), 121-134.
- Nurjanah, E., Suryani, E., & Zulfebriansyah, S. 2019. *Struktur Biaya dan Pendapatan Usahatani Vanili di Sentra Produksi Indonesia*. Jurnal Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian, 22(2), 177-186.
- Nuzula A.M. 2013. *Permintaan Ekspor Vanili Indonesia ke Amerika Serikat dengan Pendekatan Error Correction Model (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Semarang*.
- Rismunandar. 2020. *Vanilla Production in Madagascar: Cost Structure and Market Competition*. International Journal of Agricultural Economics, 5(3), 102-111.
- Rukmana, R. 2018. *Sukses Budidaya Vanili*. Lily Publisher, Yogyakarta.
- Rukmana, R. 2021. *Faktor Penentu Kualitas dan Harga Vanili*. Agro Media, Jakarta.
- Rustiani, U. S., Hidayat, I. M., & Susetyarini, R. E. (2018). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Tanaman Vanili di Indonesia*. Jurnal Hortikultura, 28(2), 269-278.
- Soekartawi. (2016). *Analisis Usahatani*. UI Press, Jakarta.
- Soekartawi. (2018). *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya* (Edisi revisi). Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Suharyon, Suryani, E., & Fariyanti, A. 2015. *Analisis Finansial Usahatani Vanili di Provinsi Jambi*. Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Indonesia, 17(3), 147-154.
- Suhendra, D., Nurmalina, R., & Fariyanti, A. (2020). *Perbandingan Struktur Biaya dan Pendapatan Usahatani Vanili di Provinsi Bali*. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 4(3), 634-645.
- Suhendra, D., Yanti, N., & Suprpto. 2022. *Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Vanili di Bali*. Jurnal Agroekoteknologi Tropika, 11(1), 91-102.
- Sulistiyani, N. P. R. 2016. *Analisis Rantai Nilai Pemasaran Ikan Air Tawar di Kabupaten Lombok Barat*. Skripsi. Fakultas Pertanian Universitas Mataram
- Suryani, E., & Nuryati, L. 2019. *Analisis Nilai Tambah Pengolahan Vanili di Indonesia*. Jurnal Penelitian Tanaman Industri, 25(2), 77-88.
- Suryanti, S. ., Mawandha, H. G. ., Himawan, A. ., & Widyasaputra, R. 2024. *APLIKASI Teknologi Irigasi Tetes Pada Kegiatan Budidaya Tanaman Vanili di Rumah Kaca Dusun Sinogo, Pagerharjo, Samigaluh, Kulon Progo, Yogyakarta* . *Jurnal Abdi Insani*, 11(1), 832–839. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i1.1351>
- Tjetep Nurasa dan Ade Supriatna, 2012. *Analisis Pemasaran Komodita Panili (Studi Kasus di Propinsi Sulawesi Utara)*. SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, [S.I.], nov. 2012. ISSN 2615-6628. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/soca/article/view/4105>>. Date accessed: 05 may 2025.