



MILLENNIUM CHALLENGE ACCOUNT-INDONESIA
GREEN PROSPERITY PROJECT

COMMUNITY-BASED NATURAL RESOURCES MANAGEMENT (CBNRM)

ANALISIS RANTAI NILAI DAN INSENTIF EKONOMI KOMODITAS HHBK UNGGULAN PULAU LOMBOK

Analisis Rantai Nilai dan Insentif Ekonomi Komoditas Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Unggulan Pulau Lombok



Kerjasama antara



Yayasan WWF Indonesia

**Koperasi Maju Bersama – Santong,
Kabupaten Lombok Utara
dan
Koperasi Serba Usaha Mele Maju – Lantan,
Kabupaten Lombok Tengah**

2016



WWF Indonesia Coral Triangle Programme for Small Islands
Jl. Arif Rahman hakim No. 43A Mataram
Nusa Tenggara Barat
Telp. 0370 - 630505



MILLENNIUM CHALLENGE ACCOUNT-INDONESIA GREEN PROSPERITY PROJECT

COMMUNITY-BASED NATURAL RESOURCES MANAGEMENT (CBNRM)

Analisis Rantai Nilai dan Insentif Ekonomi Komoditas Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Unggulan Pulau Lombok



WWF Indonesia
2016

**ANALISIS RANTAI NILAI DAN
INSENTIF EKONOMI KOMODITAS
HHBK UNGGULAN PULAU LOMBOK**

Penulis : DR. Muhammad Siddik
Layout : Tim Beemedia
Desain Sampul : Tim Beemedia
Dokumentasi Foto : WWF Indonesia/CTP

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
All Rights Reserved

Penerbit & Percetakan
CV. Bee Media Nusantara
Jl. Surabaya No. 7 Taman Baru Mataram NTB
Email : beemedianusa@gmail.com

Ketebalan : 99 halaman
Ukuran 210 x 297 mm

Disclaimer MCA – Indonesia

Dokumen ini dibuat dengan dukungan masyarakat Amerika Serikat melalui Millenium Challenge Corporation. Informasi, opini, dan kesimpulan yang dicantumkan di sini tidak mewakili posisi Millenium Challenge Corporation atau pemerintah Amerika Serikat

KATA PENGANTAR



Puji syukur ke haderat Allah SWT Tuhan yang maha kuasa atas limpahan rahmat dan karuniNya kepada kami Peneliti dan Tim WWF Indonesia, sehingga kami dapat menyusun laporan penelitian tentang Analisis Rantai Nilai Dan Insentif Ekonomi Komoditas HHBK Unggulan Pulau Lombok.

Penelitian ini merupakan salah satu kegiatan dari proyek MCA Indonesia kerjasama dengan WWF Indonesia untuk mendukung Pemanfaatan Berkelanjutan HHBK Dalam Pengelolaan Hutan Berbasis Masyarakat (PHBM) - Pembangunan Ekonomi dan Konservasi Keanekaragaman Hayati di Lanskap Gunung Rinjani Lombok. Penelitian dilakukan selama tiga bulan (Oktober-Desember 2016) melalui berbagai tahap kegiatan: mulai dengan penjarangan informasi awal, pengumpulan data di Lombok, Bali dan Jawa Timur, Diskusi Terbatas dengan Tim Kunsultan dan Tim WWF, FGD dan Workshop dengan para pihak yang terlibat dalam pengembangan komoditas unggulan, yaitu dengan perwakilan petani-peternak, pedagang, pengurus lembaga lingkup desa dan kawasan; dan dengan dinas instansi terkait tingkat Kabupaten dan Propinsi. Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian dan proses penyusunan laporan ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam merumuskan dan mengimplementasikan model bisnis, pengembangan kapasitas dan efektivitas system perencanaan, pengelolaann dan pemanfaatan HHBK secara berkelanjutan di kawasan lindung dan zone penyangga kawasan hutan Gunung Rinjani khususnya dan pembangunan kehutanan secara umum.

Mataram, Desember 2016.

Tim Penyusun.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Kegiatan.....	3
1.3. Manfaat Kegiatan.....	4
II. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Penentuan Komoditas HHBK Unggulan.....	9
3.2. Lokasi Penelitian.....	10
3.3. Objek dan Subjek Penelitian.....	10
3.4. Metode dan Proses Penelitian.....	10
3.5. Implementasi Hasil Penelitian.....	16
IV. RANTAI NILAI KOMODITAS HHBK UNGGULAN PULAU LOMBOK	
4.1. Komoditas Kemiri.....	17
4.2. Komoditas Madu.....	28
4.3. Komoditas Bambu.....	39
4.4. Komoditas Nangka.....	49
4.5. Komoditas Durian.....	57
4.6. Komoditas Aren.....	64
4.7. Komoditas Empon-Empon.....	71
V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Rekomendasi Pilihan Insentif Ekonomi.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	93

PENDAHULUAN



1.1. Latar Belakang

Sumberdaya Hutan (SDH) mempunyai potensi multi fungsi yang dapat memberikan manfaat ekonomi, lingkungan dan sosial bagi kesejahteraan umat manusia. Manfaat tersebut bukan hanya berasal dari Hasil Hutan Kayu (HHK), melainkan juga manfaat hasil hutan bukan kayu dan jasa lingkungan. Hasil hutan selain kayu, yang lebih dikenal dengan sebutan HHBK (Hasil Hutan Bukan Kayu), selalu menduduki peran penting dan besar dalam ekonomi kehutanan di Indonesia, termasuk di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat. Menurut Permenhut No. P.21/Menhut-II/2009 pada lampirannya disebutkan bahwa nilai ekonomi Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) di Indonesia diperkirakan mencapai 90% dari total nilai ekonomi yang dapat dihasilkan dari ekosistem hutan.

Sejalan dengan potensi di atas, maka pembangunan kehutanan diharapkan tidak lagi hanya berorientasi pada hasil hutan kayu, tetapi sudah selayaknya menggali potensi HHBK, sebagaimana yang diperkuat oleh Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.35/Menhut II/2007 tentang Hasil Hutan Bukan Kayu. Kebijakan ini telah mengamanatkan kepada setiap daerah, dimana daerah mempunyai kewajiban untuk mengembangkan komoditas HHBK secara lebih serius.

Kegiatan Pengembangan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) dalam kerangka pengembangan pengelolaan hutan bersama masyarakat di kawasan hutan Gunung Rinjani Pulau Lombok merupakan langkah strategis yang harus terus dikembangkan dan diperkuat pelaksanaannya. Hal ini tidak lepas dari banyaknya

jenis HHBK yang dapat diperoleh dari hutan, baik yang berasal dari tumbuhan (HHBK nabati) maupun dari hewan (HHBK hayati). Pemanfaatan HHBK pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan akan pangan, energi, dan obat-obatan, serta pemanfaatan lainnya. Karena itu pemanfaatan hasil hutan bukan kayu (HHBK) secara berkelanjutan dengan konsep Pengelolaan Hutan Berbasis Masyarakat (PHBM) sangat penting untuk mendukung pelestarian kawasan hutan secara berkelanjutan

Untuk itu, upaya pengembangan HHBK perlu dilakukan secara berkelanjutan, mengingat komoditas HHBK sangat beragam di setiap daerah dan banyak melibatkan berbagai pihak dalam memproses hasilnya, maka strategi pengembangan perlu dilakukan dengan memilih jenis prioritas yang diunggulkan berdasarkan pada kriteria, indikator dan standar yang ditetapkan. Dengan tersedianya jenis komoditas HHBK unggulan, maka usaha budidaya dan pemanfaatannya dapat dilakukan lebih terencana dan terfokus sehingga pengembangan HHBK dapat berjalan dengan baik, terarah dan berkelanjutan.

Di Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat (NTB) potensi HHBK cukup besar baik yang berada di dalam kawasan maupun di luar kawasan hutan. Berdasarkan hasil penelitian Rencana Pengelolaan HHBK di kabupaten Lombok Utara, dan Kabupaten Lombok Tengah terdapat sejumlah komoditas yang dikembangkan oleh masyarakat. Di Kabupaten Lombok Utara, potensi HHBK di dalam kawasan hutan yakni di dalam kawasan HKm sebanyak 27 komoditi dan di luar HKm sebanyak 19 komoditi. Sedangkan potensi HHBK di luar kawasan hutan sebanyak 25 komoditi. Sedangkan di Kabupaten Lombok Tengah, potensi HHBK di dalam kawasan hutan yakni di dalam kawasan HKm sebanyak 39 komoditi dan di luar HKm sebanyak 23 komoditi. Sedangkan potensi HHBK di luar kawasan hutan sebanyak 36 komoditi (WWF, 2012a; 2012b). Atas dasar potensi tersebut, dengan berpedoman pada Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.35/Menhut II/2007 tentang Hasil Hutan Bukan Kayu dan Permenhut No. P.21/Menhut-II/2009 tentang penentuan komoditas HHBK unggulan, maka pemerintah daerah Kabupaten Lombok Utara telah menetapkan 2 komoditas HHBK unggulan, yaitu kemiri dan madu; sedangkan di Kabupaten Lombok Tengah ditetapkan 9

komoditas HHBK potensial unggulan, yaitu: durian, alpokat, nangka, bambu, kemiri, aren, empon-empon, pinang dan ketak.

Hingga saat ini pengelolaan sumberdaya hutan umumnya dan khususnya pengelolaan HHBK menunjukkan belum efektifnya sistem pengelolaan HHBK dan lemahnya partisipasi masyarakat dalam memberikan kontribusi bagi peningkatan ekonomi masyarakat dan pencapaian tujuan konservasi. Salah satu permasalahan utama adalah pengelolaan HKm dan pemanfaatan HHBK secara berkelanjutan adalah terkait dengan persoalan pemasaran serta pengembangan ekonomi. Di tingkat masyarakat banyak dijumpai produk HHBK yang dijual dalam bentuk bahan mentah, pasar tidak menentu, masyarakat tidak memiliki akses pasar dan belum dilakukan pengolahan, sehingga tidak tercipta nilai tambah. Selain itu, pemasaran produk HHBK masih dilakukan secara individu oleh setiap petani, pangsa pasar sebagian besar pada konsumen domestik, melalui jasa pedagang pengumpul desa (“tengkulak”). Hal ini melemahkan posisi tawar petani, karena berhadapan dengan jumlah pembeli yang lebih sedikit. Masalah ini juga tidak terlepas dari kondisi ekonomi petani pengelola hutan yang sebagian besar atau sekitar 70% masih miskin (WWF, 2016).

Berdasarkan uraian di atas, dan untuk mewujudkan dan mendukung inisiatif dan investasi PHBM yang telah ada, maka perlu memperkuat kapasitas, data dan jaringan pemasaran yang terkait dengan produk-produk HHBK unggulan di masyarakat, dengan melakukan penelitian secara mendalam tentang pasar dari komoditas HHBK unggulan dengan menggunakan analisis rantai nilai.

1.2. Tujuan Kegiatan

- 1) Melakukan survai pasar terhadap produk-produk HHBK unggulan (yang berpotensi mengurangi kemiskinan, mendukung konservasi keanekaragaman hayati) dengan menggunakan pendekatan analisis rantai nilai (*value chain analysis*).
- 2) Mengembangkan pilihan-pilihan insentif ekonomi bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam konservasi hutan dan pemanfaatan HHBK secara berkelanjutan.

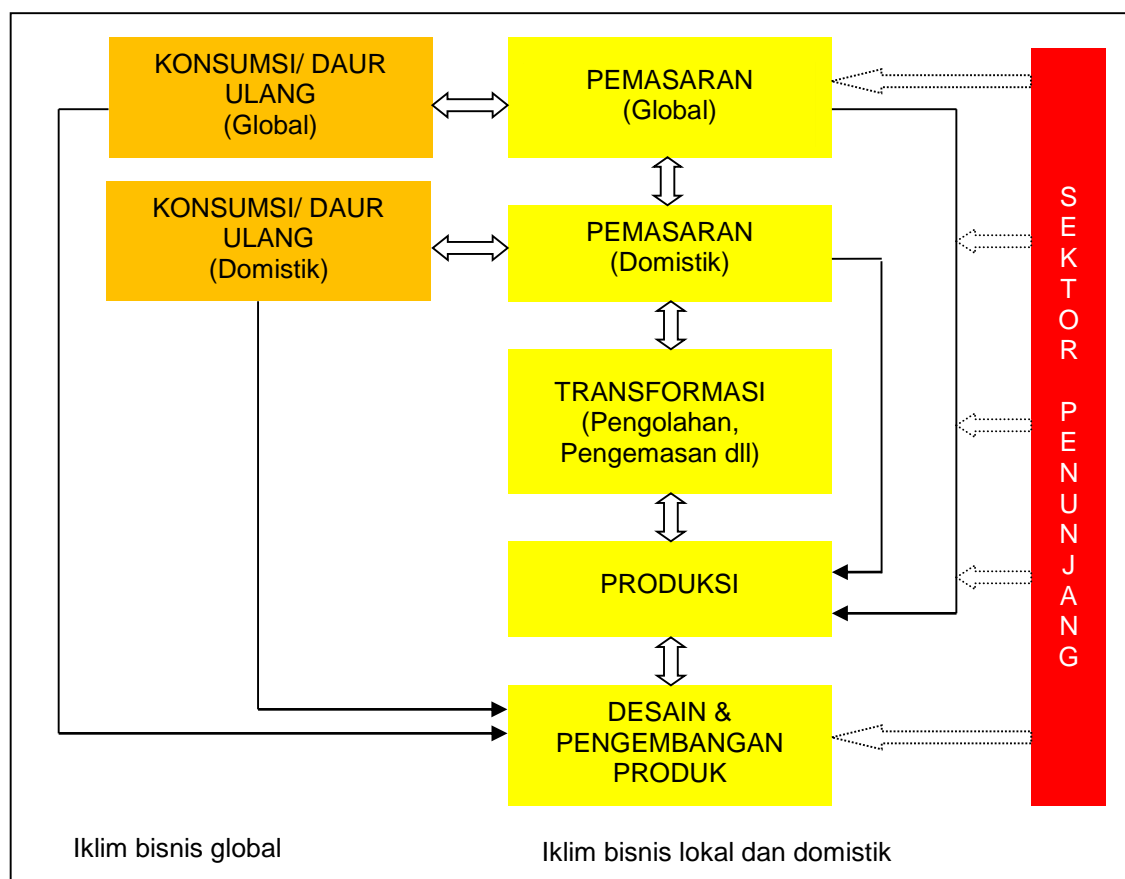
1.3. Kegunaan Kegiatan

- 1) Output dari kegiatan ini diharapkan akan memberikan kontribusi bagi efektifnya system perencanaan dalam pengelolaan dan pemanfaatan HHBK secara berkelanjutan di kawasan lindung dan zone penyangga kawasan hutan Gunung Rinjani; dan
- 2) Sebagai masukan bagi pemerintah dalam mendukung pengembangan dan kemitraan yang efektif bagi pemanfaatan HHBK dan peraturan tataniaga yang akan mendorong kelompok-kelompok usaha HHBK bermitra dengan pelaku industry besar yang ada di daerah maupun luar daerah.

