

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) adalah hasil hutan hayati baik nabati maupun hewani beserta produk turunannya dan budidaya kecuali kayu yang berasal dari hutan (Permenhut No 35 Tahun 2007). HHBK di Indonesia menjadi salah satu komoditi investasi yang bernilai tinggi seperti gaharu. Gaharu merupakan tanaman penghasil gubal yang merupakan suatu substansi aromatik berwarna coklat muda, coklat tua, dan coklat kehitaman sampai hitam yang berbentuk pada batang kayu penghasil gaharu (*Aquilaria Malaccensis Lank*), sebagai respon pertahanan diri terhadap serangan pathogen (Santoso, 2007). Sudah banyak dibudidayakan diberbagai daerah di Indonesia seperti : Jambi, Riau, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Papua dan Kepulauan Bangka Belitung.

Gaharu sendiri merupakan tanaman HHBK yang memiliki nilai ekonomis tinggi untuk bahan industri parfum, dupa, dan obat-obatan. Gaharu tumbuh di hutan tropika dan memiliki *Genus Aquilaria, Grynops* dan *Gonystillus* yang semuanya masuk kedalam *Family Thymelaeaceae* (Sumarna, 2012). Gaharu menghasilkan gubal yaitu bahan utama dalam pembuatan minyak yang berguna untuk melekatkan minyak wangi dimana penggunaan minyak dari gubal gaharu memiliki kualitas yang sangat baik dibandingkan dengan alkohol. Gubal gaharu sendiri dihasilkan oleh bakteri *Fusarium* yang disuntikkan kedalam pohon gaharu yang telah dilobangi (proses inokulasi) sehingga memicu bau khas dupa, pembentukan gubal gaharu sendiri berlangsung lumayan lama yaitu 2-5 tahun dari inokulasi pertama (Suhendra, 2012).

Pembentukan gubal gaharu sendiri memiliki 2 cara yaitu pembentukan gubal buatan dengan cara penyuntikan (inokulasi) dan pembentukan dari alam, pembentukan dari alam sendiri memiliki waktu yang cukup lama kurang lebih 10 tahun (Suhendra, 2012). Pembentukan dari alam sendiri dibantu oleh cuaca, tanah, dan hewan seperti semut. Pembudidayaan gaharu sendiri sudah mulai

banyak dikembangkan di Indonesia, contohnya di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, dimana gaharu sudah termasuk kedalam produk unggulan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung berdasarkan SK Gubernur Nomor : 188.443/37/Dishut/2009 tentang Penetapan Jenis Tanaman Unggulan Lokal (TUL).

Kabupaten Bangka Tengah merupakan sentra gaharu dan lokasi pengembangan klaster gaharu yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jendral Rehabilitasi dan Perhutanan Sosial Kementrian Kehutunan Nomor: SK.22/V-BPS/2010. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Kehutanan Bangka Tengah tahun 2015, Kecamatan Lubuk Besar memiliki jumlah pohon gaharu terbesar di Kabupaten Bangka tengah dengan jumlah pohon mencapai 327.705 batang pohon gaharu. Data tersebut membuat Kecamatan Lubuk Besar menjadi Sentra gaharu di Kabupaten Bangka Tengah tepatnya Desa Lubuk Pabrik.

Desa Lubuk Pabrik memproduksi turunan gaharu seperti teh gaharu, aksesories, dan minyak gaharu, diantara produk-produk turunan tersebut teh gaharu merupakan satu-satunya produk yang memiliki masa produksi cepat. Teh gaharu ini dihasilkan dari daun gaharu yang berusia 1,5-3 tahun. Proses produksi teh gaharu sendiri memiliki cara yang sama dengan pembuatan teh pada umumnya. Pengolahan teh gaharu ini dilakukan oleh Gabungan Kelompok Tani (GAPOKTAN) Alam Jaya Lestari, teh gaharu hasil produksi dari Gapoktan Alam Jaya Lestari adalah *Aqilla*. Dalam proses produksinya terdapat 5 tenaga kerja, dengan struktur organisasi yaitu : ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota, dimana ketua dari Gapoktan sendiri adalah Bapak Suprpto dan ketua untuk pengolahan teh gaharu adalah Bapak Sugeng. Gapoktan memiliki 3 bagian divisi dalam pengelolaan produk turunan gaharu, yaitu : pengelolaan aksesories, pengelolaan teh gaharu, pengelolaan minyak gaharu.

Teh gaharu sendiri terbentuk karena proses menunggu gubal gaharu yang cukup lama dengan rentan 3-8 tahun setelah proses inokulasi dilakukan, dengan rentan waktu tersebut maka Gapoktan mencari inisiatif lain dari bagian lain pohon gaharu dengan melakukan kerjasama dengan BAPPEDA dan dinas kesehatan

untuk melihat kandungan yang terdapat pada bagian daun gaharu, dari hasil uji kandungan ternyata daun gaharu memiliki anti oksidan tinggi sehingga Gapoktan menciptakan teh berbahan dasar daun gaharu (Karsiningsih, 2016). Teh Gaharu telah dipasarkan ke berbagai daerah di Indonesia secara *online*, dengan daerah penjualan adalah : pulau Jawa, Kalimantan, NTT, dan Bali. Tahun 2016 Gapoktan Alam Jaya Lestari menjual hingga 800 kotak perbulannya atau sekitar 9600 kotak pertahunnya, dengan bantuan promosi dari dinas dengan cara menyuguhkan teh gaharu dalam acara-acara dinas selain itu teh gaharu juga diikuti sertakan dalam setiap pameran yang ada (Karsiningsih, 2016). Akan tetapi, pada tahun 2017 penjualan teh gaharu sangat menurun tercatat pada data Gapoktan Alam Jaya Lestari teh gaharu hanya mampu terjual sebanyak 250-300 kotak perbulan saja atau sekitar 3600 kotak saja.

Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa menurunnya volume penjualan dari teh gaharu, Volume penjualan adalah penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Kamelia, 2006). Menurut Susilowati (2016) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan produk adalah : modal, tenaga kerja, promosi, *personal selling*, distribusi, dan persaingan. Volume penjualan sendiri sangat memiliki keterkaitan dengan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, jika pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau instansi baik maka akan meningkatkan volume penjualan dari produk tersebut. Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler, 2005). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Daryanto, 2011).

Awalnya permasalahan Teh Gaharu Aqilla sendiri adalah masalah produksi dimana GAPOKTAN tidak mampu memenuhi permintaan pasar yang mencapai 1000 kg/ bulan atas permintaan pedagang besar yang ada di Jakarta (Susanti, 2015). Ketidakmampuan memenuhi permintaan pasar ini serta permasalahan dengan penyelesaian yang lambat membuat teh gaharu perlahan kehilangan pasar (permintaan), hingga pada awal 2017 GAPOKTAN mendapatkan bantuan mesin

pencacahan dengan volume produksi yang lebih besar. Dengan adanya mesin ini diharapkan mampu meningkatkan produksi dari teh gaharu sendiri. Akan tetapi karena permasalahan permintaan yang tidak mampu dipenuhi pada kasus terdahulu Teh Gaharu Aqilla mengalami penurunan volume penjualan. Selain teh gaharu yang telah di produksi mengalami penumpukan *stock sebesar 50-100* kotak karena pasar untuk teh gaharu yang berkurang.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari adalah promosi dan distribusi. Promosi yang dilakukan adalah dengan cara mengikut sertakan teh gaharu dalam kegiatan pameran. Sedangkan distribusinya Gapoktan Alam Jaya Lestari membuka toko *online* agar memudahkan konsumen dalam melakukan pemesanan produk teh gaharu, dan memiliki toko yang terletak di Desa Lubuk Besar guna menampung produk teh gaharu. Permasalahan terkait pemasaran produk adalah promosi yang dilakukan terbatas karena keterbatasan modal yang di miliki oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari.

Pemasaran menjadi akhir dari sebuah produksi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dan volume pemasaran menjadi indikator atas keberhasilan sistem pemasaran yang dilakukan, sistem pemasaran yang baik akan meningkatkan volume penjualan sebuah produk. Volume penjualan yang menurun dari penjualan teh gaharu yang dilakukan oleh Gapoktan Alam Jaya Lestari, menunjukkan bahwa perlunya strategi pengembangan pemasaran. Selain itu, mengingat sentra gaharu di Kabupaten Bangka Tengah terdapat di Kecamatan Lubuk Besar itu sendiri. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian studi kasus di Gapoktan Alam Jaya Lestari mengenai ***Strategi Pemasaran Teh Gaharu Aqilla di Desa Lubuk Pabik Kecamatan Lubuk Besar Kabupaten Bangka Tengah (studi kasus Gapoktan Alam Jaya Lestari)***.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses produksi teh gaharu *Aqilla* yang dilakukan GAPOKTAN Alam Jaya Lestari ?
2. Bagaimana saluran pemasaran teh gaharu *Aqilla* yang dilakukan oleh GAPOKTAN Alam Jaya Lestari ?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran teh gaharu *Aqilla* yang dilakukan GAPOKTAN Alam Jaya Lestari ?

1.3 Tujuan

1. Mendeskripsikan proses produksi teh gaharu *Aqilla* yang dilakukan GAPOKTAN Alam Jaya Lestari
2. Mendeskripsikan saluran pemasaran teh gaharu *Aqilla* yang dilakukan oleh GAPOKTAN Alam Jaya Lestari
3. Merumuskan alternatif strategi pemasaran teh gaharu *Aqilla* yang dilakukan GAPOKTAN Alam Jaya Lestari

1.4 Kegunaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan berguna untuk :

1. Bagi GAPOKTAN Alam Jaya Lestari diharapkan penelitian ini bisa membantu GAPOKTAN untuk memberikan alternatif strategi pemasaran teh gaharu *Aqilla*
2. Bagi universitas hasilnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan referensi bagi kalangan akademik untuk keperluan studi dan dapat dijadikan data bagi penelitian selanjutnya dalam kajian strategi pemasaran teh gaharu.
3. Bagi masyarakat dapat menjadi pertimbangan untuk menjadikan produk turunan gaharu sebagai usaha meningkatkan perekonomian.