KERANGKA PEMIKIRAN



Konsep rantai sebagaimana dikemukakan oleh Kaplinsky dan Morris (2000) dalam Dendi dkk (2006), yaitu keseluruhan tahapan kegiatan yang diperlukan untuk membawa produk atau jasa mulai dari konsepsi, kemudian tahapan-tahapan produksi, seterusnya penyerahan produk ke konsumen akhir sampai pembuangan/daur ulang setelah penggunaan (Gambar 2.1).



Gambar 2.1. Skema Konsep Dasar Rantai Nilai

Perjalanan produk dari produsen ke konsumen akhir melibatkan pasar akhir tertentu, pasar lokal, pasar nasional dan pasar ekspor. Pasar akhir menentukan karakteristik produk akhir yang dihasilkan. Pasar akhir belajar dan menangkap informasi dan sinyal-sinyal permintaan dari pembeli akhir dan seterusnya "mengemudikan" kualitas dan standar-standar produk yang dipasarkan. Selanjutnya sinyal yang diberikan oleh pasar ini dijadikan standar untuk merencanakan, mendesain, mengembangkan dan melakukan kegiatan produksi, termasuk dalam mentransformasi atau mengolah produk. Oleh sebab itu, pengetahuan dan pemahaman tentang pasar akhir sangat diperlukan dalam kegiatan penguasaan komoditas HHBK.

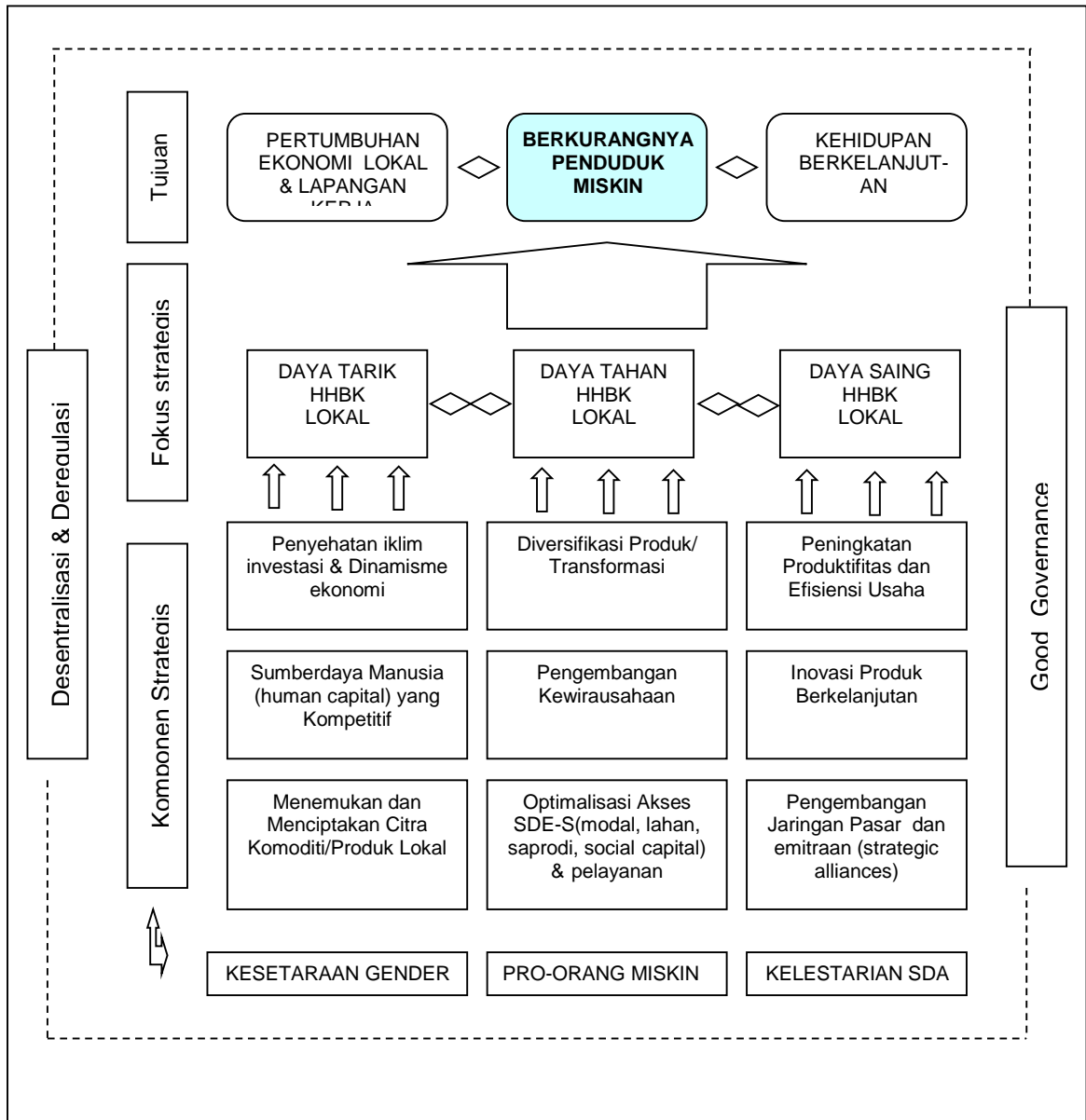
Gambar 2.1 di atas selain mengilustrasikan pentingnya pemahaman tentang pasar dan hubungan-hubungan baik antar rantai nilai, juga mengilustrasikan bahwa beroperasinya rantai nilai dipengaruhi oleh iklim bisnis, yakni iklim bisnis lokal, nasional (domestik) dan iklim bisnis internasional. Kerangka legal dan kebijakan lokal dan nasional serta stabilitas sosial politik sangat mempengaruhi perkembangan suatu usaha. Perjanjian-perjanjian dagang dan standar-standar internasional dan regional (seperti standar pasar ASEAN, Timur Tengah, AS, Jepang, Eropa) dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan komoditas HHBK lokal. Disamping iklim bisnis yang kondusif, peranan sektor pendukung (seperti pasar input, pasar uang, kebijakan pemerintah daerah dan pusat) sangat menentukan perkembangan suatu usaha, termasuk pengusahaan komoditas HHBK.

Pengembangan komoditas HHBK unggulan di Pulau Lombok akan diarahkan untuk menjadikan komoditas HHBK sebagai komoditas yang dapat berperan sebagai pengungkit perekonomian kawasan dalam memberikan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan dan memberi penghidupan secara berkelanjutan bagi masyarakat sekaligus dapat mendukung pelestarian sumberdaya hutan. Untuk itu maka diperlukan kerjasama antara pemerintah daerah, para pengusaha dan masyarakat; karena pengembangan ekonomi lokal pada dasarnya merupakan suatu proses dimana sektor publik, bisnis dan non pemerintah bekerjasama menciptakan kondisi-kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Bank Dunia dalam Dendi dkk, 2004).

Untuk menjadikan komoditas HHBK sebagai penggerak ekonomi masyarakat di kawasan hutan, maka fokus strategi pembangunan yang perlu dikembangkan, adalah membangun daya tarik, daya tahan dan daya saing. Dalam membangun daya tarik investasi dan bisnis pada komoditas HHBK, paling tidak memerlukan tiga elemen strategis, yaitu: (a) penyehatan iklim investasi dan dinamisasi ekonomi daerah; (b) membangun sumberdaya manusia (*human capital*) yang kompetitif; dan (c) menemukan dan menciptakan citra komoditas HHBK unggulan.

Membangun daya tahan diartikan sebagai kemampuan menyesuaikan diri dan memulihkan diri dari tekanan-tekanan faktor ekonomi dan non ekonomi. Untuk itu memerlukan minimal 3 elemen strategis, yaitu: (a) diversifikasi usaha dan transformasi produk; (b) pengembangan kewirausahaan; dan (c) optimalisasi akses SDE-S (modal, lahan, saprodi, modal sosial) dan pelayanan. Sementara untuk membangun daya saing agar produk HHBK mampu bersaing dengan produk dari daerah atau kawasan lain, maka strategi pengembangan yang diperlukan antara lain adalah: (a) peningkatan produktivitas dan efisiensi; (b) melakukan inovasi produk secara berkelanjutan; dan (c) mengembangkan jaringan pasar dan kemitraan.

Secara umum kerangka strategi pengembangan komoditas HHBK agar dapat berperan sebagai penggerak ekonomi lokal dalam rangka membantu pengentasan kemiskinan di Pulau Lombok mengikuti model yang disitir dan disintesis dari Dendi dkk (2004) pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Kerangka Fikir Pengembangan Komoditas HBBK Unggulan Pulau Lombok (Dimudifikasi dari Model Dendi dkk, 2004).

METODE PENELITIAN



3.1. Penentuan Komoditas HHBK Unggulan

Komoditas HHBK unggulan yang diteliti adalah komoditas HHBK yang termasuk dalam Permenhut Nomor P.35/Menhut II/2007 tentang Hasil Hutan Bukan Kayu dan Permenhut No. P.21/Menhut-II/2009 tentang penentuan komoditas HHBK unggulan. Jenis komoditasnya ditetapkan oleh Keputusan Bupati Lombok Utara Nomor 192/58/DPPKKP/2013 dan Keputusan Bupati Lombok Tengah Nomor 5a Tahun 2013. Pada keputusan Bupati Lombok Utara, ditetapkan 2 komoditas HHBK unggulan Lombok Utara, yaitu komoditas kemiri dan komoditas madu. Sedangkan di Kabupaten Lombok Tengah, ditetapkan 9 jenis komoditas HHBK unggulan potensial, yaitu: durian, alpokat, nangka, bambu, kemiri, aren, empon-empon, pinang dan ketak. Dari 9 jenis komoditas HHBK unggulan potensial Lombok Tengah tersebut, pada waktu FGD ditetapkan 4 komoditas HHBK unggulan yang diharapkan memiliki daya ungkit ekonomi, yaitu bambu, nangka, durian, dan aren. Sementara di Kabupaten Lombok Timur, belum ditetapkan oleh Bupati tentang komoditas HHBK unggulan; namun dari hasil FGD dengan masyarakat yang diikuti oleh dinas instansi terkait, dipilih 3 jenis komoditi HHBK unggulan, yaitu bambu, nangka dan durian.

Selain komoditas kemiri dan madu di Lombok Utara; dan komoditas bambu, nangka, durian di Lombok Tengah dan Lombok Timur, ditambah aren di Lombok Tengah, juga diteliti rantai nilai dari komoditas empon-empon yang terdapat di tiga kawasan tersebut, untuk mendukung pengembangan komoditas unggulan di atas, karena komoditas empon-empon dapat tumbuh baik dibawah pohon tegakan.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah kawasan proyek WWF-MCA Indonesia yang meliputi 12 desa yang terdapat di 3 kabupaten, yaitu:

- Kabupaten Lombok Utara: (a) Kecamatan Kayangan: Desa Santong, Desa Selengan dan Desa Salut; (b) Kecamatan Bayan: Desa Mumbulsari. Lokasi penelitian ini mewakili kawasan Hutan Produksi
- Kabupaten Lombok Tengah: Kecamatan Batukliang Utara: Desa Lantan, Desa Karang Sidemen, Desa Aik Berik dan Desa Setiling; mewakili Kawasan Hutan Lindung
- Kabupaten Lombok Timur: (a) Kecamatan Sikur: Desa Tetebatu dan Desa Tetebatu Selatan; dan (b) Kecamatan Montong Gading: Desa Pesanggrahan dan Desa Perian; mewakili Kawasan Hutan Taman Nasional Gunung Rinjani.

Penelitian rantai nilai pada dasarnya tidak dibatasi oleh wilayah, tapi ditentukan oleh aliran barang sampai pada konsumen akhir. Karena itu, penelitian ini selain dilakukan di kawasan produksi HHBK di tiga kabupaten di atas, juga dilakukan di luar kawasan, termasuk ke Pulau Bali dan Jawa Timur.

3.3. Objek dan Subjek Penelitian.

Objek penelitian adalah komoditas HHBK unggulan, sedangkan subyek penelitian adalah para pihak yang terlibat dalam perusahaan HHBK unggulan tersebut sepanjang rantai nilai, mulai dari para pihak yang terlibat dalam proses perencanaan atau desain produk, proses produksi, transformasi produk, pemasaran sampai pada konsumen akhir.

3.4. Metode dan Proses Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode atau analisis rantai nilai, yaitu serangkaian proses dan seperangkat metode untuk pengumpulan dan analisis data, serta merancang strategi pengembangannya (Dendi dkk, 2004). Proses penelitian

meliputi 5 tahap, yaitu: (1) mewacanakan dan membingkai penelitian, (2) pemindaian atau scanning, (3) penyigian, (4) analisis data, (5) perencanaan aksi (Tabel 3.1.).

Tabel 3.1. Tahapan-Tahapan Penelitian Rantai Nilai Komoditas HHBK Unggulan Pulau Lombok.

Tahapan	Cakupan Kegiatan	Metode/ Instrumen	Hasil yang Diharapkan
(1)	(2)	(3)	(4)
1. Mewacanakan dan membingkai penelitian: <i>persiapan awal penelitian</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ekplorasi rencana kegiatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi Tim Kunsultan dan Tim WWF. • Studi Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Menyamakan persepsi tentang rantai nilai dan komoditas unggulan
	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan desa dan kawasan penelitian 	<ul style="list-style-type: none"> • Observasi lapangan • In-depth interview 	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui kondisi umum HHBK dan masyarakat di setiap kawasan
2. Pemindaian (scanning): <i>mematangkan persiapan penelitian</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengidentifikasi dan mengundang para pihak yang terlibat dalam usaha HHBK di setiap kawasan 	<ul style="list-style-type: none"> • FGD • Diskusi pleno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi awal tentang HHBK yang diunggulkan masyarakat dan rantai nilai potensial setiap komoditas HHBK di setiap kawawan
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mendalami informasi awal yang diperoleh dari hasil FGD 	<ul style="list-style-type: none"> • Survey virtual (internet) • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Tersusun rencana operasional, penjadwalan penelitian

<p>3. Penyigian: <i>pengkajian mendalam sepanjang rantai nilai.</i></p> <p>3.1. Pengkajian rantai nilai komoditas HHBK unggulan Lombok Utara (kemiri dan madu)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menelusuri rantai pemasaran HHBK kemiri dan madu asal Kabupaten Lombok Utara. 	<ul style="list-style-type: none"> • Snow-ball • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan rantai nilai potensial komoditas HHBK unggulan Kabupaten Lombok Utara (Kemiri dan Madu)
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari proses dan pasar kemiri yang dikupas dengan cara basah di Pancor Dao Lombok Tengah; 	<ul style="list-style-type: none"> • Snow-ball • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan masalah/ kekuatan serta potensi/ peluang usaha pengupasan dan pemasaran kemiri kupas (“basah”) di Pulau Lombok.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari rantai pemasaran kemiri kupas dan kemungkinan kerjasama di Pasar Induk Bertais dan di Klungkung Bali 	<ul style="list-style-type: none"> • Snow-ball • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan kekuatan/ kelemahan dan potensi/peluang pemasaran kemiri kupas (“basah”) serta peluang kerjasama pemasaran di Pasar Bertais dan Klungkung Bali

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari pemasaran kemiri gelondongan dan proses pengupasan dengan mesin (cara kering) ; dan menajaki kemungkinan kerjasama pemasaran dengan pengepul, pengolah dan pemakai besar di Jawa Timur; 	<ul style="list-style-type: none"> • Snow-ball • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual/interne t • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan kekuatan/masalah serta potensi/pejuang usaha pengupasan dan pemasaran kemiri kupas (“kering”); dan peluang kerjasama pemasaran kemiri gelondong di Siduarjo Jawa Timur.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari jenis dan pasar madu di Kota Mataram dan Kota Denpasar 	<ul style="list-style-type: none"> • Snow-ball • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh informasi tentang kekuatan dan kelemahan madu lokal dibandingkan madu pesaing, berikut tantangan dan peluang untuk mencapai tujuan
3.2.Pengkajian rantai nilai komoditas HHBK unggulan Lombok Tengah & Lombok Timur (bambu,nangka,durian,aren,empon-empon)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menelusuri rantai pemasaran HHBK unggulan kabupaten Lombok Tengah dan Lombok Timur. 	<ul style="list-style-type: none"> • Snow-ball • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Ditemukan rantai nilai potensial komoditas HHBK unggulan: bambu, nangka, durian, aren dan empon-empon asal Lombok Tengah dan Lombok Timur.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari proses dan pasar hasil olahan bambu di Bujak, Nyerot, Loyok, Sesele dan Gunung Sari di Pulau Lombok serta di Desa Kayu Bihi Bali dan di Waru Siduarjo Jatim. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengamatan • In-depth interview • Snow-ball • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • informasi ttg jenis dan harga bambu dan hasil olahannya di Pulau Lombok. • Informasi tentang kelebihan dan kekurangan hasil kerajinan bambu Lombok dengan daerah lain (Bali dan Jawa Timur)
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari tahapan proses pengawetan/ laminasi dan kemungkinan kerjasama kemitraan dengan PT.Indo Bambu Lestari Klungkung Bali 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengamatan • In-depth interview • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh informasi dan kemungkinan kerjasama kemitraan dengan perusahaan industri laminasi bambu yang dapat diakses
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari proses dan pasar hasil olahan nangka dan durian di UD Warna Sari Suranadi 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengamatan • In-depth interview • Snow-ball • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh informasi pengolahan dan pemasaran produk olahan nangka dan durian yang dapat dicontoh.

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari proses dan pasar hasil olahan aren (gula cakep, gula briket dan gula semut) di Desa Bukit Tinggi dan Desa Kekait 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengamatan • In-depth interview • Snow-ball • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh informasi pengolahan dan pemasaran gula aren yang dapat dicontoh.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mempelajari rantai nilai dan pengolahan empon-empon yang ada di lahan HKm dan TNGR Pulau Lombok. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengamatan • In-depth interview • Snow-ball • Survey virtual • Kajian Pustaka 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh data rantai nilai dan informasi tentang pengolahan empon-empon yang ada di Pulau Lombok.
4. Analisis data	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyusun, menstruktur dan memaknai (interpretasi) data. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif atau semi kuantitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tersusun draft hasil analisis sepanjang rantai nilai; berikut draft kesimpulan dan rekomendasi
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyajikan hasil temuan dengan Tim Kunsultan dan Tim WWF 	<ul style="list-style-type: none"> • Curah pendapat (<i>brainstorming</i>) • Presentasi dan diskusi 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh masukan untuk perbaikan hasil penelitian
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyampaikan draft hasil analisis rantai nilai kepada para pihak 	<ul style="list-style-type: none"> • FGD • Presentasi dan diskusi pleno 	<ul style="list-style-type: none"> • Diperoleh masukan dan persetujuan para pihak terhadap hasil analisis.

<p>5. Perencanaan Aksi: <i>intervensi pengembangan rantai nilai dan pilihan Insentif ekonomi</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengidentifikasi dan menguraikan rencana intervensi pilihan insentif ekonomi untuk pengembangan HHBK di setiap kawasan Pulau Lombok 	<ul style="list-style-type: none"> • Curah pendapat (<i>brainstorming</i>). • Presentasi dan diskusi terbatas Tim kunsultan dan Tim WWF • Rapat Koordinasi dengan SKPD terkait ditingkat kabupaten • Rapat Penentuan Model Bisnis dan Insentif Ekonomi di tingkat Provinsi bersama dengan SKPD Terkait 	<ul style="list-style-type: none"> • Tersusun kegiatan aksi dalam bentuk pilihan insentif-insentif ekonomi yang dapat diimplementasikan untuk mengembangkan HHBK unggulan di setiap kawasan (HKm Lombok Utara, HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur)
--	---	--	--

3.5. Implementasi Hasil Penelitian

Hasil analisis rantai nilai pada Tabel 3.1. di atas dijadikan masukan dalam merumuskan dan mengimplementasikan model bisnis setiap komoditas HHBK unggulan di setiap kawasan atau kabupaten, penguatan ekonomi dan kelembagaan. Implementasi program atau kegiatan yang akan dilakukan antara lain meliputi kegiatan pendampingan penguatan kelembagaan dan akses permodalan.

RANTAI NILAI KOMODITAS HHBK UNGGULAN



4.1. Komoditas Kemiri

Komoditas kemiri merupakan salah satu dari dua komoditas HHBK unggulan di Kabupaten Lombok Utara. Keberadaan kemiri di Kabupaten Lombok Utara tidak diketahui dengan pasti, bahkan menurut informasi dari masyarakat keberadaan kemiri sudah ada sejak sebelum diterapkan program Hutan Kemasyarakatan (HKm) di daerah tersebut.

Populasi tanaman kemiri juga tidak diketahui dengan pasti akan tetapi dari sisi luas areal yang terindikasi ada tanaman kemiri dalam kawasan HKm mencapai luas total 613 ha di empat desa, yaitu: di Desa Salut 350 ha, Desa Tangga 83 ha, Desa Mumbul Sari 180 ha dan Desa Akar-Akar 100 ha.

Menurut pengumpul dan pengolah kemiri yang ada di Pancor Dao Lombok Tengah, sebagian besar kemiri yang berasal dari Pulau Lombok berasal dari Lombok Utara; urutan kedua di Nusa Tenggara Barat setelah Bima. Menurut pedagang besar yang ada di Lombok Utara, setiap tahun sekitar 500 ton kemiri dibeli dari Lombok Utara; dan semuanya dibawa dan diolah di Pancor Dao Lombok Tengah. Bila produksi kemiri gelondongan tersebut diperhitungkan dengan harga Rp. 3000 perkilogram, maka nilai hasil yang disumbangkan mencapai Rp. 1,5 milyar; dan bila diolah menjadi kemiri kupas tentu akan memberikan sumbangan yang lebih besar bagi perekonomian daerah dan penyerapan tenaga kerja.



4.1.1. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Kemiri

Hasil penelitian rantai nilai kemiri Lombok Utara menunjukkan bahwa komoditas kemiri yang ada di HKm Lombok Utara merupakan kemiri lokal yang sudah tumbuh sejak sebelum masuk program HKm. Artinya komoditas kemiri tidak dibudidayakan oleh masyarakat pengelola HKm, tapi tumbuh secara alamiah tanpa pemeliharaan secara intensif. Pohon-pohon kemiri yang ada sebagian besar sudah tua dan kurang terawat, sehingga produktivitasnya rendah, yang terlihat dari biji kemiri gelondongan yang dihasilkan kecil-kecil. Pohon-pohon kemiri yang masih muda, sebagian tumbuh dari biji-bijian yang tidak dipungut waktu panen dan sebagian kecil dari bibit yang diberikan oleh Dinas Perkebunan, melalui KPH Rinjani Barat atau BPDAS.

Meskipun sebagian komoditas kemiri yang ada dilahan HKm tumbuh setelah masuk program HKm tahun 1997/1998, namun sebagian masyarakat masih menganggap bahwa tanaman kemiri yang ada tidak dibudidayakan secara sengaja oleh masyarakat, tapi tumbuh secara alamiah; sehingga boleh dipanen oleh siapa saja. Hal ini menyebabkan petani yang diberikan hak mengelola HKm kesulitan melarang masyarakat memungut hasil kemiri yang ada di lahan HKmnya. Hal ini juga diperkirakan sebagai alasan petani kurang termotivasi memelihara dan menanam kemiri dilahan HKm. Selain daripada itu, pembudidayaan tanaman kemiri juga memerlukan ruang tersendiri, karena dianggap tanaman lain tidak bisa tumbuh baik dibawah tegakan pohon kemiri.

Keunggulan tanaman kemiri adalah masa panen yang cukup panjang, biasanya berlangsung selama 6 bulan, sejak bulan 9 (September) sampai bulan 2 (Pebruari) dan hasil panen memiliki daya simpan yang cukup lama, karena dipanen dengan cara dipungut dari buah kemiri tua yang jatuh dari pohon. Namun dari hasil wawancara dengan pengepul desa, sebagian petani juga ada yang memanen dengan cara “digerik” untuk mendapatkan hasil panen yang lebih banyak. Hal ini menyebabkan bercampurnya antara kemiri yang sudah tua dan kering dengan kemiri yang masih muda dan basah. Percampuran antara kemiri gelondongan tua dan masih muda ini menyebabkan kualitas dan citra kemiri Lombok Utara menjadi rusak, karena pada waktu pengupasan selain banyak ditemukan biji kemiri busuk dan gembos, kualitas hasil kupasan juga rendah yang terindikasi dari hasil kupasan yang kurang jernih.

Masalah hak pungut dan cara panen menjadi isu strategis pengembangan komoditas kemiri sebagai komoditas HHBK unggulan di Kabupaten Lombok Utara; selain masalah belum tersedianya usaha pengupasan kemiri di dalam kawasan. Semua hasil panen kemiri Lombok Utara diolah di Pancor Dau Lombok Tengah yang letaknya cukup jauh dari Lombok Utara. Selengkapnya tentang masalah atau tantangan serta potensi atau peluang pengembangan komoditas kemiri di Kabupaten Lombok Utara sepanjang rantai nilainya dapat disimak pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Tantangan dan peluang Pengembangan Komoditas Kemiri

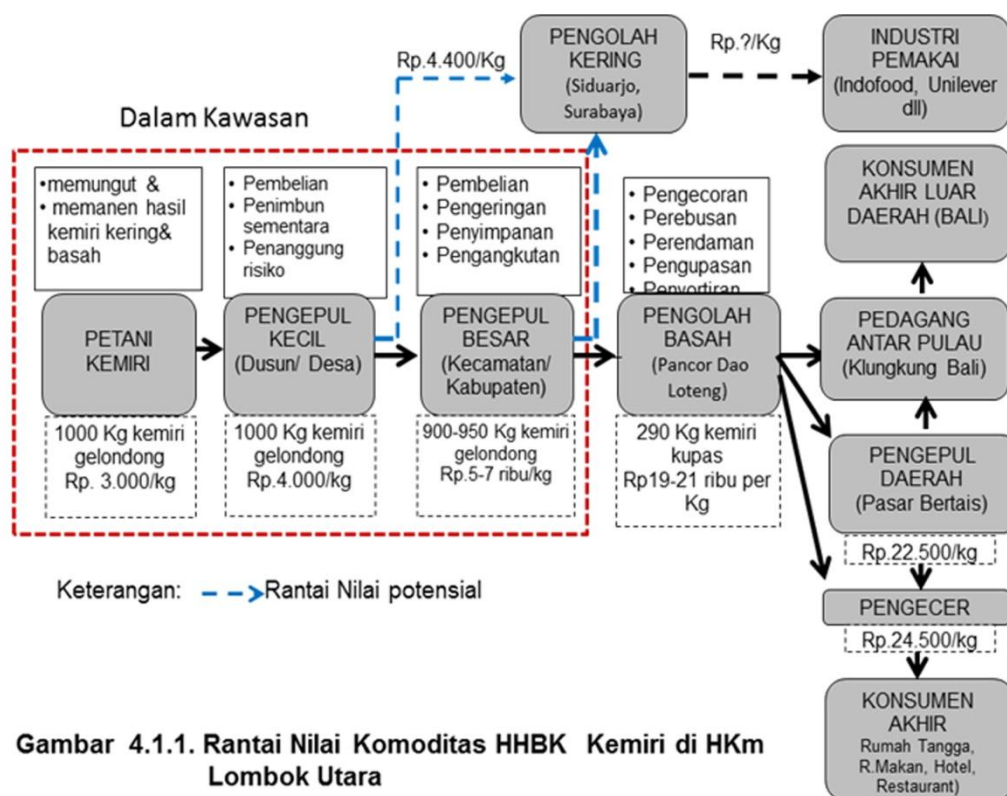
Rantai Nilai	Tantangan/Masalah	Peluang/Potensi
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jenis kemiri yang diusahakan masyarakat adalah kemiri lokal yang sudah tumbuh di alam. Artinya pengembangan komoditas kemiri tidak didasarkan atas potensi pasar. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konsumen/pemakai akhir tidak memperlakukan jenis kemiri. Karena itu kemiri lokal dapat dibudidayakan dan diremajakan.
Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemeliharaan kemiri tidak dilakukan secara intensif, sehingga produksinya belum maksimal ▪ Pemanenan selain dengan cara dipungut, juga <i>digerik</i>, shg hasil panen bercampur antara yang tua dan muda (kering dan basah). ▪ Panen kemiri bersifat musiman, tapi produksinya dapat bertahan lama. ▪ Sebagian masyarakat menganggap kemiri di lahan HKm masih milik bersama, karena itu bebas dipanen/ dipungut oleh siapa saja. ▪ Tanaman lain tidak dapat tumbuh baik dibawah naungan kemiri, shg kemiri membutuhkan ruang sendiri untuk pembudidayanya. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pembudidayaan kemiri didukung oleh Dinas Kehutanan (KPH Rinjani Barat, BPDAS). ▪ Perdes dapat jadi solusi untuk pengaturan hak panen/pungut dan waktu/ cara panen (seperti yang diterapkan di Donggo dan Parado) untuk peningkatan kualitas dan citra kemiri Lombok Utara.

<p>Transformasi Produk</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Petani atau pengumpul lokal KLU belum melakukan kegiatan pengupasan atau pengolahan. Pengupasan dilakukan di luar Kabupaten (Pancor Dao Desa Aik Darek Loteng) ▪ Pengolahan kemiri membutuhkan keterampilan dan ketekunan untuk menghasilkan kemiri kupas yang berkualitas. ▪ Pengolahan kemiri dengan cara basah membutuhkan air yang banyak untuk pengecoran, perendaman dan perebusan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produksi kemiri KLU paling banyak di Pulau Lombok, dan nomor dua di NTB setelah Bima. ▪ Sudah ada mesin pemecah cangkang kemiri, tapi kapasitas listriknya tidak sesuai dengan kondisi lapang. ▪ Pemakai industri (seperti Indofood) membutuhkan kemiri kupas yang putih mengkilat dengan kadar air rendah. Sementara hasil olahan Pancor Dao, tidak putih & mengkilat meskipun kadar airnya rendah.
<p>Pemasaran</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kualitas dan harga kemiri gelondongan asal KLU kalah dibandingkan Loteng, Lobar dan Bima (lebih kecil dan sulit dikupas). ▪ Penjualan kemiri oleh petani umumnya secara ijon bertingkat, sehingga perbedaan harga dari petani sampai pengepul kabupaten cukup besar (sekitar Rp. 2 ribu/kg). ▪ Informasi harga dan jaringan pasar luar daerah ditutup oleh pedagang antar pulau. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tersedia koperasi/KUB yang dapat berperan sebagai pengumpul, penyimpan dan pengering kemiri gelondongan. ▪ Permintaan kemiri kontinyu sepanjang tahun, tapi harganya banyak ditentukan oleh pedagang besar. ▪ Pasar kemiri di Bali hanya menerima kemiri kupas cara basah, sedangkan di Jawa Timur dalam bentuk gelondongan atau kemiri kupas cara kering. ▪ Ada dikoperindag yang dapat memfasilitasi kerja sama koperasi dengan swasta.

Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akses terhadap sarana pendukung produksi, teknologi, informasi dan keuangan sangat kurang. ▪ Pemberian bantuan bibit kemiri belum dapat memotivasi petani untuk membudidayakan kemiri secara intensif. ▪ Pelatihan pengolahan kemiri yang sudah dilakukan belum dapat memotivasi petani atau pengumpul lokal melakukan kegiatan pengolahan kemiri. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada bursa lelang komoditas yang dilakukan oleh Dikoperindag yang bisa diakses. ▪ Ada sistem bapak angkat dengan Dinas/Instansi Pemerintah dan Pengusaha yang peduli. ▪ Adanya Koperasi/KUB sebagai pengumpul lokal.
------------------	--	---

4.1.2. Rantai Nilai Komoditas Kemiri Lombok Utara

Aliran komoditas kemiri Lombok Utara dimulai dari petani sebagai produsen, kemudian mengalir ke pengepul kemiri gelondong di tingkat desa, pengepul besar di tingkat kecamatan atau kabupaten, kemudian mengalir ke perusahaan pengupas, pengepul besar kemiri kupas, pengecer dan konsumen akhir yang ada di Pulau Lombok dan Pulau Bali (lihat Gambar 4.1.1)



Meskipun kemiri Lombok Utara sudah mengalir sampai Pulau Bali, namun keterlibatan masyarakat Lombok Utara dalam pengusaha kemiri masih terbatas sebagai petani dan pedagang kemiri gelondongan ditingkat kawasan; sedangkan kegiatan pengolahan dan pemasaran kemiri kupas dilakukan oleh masyarakat luar kawasan atau bahkan luar kabupaten dan luar Pulau Lombok.

Di dalam kawasan, petani sebagai pelaku utama pengusaha kemiri memperoleh penghasilan yang sangat rendah, karena sebagian besar petani di KLU menjual kemirinya sebelum masa panen atau dijual dengan sistem ijon atau mengambil uang muka. Perbedaan harga kemiri sistem ijon dan pembelian langsung adalah Rp. 1.000/kg. Tapi karena petani mengambil uang dari pengepul desa dan pengepul desa mengambil uang dari pengepul besar yang ada di Kabupaten, maka perbedaan harga yang diterima petani sampai Rp.2.000/kg atau lebih rendah sekitar 40 persen dari harga pasar. Seperti yang terjadi pada masa panen tahun 2016, harga kemiri gelondongan ditingkat pengolah yang diterima oleh pedagang besar adalah sekitar Rp. 5000 perkilogram, sedangkan pada waktu yang sama harga yang diterima oleh petani hanya sekitar Rp. 3000 perkilogram (lihat Gambar 4.1.1)

Di luar kawasan, pengolahan kemiri di Pancor Dao Lombok Tengah menempatkan kemiri Lombok Utara yang dikenal dengan “kemiri utara Gunung Rinjani” lebih rendah daripada kemiri yang berasal dari Lombok Barat, Lombok Tengah dan Lombok Timur yang dikenal dengan “kemiri selatan Gunung Rinjani”, bahkan lebih rendah daripada kemiri yang berasal dari Bima (Donggo dan Parado), karena menurut mereka rendemen yang dihasilkan oleh kemiri gelondongan Lombok Utara lebih rendah daripada daerah-daerah tersebut. Karena itu harga yang diterima juga lebih rendah. Bila harga kemiri gelondongan Selatan Gunung Rinjani Rp. 5-5,2 ribu perkilogram, maka harga kemiri gelondongan utara Gunung Rinjani atau Kabupaten Lombok Utara adalah sekitar Rp. 4,7-4,8 ribu perkilogram, karena dalam 1000 kg kemiri Selatan Gunung Rinjani diperoleh rendemen sekitar 310-310 kg, sedangkan kemiri Lombok Utara diperoleh rendemen sekitar Rp. 280 -290 kg.

Kemiri kupas yang dihasilkan oleh perusahaan pengolah yang ada di Pancor Dao, sebagian dijual ke pedagang pengepul dan pedagang pengecer di pasar Induk Bertais tapi sebagian besar di jual ke pedagang antar Pulau. Harga jual

berkisar Rp. 19-21 ribu perkilogram tergantung kualitas atau kadar airnya. Kemiri kupas yang dijual ke pedagang antar pulau biasa harganya lebih tinggi karena menuntut kadar air yang lebih rendah.

Informasi harga dan jaringan pasar di luar daerah ditutup oleh pedagang antar pulau. Setelah dilakukan survai pasar ke Bali dan Jawa Timur, diketahui bahwa kemiri kupas asal Pulau Lombok hampir semuanya melalui Pasar Galiran Klungkung Bali. Dari pasar Galiran ini kemudian menyebar ke seluruh kota di Pulau Bali, karena hampir semua kemiri kupas yang dipasarkan di Pulau Bali berasal dari Pulau Lombok. Para grosir dan konsumen di Pulau Bali lebih menyukai kemiri kupas asal Pulau Lombok yang dikupas dengan cara basah, dibandingkan kemiri kupas asal Jawa Timur yang dikupas dengan cara kering menggunakan mesin, karena umumnya kemiri dikonsumsi sebagai bahan makanan atau ragi-ragian.

Para grosir kemiri yang ada di Pulau Bali, sebagian besar tidak mengetahui informasi pasar kemiri di Pulau Lombok; yang mengetahui hanya para grosir yang membeli langsung ke Pulau Lombok. Karena itu para grosir di Pasar Galiran Klungkung Bali ingin ada pihak yang bisa dipercayai sebagai supplier tetap mereka. Sementara ini, para grosir hanya membeli dari grosir lain yang membeli langsung ke Pulau Lombok atau membeli dari para penjual antar pulau, tapi bersifat tidak tetap, bukan sebagai langganan tetap. Semua grosir mempersyaratkan pembayaran dilakukan setelah barang atau kemiri diterima. Tidak ditemukan informasi ada grosir melakukan pembayaran di depan atau memberikan modal kepada pedagang antar pulau; yang mengindikasikan ada unsur saling mempercayai diantara mereka.

Sementara hasil survai di Jawa Timur (Pasar Puspa Agro Siduarjo) lebih menyukai kemiri kupas dengan menggunakan mesin, karena produk kemiri sebagian besar dijadikan minyak kemiri dan bahan baku industry pemakai seperti Indofood. Sedangkan para pengepul besar di Jawa Timur hanya menerima kemiri gelondongan berapapun jumlahnya asal sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan. Para pengepul besar tersebut, mengolah kemiri dengan cara kering menggunakan mesin, kemudian hasilnya dipasarkan ke perusahaan industry pemakai akhir atau perusahaan minyak kemiri.

Salah satu perusahaan pengepul kemiri gelondongan yang bisa diajak bermitra adalah PT.Soami; merupakan salah satu perusahaan pengepul dan pengolah kemiri terbesar di Jawa Timur. Persyaratan awal yang dibutuhkan adalah: (1) Kemiri dalam bentuk gelondongan kering; (2) Ditimbang di gudang Siduarjo; (3) Biaya bongkar muat ditanggung penjual dengan ongkos Rp. 17/kg; (4) Tingkat toleransi 3%, artinya bila ditemukan 15 % kemiri gombas dan busuk, maka berat kemiri dikurangi = $15\% - 3\% = 12\%$; (5). Pembayaran dilakukan langsung setelah kemiri diterima dengan menggunakan jasa bank. Persyaratan ini bisa dipermudah bila sudah bertransaksi beberapa kali dan sudah saling mempercayai.

Atas dasar informasi tersebut, maka alternatif pasar kemiri gelondongan di luar daerah adalah Jawa Timur; sedangkan alternatif pasar kemiri kupas cara basah adalah Bali. Perusahaan pengepul kemiri gelondongan di Jawa Timur yang dapat diajak bermitra adalah PT.Soami yang bisa diakses melalui "*Kemiri Group Siduarjo*"; sedangkan di Bali adalah dengan para grosir kemiri kupas yang ada di Pasar Galiran Klungkung.

4.1.3. Rantai Nilai Kemiri Yang Diharapkan

Atas dasar informasi yang diperoleh sepanjang rantai nilai, maka dapat disimpulkan rantai nilai yang diinginkan pasar. Pasar tidak memperlakukan varietas kemiri yang diusahakan masyarakat, asal kemiri gelondongan yang dihasilkan kering, jernih dan besar dan bisa berlangsung sepanjang tahun. Karena itu proses budidaya harus dilakukan secara lestari, intensif dan panen secara selektif. Mengingat sebagian petani belum melakukan budidaya secara intensif dan tidak panen secara selektif dan menganggap bahwa komoditas kemiri menjadi milik bersama, maka pemerintah desa perlu mengeluarkan *awig-awig* atau Perdes (Peraturan Desa) yang mengatur masalah tersebut; agar produktivitas, kualitas dan citra kemiri Lombok Utara semakin baik. Peningkatan kualitas dan citra kemiri juga bisa dilakukan dengan memberikan pembelajaran kepada masyarakat dengan usaha penggradingan, sehingga bagi petani yang memiliki kualitas kemiri baik, akan memperoleh harga dan nilai tambah yang

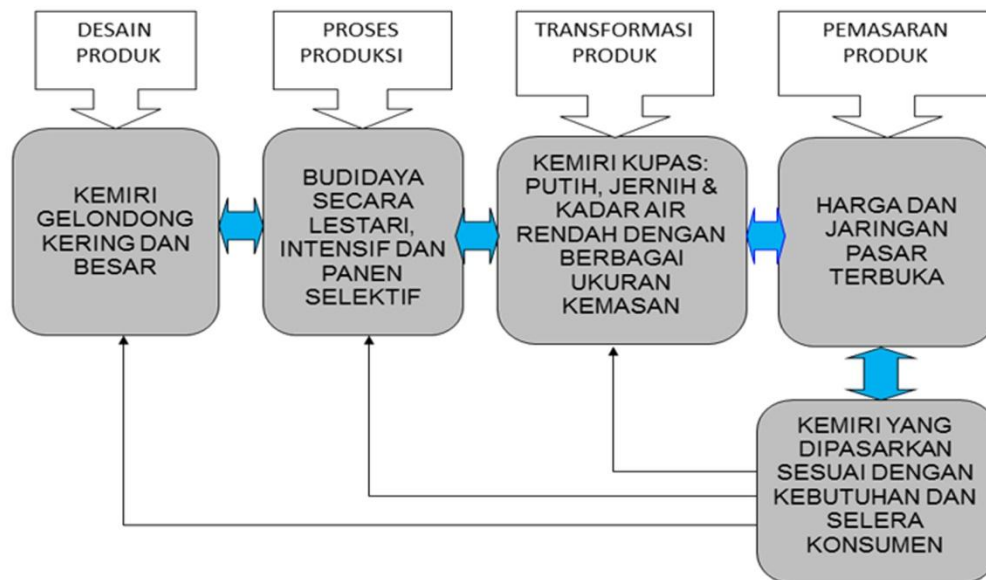
lebih tinggi, dan bagi yang memiliki kualitas rendah, maka harga dan nilai tambah yang diterima juga rendah (lihat Lampiran 4.1.1 dan Lampiran 4.1.2).

Pada kegiatan transformasi atau pengolahan produk menjadi kemiri kupasan, maka dapat dilakukan secara basah maupun ataupun kering, tergantung pasar yang dituju. Bila pasarnya adalah pasar lokal Pulau Lombok dan Pulau Bali, maka sebaiknya pengolahan dilakukan secara cara basah melalui perendaman; tapi bila pasarnya ke Jawa Timur, maka sebaiknya pengolahan dilakukan dengan cara kering menggunakan mesin. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas, maka dalam proses transformasi produk juga perlu diversifikasi kemasan, dari ukuran 1kg, 5kg, 10kg, 25kg dan 50kg. Kemasan ukuran kecil terutama diarahkan untuk pasar lokal Pulau Lombok; sedangkan ukuran besar (25-50kg) terutama diarahkan untuk pasar Bali untuk kemiri kupas cara basah; dan Jawa Timur untuk kemiri kupas pengolahan cara kering. Kemiri kupas juga perlu dipilah berdasarkan keutuhannya, yaitu kemiri pecah dan kemiri utuh.

Dalam proses pemasaran, semua pelaku pasar, baik petani sebagai produsen maupun pelaku pasar yang ada di daerah maupun luar daerah, lebih menyukai informasi harga dan jaringan yang terbuka, sehingga tidak saling mencurigai antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha yang lain. Hal ini terlihat sekali pada saat survai pasar di Bali dan di Jawa Timur; dimana para pelaku pasar disana menginginkan ada pihak yang bisa menjamin kelancaran usahanya dengan menjalin kerja sama yang saling percaya-mempercayai dan saling menguntungkan satu sama lain. Di Jawa Timur (Siduarjo dan Surabaya), pengusaha dan pengolah kemiri seperti PT.Soami membuka diri melakukan kerjasama kemitraan dengan siapa saja, asal memenuhi persyaratan perusahaan; begitu juga dengan para grosir kemiri kupas di Pasar Galiran Klungkung Bali; dan di Pasar Bertais Mataram Lombok, seperti UD.Bintang Mujur. Dengan demikian diperlukan pihak yang bersedia menginisiasi dan memediasi hubungan kerjasama tersebut.

Bila semua permasalahan disepanjang rantai nilai terpecahkan, dimana perencanaan dan proses produksi bisa menjamin hasil produksi yang berkualitas; ditunjang dengan transformasi produk kemiri kupas putih, jenih, berkadar air rendah berbagai ukuran kemasan; disertai dengan pemasaran yang terbuka dan dapat dipercaya, maka pasar produk kemiri gelondongan maupun kemiri kupas

Lombok Utara akan semakin lancar, karena konsumen dapat memilih produk kemiri sesuai selera dan kebutuhannya. Dengan demikian dapat diharapkan komoditas kemiri menjadi pengungkit ekonomi bagi masyarakat di kawasan HKm Lombok Utara (lihat Gambar 4.1.2).



Gambar 4.1 2. Rantai Nilai Harapan Komoditas HHBK Kemiri di HKm Lombok Utara

4.1.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Kemiri:

Untuk mengatasi gap antara rantai nilai actual (existing) dengan rantai nilai harapan, sekaligus untuk meningkatkan kontribusi komoditas kemiri sebagai komoditas unggulan secara berkelanjutan, maka diperlukan intervensi sebagai berikut:

- 1) Pengadaan bibit dan pembudidayaan kemiri di lokasi-lokasi yang masih terbuka atau kurang produktif.
- 2) Mendorong pemerintah desa mengeluarkan awig-awig atau perdes untuk mengatur hak panen/pungut serta penentuan cara panen/pungut guna meningkatkan produktivitas, kualitas dan citra kemiri Lombok Utara.
- 3) Memfasilitasi pelatihan dan pengadaan peralatan pengupasan kemiri cara basah dan cara kering, berikut pengemasannya untuk memenuhi pasar dalam dan luar daerah (Bali dan Jawa Timur) dengan ukuran kemasan

bervariasi dari 1 kg, 5 kg, 10kg, 25kg sampai 50 kg. Ukuran kecil diarahkan untuk pasar lokal Pulau Lombok, dan ukuran besar (25-50 kg) diarahkan untuk pasar luar daerah (Pasar Bali untuk kemiri kupas cara basah dan pasar Jawa Timur untuk kemiri kupas cara kering).

- 4) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi/KUB agar dapat bertindak sebagai pengepul, pengolah dan penggradingan kemiri gelondong dan atau kemiri kupas.
- 5) Menindaklanjuti kemungkinan kerjasama kemitraan dengan para distributor kemiri kupas di Pasar Bertais Lombok dan di Pasar Galiran Klungkung Bali dan atau dengan perusahaan pengepul kemiri gelondongan dan atau dengan industri pemakai akhir di Jawa Timur (Siduarjo dan Surabaya).

4.2. Komoditas Madu

Madu merupakan salah satu dari 24 jenis komoditas HHBK yang dihasilkan oleh kawasan Rinjani (WWF, 2012a). Di Kabupaten Lombok Utara, madu merupakan komoditas HHBK unggulan selain komoditas kemiri.



Ada dua jenis lebah madu yang dibudidayakan oleh anggota KUB 3G, yaitu madu Apis Cerana dan madu Trigona Sp. Pada awalnya (2012-2014) sebagian besar anggota KUB membudidayakan lebah madu Apis Cerana, kemudian sejak tahun 2015 beralih ke lebah madu Trigona, karena: (1) pemeliharaannya lebih gampang dan panen lebih mudah karena tidak menyengat; (2) madunya lebih mahal: Apis Cerana Rp. 100 ribu/500ml, sedangkan Trigona bisa sampai Rp. 130 ribu/500ml; (3) Apis Cerana bila salah cara panen atau terlambat panen suka kabur dan madunya dimakan kembali. Kalau Trigona, semakin lama jarak waktu panen, semakin banyak madunya. Dalam satu tahun bisa kumpul sampai 1 liter. Sedangkan Apis Cerana semakin berkurang karena madunya dimakan dan berubah jadi anak; (4) Perbanyak lebih gampang. Setelah satu tahun pembudidayaan, 1 stup bisa dikembangkan menjadi 3 stup dengan cara menyediakan stup baru menjelang mau panen dengan membawa anaknya ke stup baru. Kalau Apis Cerana dikembangkan dengan cara membawa dan mengikat ratu madu ke stup baru menjelang panen dengan jarak sekitar 5 meter dari stup lama, namun jarang berhasil, karena ratu madunya mati atau faktor lain. Lebah Trigona kadang-kadang dikembangkan dengan membuat stup baru dengan ukuran lebih kecil. Koloni yang sudah besar dipindah ke stup kecil, sehingga menyebabkan koloni besar merasa stress dengan tempat sempit sehingga membuat ratu bertelurkan ratu baru; dan dia sendiri pindah ke stup baru; (6) Lebah Trigona tidak membutuhkan lahan yang luas; setiap stup bisa berjarak 0,5 meter atau kurang (bisa dibuatkan rumah madu). Sedangkan Lebah Apis Cerana membutuhkan lahan yang luas dengan jarak antar stup minimal 5 meter; (7) Lebah Trigona memberikan hasil sampingan: seperti: (a) propolis: 40 stup = 1 kg propolis @ Rp. 250 ribu; (b) Polen : 40 stup= 6 botol @ 250 ml harga blm diketahui; dan (c) royal jelly.

Lebah Apis Cerana juga memberikan hasil sampingan berupa lilin yang banyak dipergunakan sebagai lampu hias di hotel (1 stup bisa menghasilkan lilin sampai 1 kg. Selain itu hasil madunya juga lebih banyak, bisa sampai 1000 ml/stup selama 3 bulan; sedang lebah Trigona biasanya menghasilkan madu 500 ml/stup selama 6 bulan. Alasan yang lebih mungkin menyebabkan peternak madu lebih memilih lebah Trigona adalah karena ekosistem kawasan yang kemungkinan lebih sesuai dengan lebah Trigona; karena masing-masing jenis lebah membutuhkan ekosistem yang berbeda untuk memperoleh hasil madu yang optimal. Di bawah ini akan diuraikan tantangan dan peluang pengembangan komoditas madu sebagai komoditas HHBK unggulan di Kabupaten Lombok Utara..

4.2.1. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Madu

Produk madu memiliki ciri khas sebagai komoditas HHBK karena dalam proses produksinya sangat membutuhkan kondisi ekosistem lingkungan hutan yang lestari dan iklim pantai yang memadai (panas). Itulah sebabnya produsen madu yang potensial banyak ditemukan di daerah yang tak terlalu jauh dari pesisir yang memiliki perpaduan dengan ketersediaan sumberdaya hutan. Menurut peternak lebah, iklim yang panas memungkinkan lebah bekerja lebih produktif karena lebih banyak waktu digunakan untuk mencari nektar sedangkan ekosistem lingkungan yang lestari (hutan/luar kawasan) menjadi sumber bahan pakan yang melimpah.

Di Kabupaten Lombok Utara, prasyarat yang baik bagi budidaya lebah tidak saja terkait kondisi iklim dan lingkungan hutan yang masih mendukung, akan tetapi juga berkaitan dengan kultur warga lokal yang sangat menghargai lingkungan. Di Kabupaten ini, budidaya lebah madu yang telah dipraktikkan warga, telah berlangsung hampir disemua kecamatan mulai dari Kecamatan Bayan hingga Kecamatan Pemenang. Hal ini mengindikasikan bahwa dimasa datang produksi HHBK yang berasal dari kawasan Rinjani yang berbentuk madu akan berpusat di Kabupaten Lombok Utara.

Masyarakat sekitar hutan sudah sejak lama memiliki keterampilan dalam memelihara lebah untuk diambil madunya. Di Kabupaten Lombok Utara (KLU) rata-rata produksi madu mencapai 14.599 botol per tahun tersebar mulai dari Kecamatan Bayan, Gangga, hingga Pemenang. Produksi terbanyak terdapat di Kecamatan Gangga mencapai 7.430 botol per tahun dari 3.715 stup berasal dari

17 kelompok penghasil. Pada tahun 2016, masyarakat Lombok Utara melalui Koperasi Asmalora kembali mendapat bantuan sebanyak 2000 unit stup dan berbagai peralatan budidaya dan pasca panen oleh Dinas Kehutanan dan dinas terkait lainnya. Karena itu, produksi madu di KLU akan terus meningkat dengan semakin meningkatnya jumlah stup yang dikuasai masyarakat.

Dibandingkan dengan daerah lain di Pulau Lombok, produksi madu di KLU jauh lebih potensial. Hal ini selain terkait dengan kondisi alam yang relatif masih mendukung, kondisi iklim yang menjadikan lebah madu lebih produktif; dan masyarakat yang sudah berpengalaman memelihara lebah madu; juga karena kebijakan pemerintah daerah yang mengkaitkan pemeliharaan madu tersebut dengan hak-hak dalam pengelolaan hutan, khususnya melalui program Hutan Kemasyarakatan (HKm). Hal ini menjadi kekuatan dan “iklim” yang bagus untuk mendorong usaha madu berkembang lebih pesat.

Selain keunggulan-keunggulan di atas, usaha budidaya lebah madu di KLU juga menghadapi berbagai masalah dan kemungkinan, antara lain; (1) perkembangan produksi madu, kemungkinan dihambat oleh menurunnya ketersediaan pakan karena adanya penebangan pohon-pohon penghasil sumber pakan lebah madu. Beberapa jenis pohon, seperti jambu mete, mangga, asam, kesambi dan kapuk mulai menghilang dari areal perkebunan; (2) kurang meratanya penguasaan jumlah stup oleh setiap peternak dan di setiap lokasi potensial; (3), kelembagaan yang ada belum dapat mewadahi aspek – aspek yang terkait dengan upaya memajukan kontribusi usaha lebah madu, sehingga peternak cenderung berjalan secara sendiri-sendiri. (4) kualitas madu yang dihasilkan oleh para pembudidaya, sebagian belum sesuai standard dalam artian kurang higienis dalam proses panennya; (5) lemahnya sistem budidaya lebah madu ditingkat masyarakat sebagai akibat dari kurangnya introduksi atau pembaharuan teknologi budidaya; (6), kurangnya minat para peternak lebah untuk membangun sarana kelembagaannya; (7) Jenis lebah madu yang dibudidayakan semakin terbatas, sementara pasar membutuhkan jenis madu yang berbeda-beda; dan (8) budidaya lebah madu masih sebagai usaha sampingan sehingga akses permodalan menjadi tidak terbangun. Berikut ini akan diuraikan tantangan dan peluang pengembangan komoditas madu sebagai komoditas HHBK unggulan di KLU (Tabel 4.2).

Tabel 4.2. Tantangan dan peluang Pengembangan Komoditas Madu

Rantai Nilai	Tantangan/Masalah	Peluang/ Potensi
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jenis lebah madu yang dibudidayakan hanya mengarah ke jenis Trigona; sementara Apis Cerana semakin berkurang; bahkan dor-sata, mellifera sudah tidak ada lagi . 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Madu Apis Cerena, Trigona maupun Dorsata dan Mellifera memiliki segmen pasar yang berbeda.
Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proses produksi lebah madu membutuhkan iklim panas untuk beraktivitas dan ekosistem hutan lestari sebagai sumber bahan pakan ▪ Pohon-pohon penghasil pakan lebah seperti jambu mete, mangga, asam, kesambi dan kapuk mulai banyak menghilang. ▪ Budidaya lebah madu masih dianggap sebagai usaha sampingan sehingga akses permodalan menjadi tidak terbangun. ▪ Sering terjadi serangan hama semut dan serangga. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinas Kehutanan melalui KPH Rinjani Barat dan BPDAS dapat memfasilitasi penghijauan dengan tanaman pakan lebah. ▪ Kultur warga lokal yang sangat menghargai lingkungan. ▪ Masyarakat sekitar hutan sudah lama memiliki keterampilan dalam memelihara lebah madu.. ▪ Ada teknologi atau alat pemeras yang menjamin enis hasil panen madu.
Transformasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Petani lebah madu di KLU belum melakukan kegiatan pengolahan. ▪ Kegiatan yang dilakukan masih terbatas pada kegiatan menyaring dan mengemas. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peningkatan nilai tambah dapat dilakukan melalui desain dan diversifikasi ukuran kemasan

Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Madu Rinjani Lombok Utara belum dipasarkan secara terintegrasi (masih sendiri-sendiri antara kelompok satu dengan kelompok lainnya). ▪ Madu Rinjani Lombok Utara tidak memiliki standar harga yang jelas. ▪ Madu alam dan madu budidaya dipasarkan bersama-sama dengan label madu budidaya 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasar lokal masih terbuka lebar. ▪ Kawasan wisata dapat dijadikan etalase. ▪ Ada himbauan Gubernur agar pasar modern (hotel, restoran, mall, toko) memanfaatkan atau ikut memasarkan produk lokal. ▪ Ada pasar modern (mataram mall) yang menawarkan kerja sama pemasaran.
Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akses terhadap sarana pendukung produksi, teknologi, informasi dan keuangan sangat kurang. ▪ Madu Rinjani (Koperasi Asmalora) belum memiliki sertifikat dari BPOM. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada bursa lelang dan pameran komoditas unggulan yang difasilitasi oleh Dikoperindag. ▪ Sistem Bapak angkat dengan dinas/instansi pemerintah/ pengusaha yang peduli. ▪ Adanya koperasi sebagai pengumpul lokal.

4.2.2. Rantai Nilai Komoditas Madu Lombok Utara

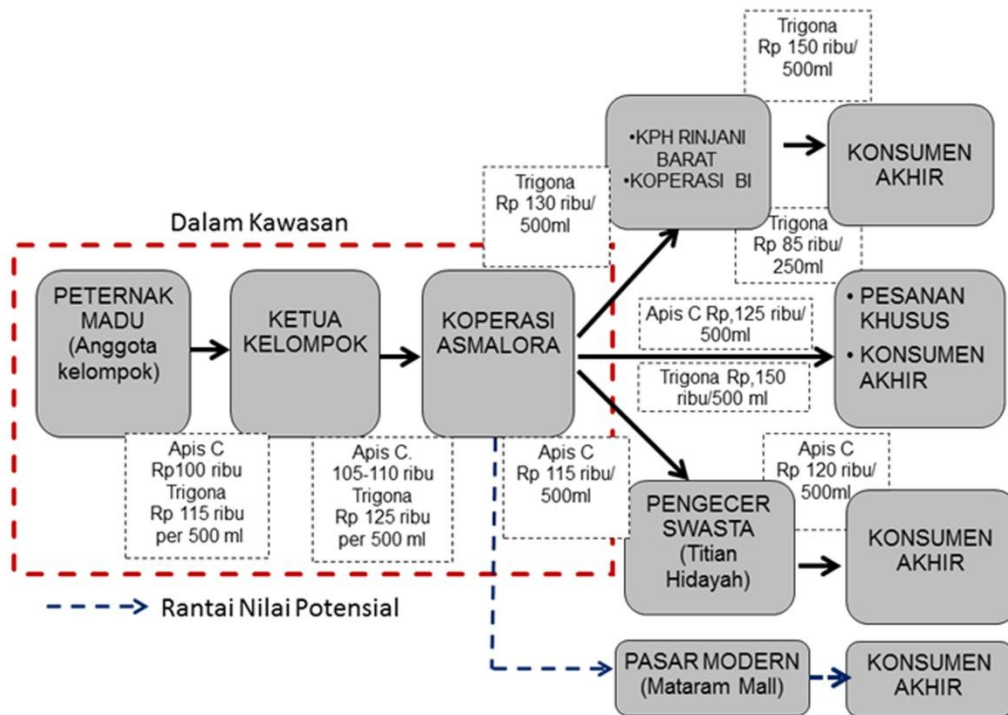
Rantai nilai komoditas madu Lombok Utara masih sederhana, karena madu Rinjani Lombok Utara belum ada yang diolah dan dipasarkan ke luar daerah apalagi ke luar negeri. Bila ada tidak dilakukan secara kontinyu dan jumlahnya masih terbatas. Bahkan di Kota Mataram, khususnya yang diproduksi oleh KUB 3 G (Kelompok Usaha Bersama Girang Gelek Genam) yang tergabung dalam Asosiasi Madu Lombok Utara (Asmalora) jarang ditemukan. Sebagian besar produk madu yang dihasilkan terjual melalui pesanan khusus, dimana para pembelinya datang langsung ke Desa Mumbul Sari, sentra produksi madu Lombok Utara.

Asmalora atau Koperasi Asamalora memiliki anggota sebanyak 56 kelompok, setiap kelompok beranggotakan rata-rata 20 orang. Setiap anggota membawa

atau menjual produk madunya ke ketua kelompok, kemudian ketua kelompok menjualnya ke Asmalora atau Koperasi Asmalora; kemudian dari Asmalora komoditas madu Lombok Utara di jual melalui pesanan khusus atau ke konsumen akhir langsung yang datang ke pusat Asmalora di Desa Mumbul Sari. Selain dari itu, Asmalora juga memiliki pengalaman menjual produk madunya ke toko pengecer madu di Mataram, yaitu antara lain ke Toko Titian Hidayah, showroom Dinas Kehutanan, Koperasi Bank Indonesia, KPH Rinjani Barat; tapi permintaannya jarang dipenuhi karena harganya dinilai murah dan sebagian menggunakan sistem pembayaran di belakang.

Beberapa perusahaan pengumpul dan pengecer madu, baik dari dalam maupun luar daerah datang ke Asmalora menawarkan kerjasama pemasaran, namun belum ada yang dipenuhi; karena produk madu yang dihasilkan habis terjual di lokasi atau kawasan budidaya. Salah satu pasar modern di Mataram yang menawarkan kerjasama kemitraan adalah Mataram Mall. Pasar modern ini bersedia menerima semua produk madu yang dihasilkan. Sistem kerjasama yang ditawarkan adalah konsinyasi, namun belum ditanggapi karena pasarnya masih lancar; dan produksinya belum banyak. Beberapa perusahaan dari Jawa juga sudah ada yang menawarkan kerjasama pemasaran, termasuk produk ikutan, seperti propolis, polen, royal jelly yang merupakan produk ikutan madu Trigona dan lilin dari madu Apis Cerana. Permintaan pasar dari dalam dan luar daerah ini mengindikasikan bahwa pasar “Madu Rinjani Lombok” masih terbuka di dalam maupun luar daerah. Artinya prospek ekonomi dari madu Lombok Utara cukup cerah.

Beberapa hal yang mendukung prospek ekonomi madu Lombok Utara, adalah keasliannya masih terjamin dan harganya masih bersaing dengan jenis madu dari daerah lain. Brand image “Madu Rinjani” atau “Madu Gunung Rinjani” sudah cukup dikenal di dalam maupun di luar daerah, seperti di Bali dan di Jawa Timur. Perbedaan harga pada setiap rantai pasar juga tidak terlalu mencolok. Dalam 500ml madu Apis Cerana, margin pemasaran dari tingkat peternak madu sampai konsumen akhir adalah sekitar Rp. 20-25 ribu; dan untuk madu Trigona Sp. adalah sekitar Rp. 35.000. Margin pemasaran ini yang terdistribusi pada tiga pelaku pedagang perantara yang terdiri dari Ketua Kelompok, Pengurus Koperasi Asmalora dan Pedagang Pengecer



Gambar 4.2.1. Rantai Nilai Komoditas HHBK Madu di HKm Lombok Utara

Salah satu strategi pasar yang dapat ditempuh untuk meningkatkan nilai tambah madu Lombok Utara adalah dengan mendesain dan mendiversifikasikan ukuran kemasan ke ukuran yang lebih kecil, yaitu selain berukuran 500ml, juga ukuran 250ml, 125 ml, 50ml sampai berukuran 10ml atau sunsetan. Bila kemasan berukuran 500ml seperti yang sedang dilakukan, maka nilai tambah yang dihasilkan perliter madu adalah sebesar Rp. 9,780; tapi bila berukuran kemasan 250ml, maka nilai tambah perliter adalah sebesar Rp. 64.440. Lebih kecil ukuran kemasan, maka lebih besar nilai tambah yang diperoleh (lihat Lampiran 4.2.1-4.2.2.).

4.1.3. Rantai Nilai Madu Yang Diharapkan

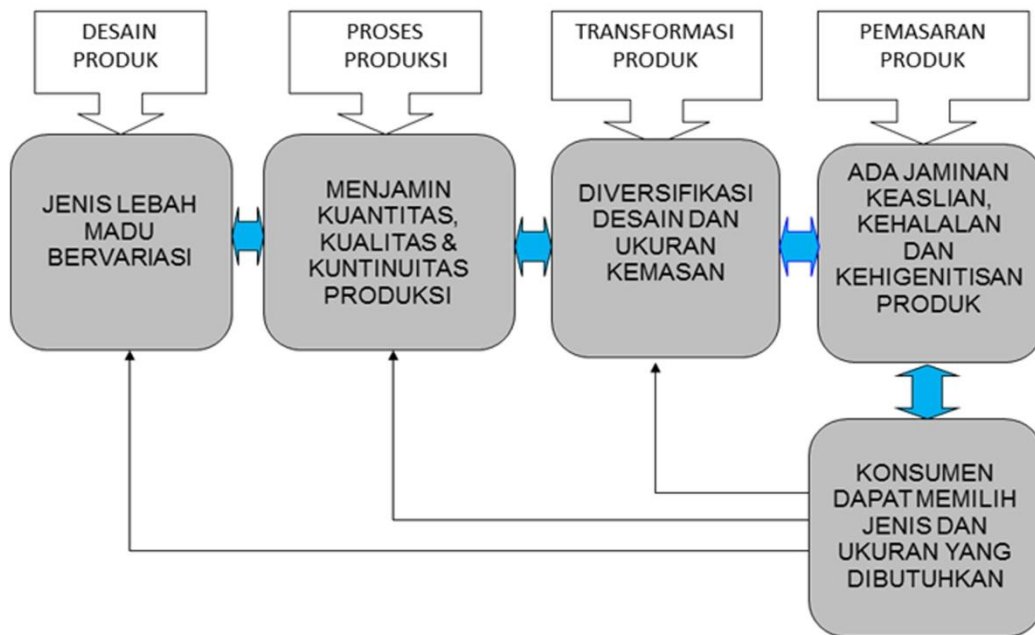
Rantai nilai ideal adalah bila sesuai dengan keinginan pasar. Di tingkat desain atau perencanaan produk, mestinya semua jenis lebah dibudidayakan, karena setiap jenis madu yang dihasilkan memiliki permintaan sendiri-sendiri. Peningkatan yang pesat terhadap budidaya lebah madu di KLU, yang diikuti oleh semakin sedikitnya budidaya lebah Apis Cerana akan menyebabkan harga madu lebah Trigona akan jatuh. Di beberapa toko pengecer, harga madu lebah Trigona sudah hampir sama seperti madu Apis Cerana. Pada awalnya harga madu Trigona Sp sampai Rp. 150 ribu/500ml, dan pada waktu yang sama harga madu Apis Cerana hanya Rp, 100 ribu/500ml. Survei pasar pada tahun 2016, menemukan bahwa harga madu Trigona kecenderungannya menurun, karena banyak diproduksi; sedangkan madu Apis Cerana harganya cenderung meningkat, paling tidak tetap; karena pembudidayaannya semakin menurun atau relatif tetap. Budidaya lebah madu Apis Dorsata dan Apis Millevera tidak atau jarang ditemukan lagi di KLU, banyak diganti oleh jenis lebah madu Trigona Sp., sehingga diduga harga madu Apis Dorsata dan Apis Millevera sudah mendekati harga madu Trigona sp, yang sebelumnya jauh lebih murah.

Dalam kegiatan produksi, diharapkan ditemukan suatu proses produksi yang bisa menjamin kuantitas, kualitas dan kontinuitas produksi madu sepanjang tahun. Faktor utama yang diduga akan menjadi penghambat pencapaian tujuan tersebut adalah ketersediaan pakan lebah madu. Peningkatan jumlah stup tanpa dibarengi dengan peningkatan jumlah pakan, maka tidak akan banyak meningkatkan produksi madu, perbaikan kualitas dan penjaminan ketersediaan madu sepanjang tahun. Karena itu setiap program yang berupaya meningkatkan kuantitas, kualitas dan kontinuitas produksi madu, haruslah mempertimbangkan ketersediaan pakan dari lebah madu tersebut, paling tidak harus diikuti oleh upaya penyediaan pakan melalui program penghijauan dengan tanaman-tanaman sumber pakan lebah madu yang ketersediaannya bervariasi, untuk menunjang keberlangsungan produksi madu sepanjang tahun.

Transformasi produk diartikan sebagai merubah tampilan atau bentuk produk, baik karena pengolahan, pendesainan dan perubahan ukuran kemasan, pelabelan atau lainnya yang menyebabkan terjadinya perubahan nilai atau harga dari produk tersebut. Transformasi produk madu yang dilakukan oleh masyarakat di kawasan hutan KLU tidak melakukan pengolahan yang

menyebabkan bentuk fisik dari madu tersebut berubah. Transformasi produk yang dilakukan adalah dengan memberikan kemasan yang menarik dari sebelumnya menggunakan botol bekas, menjadi kemasan khusus berukuran 500ml. Karena konsumen madu berasal dari semua lapisan masyarakat dan dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, maka ke depan harus memodifikasi desain kemasan yang menarik dengan ukuran kemasan yang bervariasi agar sesuai dengan kemampuan, kebutuhan dan penggunaannya.

Untuk proses pemasaran harus ada penjaminan mutu, seperti keaslian, kehalalan dan ke higienitasan produk, termasuk kadar airnya. Untuk menginformasikan tentang mutu produk tersebut, maka diperlukan pelabelan yang berisikan tentang: kandungan gizi dan air, label halal, nomor P-IRT dan jaminan dari BPOM. Selain itu perlu ditampilkan brand produk seperti “Madu Gunung Rinjani”, yang sudah cukup dikenal didalam dan di luar daerah. Bila mutu produk sudah terjamin; dan produk madu sudah tersedia berbagai jenis dan ukuran kemasan, maka konsumen dapat memilih sesuai dengan kemampuan, kebutuhan dan penggunaannya; maka komoditas madu dapat diharapkan sebagai pengungkit ekonomi masyarakat di kawasan hutan Lombok Utara.



Gambar 4.2.2. Rantai Nilai Harapan Komoditas HHBK Madu di HKm Lombok Utara

4.2.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Madu:

Untuk menjamin agar komoditas madu dapat menjadi komoditas HHBK unggulan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pelestarian sumberdaya hutan di kawasan HKm Kabupaten Lombok Utara, maka diperlukan intervensi berikut:

- 1) Melakukan penghijauan dilahan HKm/TNGR dan di lahan masyarakat dengan tanaman-tanaman sumber pakan lebah madu yang ketersediaannya bervariasi, untuk menunjang kelestarian sumberdaya hutan dan keberlangsungan produksi madu sepanjang tahun.
- 2) Memfasilitasi pelatihan dan pengadaan peralatan seperti stup, alat pemeras, alat pengukur kadar air, pengemas dan pelabelan serta kepengurusan sertifikat ke BPOM.
- 3) Untuk menjaga citra dan image produk madu Lombok Utara, maka perlu ditetapkan satu brand atau merk yang sudah dikenal dan hanya dikeluarkan oleh Koperasi Asmalora, yaitu “Madu Gunung Rinjani” tanpa tambahan nama madu alam ataupun madu budidaya.

- 4) Mengintegrasikan harga jual “Madu Gunung Rinjani” dengan cara menetapkan dan menuliskan label harga jual ditingkat konsumen dengan memberikan potongan harga di tingkat pengepul dan pengecer.
- 5) Memperluas pangsa dan segmen pasar, dengan cara menciptakan desain kemasan yang menarik dan ukuran kemasan yang bervariasi, misalnya 500ml, 250ml, 125ml, 50ml sampai ukuran 10ml atau *sunsetan*.
- 6) Menindaklanjuti kemungkinan kerjasama kemitraan pemasaran dengan pasar-pasar modern seperti dengan Mataram Mall sebagai antisipasi kemungkinan terjadinya over produksi.
- 7) Melakukan pendampingan untuk memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Koperasi Asmalora agar dapat bertindak sebagai pengepul, penjamin mutu dan pemasar madu Lombok Utara serta produk ikutannya.

4.3. Komoditas HHBK Bambu

Bambu merupakan salah satu komoditas HHBK unggulan nasional dan menjadi prioritas pengembangan bersama dengan komoditas rotan, lebah madu, sutera dan gaharu (Kementerian Kehutanan, 2007), yang didukung dengan strategi pengembangan HHBK oleh Kementerian Kehutanan melalui Keputusan Menteri Kehutanan Nomor: P.19/Menhut-II/2009 tanggal 19 Maret 2009 (Kementerian Kehutanan, 2009).

Komoditas bambu menyebar di seluruh kawasan Rinjani Pulau Lombok, dan menjadi komoditas HHBK unggulan di Kabupaten Lombok Tengah dan Lombok Timur. Tumbuh dan berkembang secara alamiah di lereng-lereng dan lembah-lembah hutan sehingga sangat efektif dalam mengatasi erosi. Selain manfaat ekologis, komoditas bambu juga memberikan manfaat ekonomis yang bernilai tinggi. Anakan bambu atau rebungnya dapat dimanfaatkan untuk jadi sayur-sayuran; dan setelah besar menjadi kayu dipergunakan untuk berbagai keperluan, seperti untuk pembangunan rumah:dinding bangunan (pagar), atap (usuk), bahan konstruksi lain, ajir dan berbagai bahan baku kerajinan. Namun demikian komoditas bambu yang terdapat di kawasan HKm dan yang terdapat di TNGR belum memberikan manfaat optimal bagi masyarakat yang hidup di kawasan tersebut.

4.3.2. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas HHBK Bambu

Komoditas bambu yang terdapat di lahan HKm atau TNGR sebagian besar tumbuh secara alami; dan bila ada usaha penanaman hanya dilakukan pada awal masuknya program HKm sekitar tahun 1997-1998. Karena itu sebagian besar petani pengelola HKm sekarang ini tidak tahu kapan tanaman bambu mulai ada di lahan HKmnya, lebih-lebih yang ada di lahan TNGR. Jenis bambu yang ada di lahan HKm atau TNGR juga terbatas pada jenis bambu galah, bambu tali, bambu petung dan bambu aur; sedangkan bambu tutul, bambu hitam atau bambu gading tidak atau sangat jarang ditemukan. Sementara masyarakat dunia cenderung mengarah ke *ecogreen*, lebih menyukai warna alami tanpa cat kimia. Karena itu pembudidayaan bambu berwarna dan bambu petung yang semakin



langka sangat diperlukan, selain untuk keperluan pelestarian sumberdaya hutan, juga untuk meningkatkan nilai ekonomi dari komoditas bambu.

Masalah lain yang menjadi tantangan komoditas bambu sebagai komoditas unggulan dari aspek ekonomi adalah masalah aksesibilitas, karena jarak tempat tinggal masyarakat dengan kawasan HKm atau TNGR cukup jauh; sementara prasarana jalan menuju ke lokasi tersebut tidak tersedia; bila ada hanya bisa dilalui oleh sepeda motor dengan medan yang berat. Karena itu harga komoditas HHBK, khususnya bambu yang terdapat di lahan HKm dan Lahan TNGR sangat rendah bila dibandingkan dengan lokasi yang memiliki prasana jalan meskipun letaknya jauh. Misalnya bambu tali atau bambu galah, bila di lahan HKm harganya Rp. 1500/batang, maka di tempat yang memiliki prasana jalan harganya paling tidak Rp. 6.000/pohon sebelum ditebang; dan bila telah ditebang dan diangkut sampai pinggir jalan harganya sampai Rp. 8,5-9 ribu/batang. Begitu juga bambu petung, bila di lahan HKm harganya hanya Rp. 20 ribu/batang; maka sampai dipinggir jalan harganya mencapai Rp. 60-90 ribu/batang. Masalah transportasi ini juga menyebabkan petani pengelola HKm banyak menjual bambunya dalam bentuk rebung, karena lebih mudah diangkut; lebih-lebih petani yang terdapat dipinggiran TNGR Lombok Timur, hampir produk bambu yang diperoleh di TNGR dijual dalam bentuk rebung; sedang yang dijual dalam bentuk bambu batangan adalah yang dihasilkan di lahan sendiri yang terdapat di sekitar mereka.

Pada proses produksi atau budidaya bambu, petani pengelola lahan HKm juga tidak melakukan pemeliharaan. Bambu dibiarkan tumbuh liar tanpa perawatan, bahkan pada waktu panen atau penebangan diserahkan sepenuhnya kepada pembeli atau pedagang pengepul. Para pembeli secara bebas memilih dan menebang bambu yang diinginkan, tanpa memperhatikan keselamatan tanaman bambu yang masih muda atau aspek kelestarian tanaman bambu.

Berdasarkan hasil penelitian WWF (2012b), jumlah bambu yang keluar dari Batukliang Utara setiap hari rata-rata 3 truk atau sekitar 600 batang. Dari jumlah tersebut, sekitar 80% dipergunakan dalam bentuk bahan mentah atau bahan baku sekitar 16% dipergunakan untuk olahan kerajinan; dan hanya sekitar 4% dipergunakan untuk kerajinan modern yang diarahkan untuk pasar luar daerah dan di luar negeri. Karena itu, peluang untuk meningkatkan nilai tambah

komoditas bambu Lombok Tengah dan Lombok Timur masih sangat besar. Pada saat ini tercatat sebanyak 132 jenis turunan bambu yang sudah mampu meningkatkan nilai tambah dari komoditas bambu di Pulau Lombok (APBL, 2014).

Selain permasalahan di atas, usaha pengolahan atau kerajinan bambu di Lombok Tengah semuanya berada di luar kawasan hutan atau luar kecamatan Batukliang Utara, karena itu nilai tambah yang dihasilkan oleh usaha kerajinan tersebut sebagian besar dinikmati oleh masyarakat di luar kawasan hutan. Berbeda dengan kabupaten Lombok Timur, usaha kerajinan bambu, baik yang tradisional maupun modern berada dalam satu kawasan, yaitu Kecamatan Sikur; tapi karena lokasinya cukup jauh dan jenis usaha kerajinan yang dilakukan lebih terbatas, sehingga tidak berdampak banyak terhadap intensitas penjualan bambu asal Kawasan Hutan Lombok Timur, bahkan sering kali bahan baku yang dibutuhkan perajin Lombok Timur, termasuk Perajin Lombok Barat dan Kota Mataram didatangkan dari Lombok Tengah, karena selain dianggap lebih berkualitas, juga harganya bersaing dengan bambu yang berasal dari Lombok Utara maupun Lombok Timur. Untuk lengkapnya tentang tantangan dan peluang pengembangan komoditas bambu sebagai komoditas HHBK Unggulan Lombok Tengah dan Lombok Timur dapat disimak pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas HHBK Bambu

Rantai Nilai	Masalah/Tantangan	Potensi/Peluang
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jenis bambu yang terdapat dan dimiliki petani HKm Loteng: (1) b. galah; (2) b.tali; (3) b.petung dan (4) bambu aur. Tidak ada bambu tutul, bambu hitam dan bambu gading. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masyarakat dunia mengarah ke ecogreen, warna alami tanpa cat kimiawi, karena itu perlu dibudidayakan: bambu petung hitam, petung bunga dan bambu gading yang dapat tumbuh baik di dalam kawasan.

Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produksi bambu di lahan Hkm banyak, tapi sulit terjangkau karena akses jalan yang terbatas. ▪ Petani lebih suka menjual rebung, karena mudah diangkut. ▪ Petani hanya menerima hasil panen (penjualan), tanpa budidaya dan pemeliharaan. ▪ Panen dilakukan oleh pengepul, sehingga kurang memperhatikan tanaman yang masih muda. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dinas Kehutanan memperbolehkan pembuatan jalan tanah ke dalam hutan (HKm). ▪ Ada lembaga yang dapat membantu penyediaan bibit bambu unggul (KPH, WWF misalnya). ▪ Petani dapat diberikan pemahaman tentang pentingnya pemeliharaan dan panen secara selektif.
Transformasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengolahan bambu semuanya di luar kawasan. ▪ Pengolahan bambu sebagian besar dalam bentuk kerajinan tradisional. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tersedia tenaga terampil pende sain dan pengolah bambu ▪ Ada teknologi pengupasan kulit dan pengawetan bambu (laminasi).
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sebagian besar (80%) bambu yang diperjualbelikan masih dalam bentuk bahan mentah; 16% merupakan hasil olahan tradisional; hanya sekitar 4% hasil olahan diarahkan untuk pasar luar daerah dan luar negeri. ▪ Adanya pihak-pihak yang ingin mendapatkan keuntungan cepat dengan menawarkan produk olahan bambu dengan harga tinggi pada tamu dalam dan luar negeri. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada himbauan Gubernur untuk menggunakan atau memasarkan produk lokal. ▪ Tersedia pasar lelang dan pameran produk unggulan daerah skala regional, nasional dan internasional ▪ Ada teknologi/design knock down (bongkar pasang) untuk memudahkan pemasaran ke luar daerah dan luar negeri
Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akses terhadap sarana pendukung produksi, teknologi, informasi dan keuangan sangat kurang. ▪ Sistem pasar di daerah kurang mapu memberikan citra positif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tersedia teknologi atau mesin pembuat sumpit, tusuk gigi dan tusuk sate yang dapat difasilitasi oleh Dikoperindag. ▪ Ada bursa lelang dan

	terhadap hasil kerajinan, terma-suk kerajinan bambu untuk konsu-men luar daerah dan luar negeri	pameran komoditas unggulan yang difasilitasi oleh Dikoperindag.
--	---	---

4.3.2. Rantai Nilai Komoditas Bambu

Menurut ketua FMKR komoditas bambu di HKm Batukliang Utara ditanam semenjak masyarakat diberikan hak menggarap lahan HKM dan ada juga yang tumbuh secara alamiah di hutan. Penanaman umumnya dilakukan dilembah-lembah untuk mengatasi erosi. Namun secara pasti jumlahnya tidak diketahui, tapi jelas sangat banyak. Dalam setiap hari sekitar 3 truk bambu yang keluar dari kawasan Batukliang Utara (WWF, 2012b).

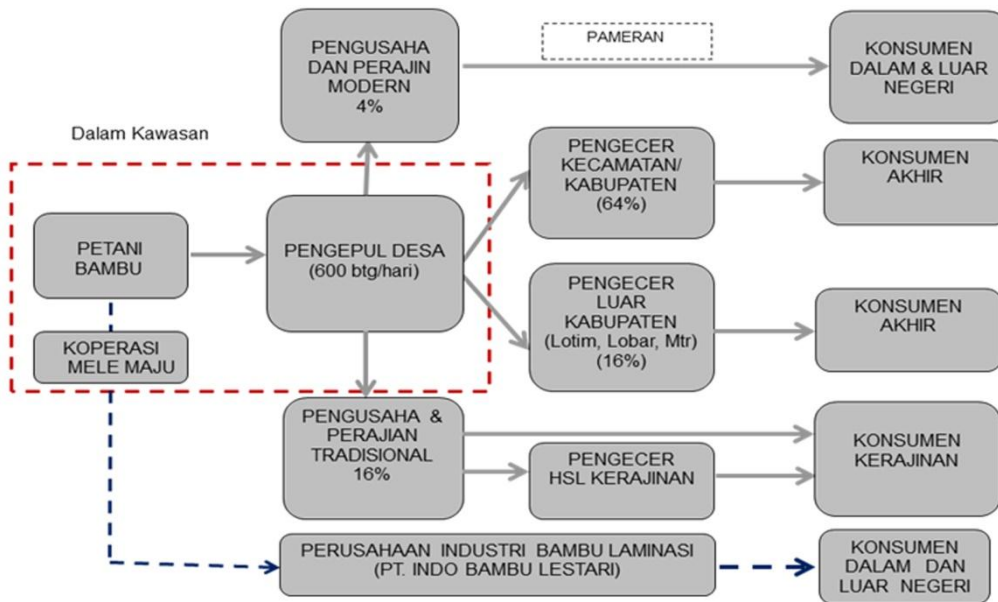
Pengepul bambu sebagian besar berasal dari masyarakat setempat yang berprofesi sebagai pengepul bambu. Mereka membeli bambu secara berongan atau truk-an tapi perhitungan harga bijian. Mereka yang mengambil peran sebagai penebang dan pengangkut bambu ke pengecer atau pengrajin. Isi truk untuk bambu galah atau bambu tali sekitar 200-220 batang dengan ongkos pertruk sampai Bujak/Bodak/Beson termasuk ongkos naik turunkan bambu adalah Rp. 600-750 ribu rupiah. Harga jualnya sampai disana (berdasarkan kesepakatan harga sebelumnya), yaitu bambu petung sekitar Rp. 90 ribu; bambu galah dan tali sekitar Rp. 12 ribu dan bambu aur jarang tapi kalau ada harga jualnya sekitar Rp. 6 ribu perbatang

Sementara pengecer bambu sebagian besar bahkan semuanya terdapat di luar kawasan (di luar kecamatan Batukliang Utara). Harga bambu ditingkat pengecer di Bujak/Bodak/Beson adalah Bambu Petung Rp. 120 ribu; bambu galah/tali = Rp. 15 ribu dan bambu aur Rp.7 ribu perbatang. Di Praya dan Mataram harganya lebih tinggi, terutama di Mataram. Di Praya bambu petung harganya Rp. 140 ribu dan di Lombok Barat atau Mataram sampai Rp. 250 ribu perbatang. Sedangkan bambu galah atau bambu tali harganya di Praya sekitar Rp. 17 ribu dan di Lombok Barat dan Mataram sampai Rp. 25 ribu perbatang sama seperti di Masbagik Lombok Timur. Pengecer dan konsumen di Lombok Barat dan

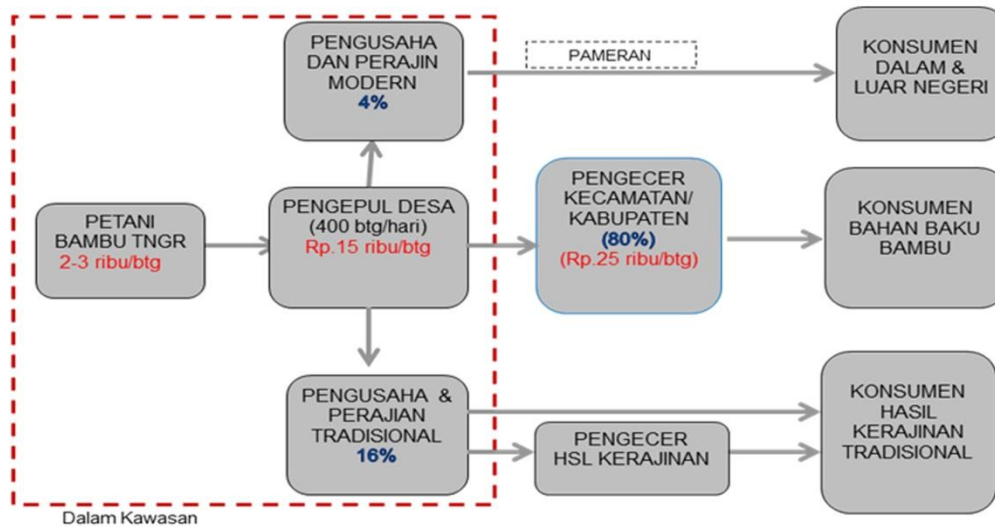
Mataram lebih suka membeli bambu dari kawasan Batukliang Utara dibandingkan KLU, karena dinilai lebih awet (tidak kisut), dan jenis petungnya adalah petung kembang yang tidak mudah pecah meskipun lebih tipis. Sedang dari KLU jenis petungnya adalah petung batu, tebal tapi cepat pecah.

Semua pengecer mengatakan bambu yang dijual sebagian besar atau sekitar 80 persen bukan diolah menjadi barang kerajinan, hanya sekitar 20% yang dipergunakan untuk kerajinan. Penggunaan untuk kerajinan juga sebagian besar diusahakan sendiri dengan mengongkos para perajin. Seolah-olah menjual bambu untuk usaha kerajinan, tapi yang membelinya adalah diri sendiri. Sedangkan yang dijual ke pengrajin murni sangat sedikit. Pengrajin murni umumnya adalah pengrajin yang menjual produknya ke luar daerah atau luar negeri, diperkirakan sekitar 4 %.

Jenis hasil kerajinan berbahan baku bambu sangat banyak, menurut Asosiasi Pengelola Bambu Lombok (APBL, 2014), paling tidak terdapat 132 jenis hasil kerajinan turunan dari bambu. Jumlah ini masih sangat mungkin untuk ditingkatkan bila dibangun industry bambu system knock-down, mesin pembuat sumpit, tusuk sate dan tusuk gigi berbahan baku bambu atau pendirian atau pengadaan bahan baku industry bambu laminasi. Pengadaan bahan baku bambu laminasi ini sangat mungkin dilakukan, karena bambu petung yang dibutuhkan sebagai bahan baku cukup tersedia di Pulau Lombok. Pada saat ini bahan baku industry laminasi yang ada di Klungkung Bali didatangkan dari Flores, relatif lebih jauh dibandingkan dengan Pulau Lombok; sehingga secara ekonomi diperkirakan akan lebih efisien bila didatangkan dari Pulau Lombok, minimal dapat menghemat biaya pengangkutan.



Gambar 4.3.1. Rantai Nilai Komoditas HHBK Bambu di HKm Lombok Tengah



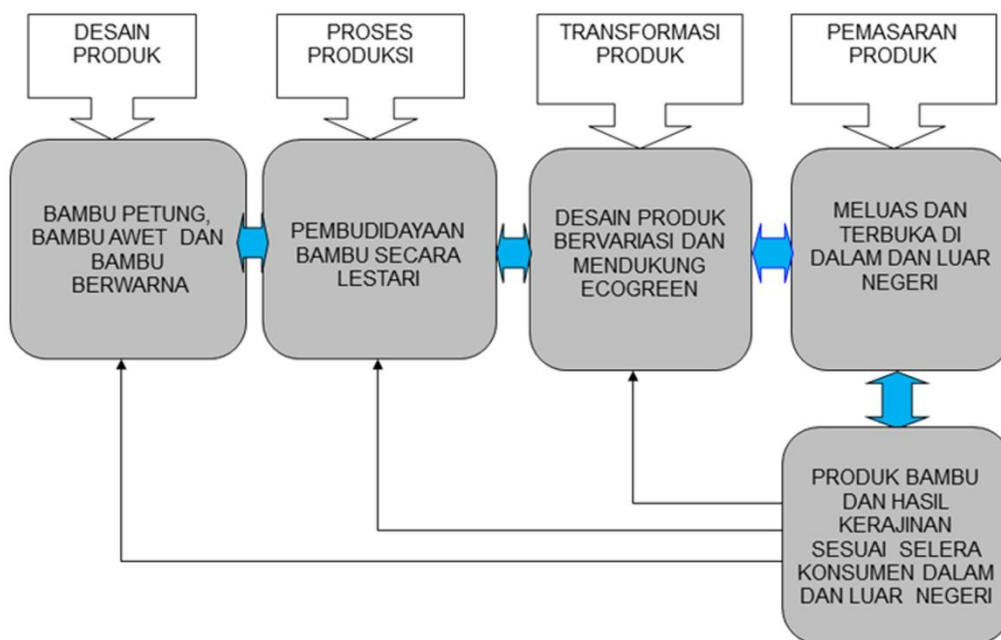
Gambar 4.3.2. Rantai Nilai Komoditas HHBK Bambu di TNGR Lombok Timur

4.3.3. Rantai Nilai Bambu Yang Diharapkan

Berdasarkan hasil penelitian melalui pengamatan dan wawancara dengan pelaku industry dan pasar di Pulau Lombok, Bali dan Jawa Timur; yang disertai dengan survai virtual melalui internet, maka pada saat ini jenis bambu yang semakin

langka dan semakin meningkat nilai ekonominya adalah bambu petung, bambu tali dan bambu berwarna; karena itu pengembangan jenis-jenis bambu tersebut diperkirakan memiliki prospek yang cerah dimasa yang akan datang. Bambu galah, sementara ini populasinya masih cukup banyak, sehingga ketersediannya masih lebih terjamin dibandingkan jenis bambu yang lain, meskipun jenis bambu galah banyak dipergunakan dalam bentuk bahan baku untuk menunjang pembangunan rumah dan gedung-gedung bertingkat..

Proses produksi dari semua jenis bambu juga haruslah lestari, selain untuk menjaga kelestarian sumberdaya hutan, juga untuk menunjang kegiatan ekonomi secara berkelanjutan. Semua jenis bambu memiliki karakteristik dan manfaat atau tempat penggunaan sendiri-sendiri. Karena itu setiap kegiatan yang destruktif harus dicegah; dan yang bersifat konstruktif untuk pelestarian harus didukung.



Gambar 4.3.3. Rantai Nilai Harapan Komoditas HHBK Bambu di HKM dan TNGR Pulau Lombok

Transformasi produk atau industry kerajinan pengolahan bambu juga perlu ditingkatkan desain dan jenisnya dan kegiatannya lebih diarahkan ke dalam kawasan, agar nilai tambah yang dihasilkan banyak dinikmati oleh masyarakat sekitar hutan. Dengan demikian maka dapat diharapkan, komoditas HHBK

bambu menjadi pengungkit perekonomian lokal dalam mengentaskan kemiskinan di kawasan hutan.

Untuk mewujudkan hal di atas, maka produk bambu dan hasil olahannya haruslah memiliki daya tarik, daya tahan dan daya saing. Pasar dan jaringan pasar harus terbuka dari harga, informasi dan teknologi, sehingga produk yang dihasilkan bisa mengikuti perkembangan pasar. Selera konsumen dalam dan luar negeri terpuaskan, maka dampaknya akan terjadi perkembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di kawasan hutan.

4.3.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Bambu

Untuk menjamin agar komoditas bambu dapat menjadi komoditas HHBK unggulan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pelestarian sumberdaya hutan di kawasan HKm Batukliang Utara Lombok Tengah dan di kawasan TNGR Lombok Timur, maka intervensi yang diperlukan adalah:

- 1) Khusus untuk Taman Nasional Gunung Rinjani, diperlukan kepastian hak dan tanggung jawab para pihak, terutama kepada masyarakat yang diberikan hak mengelola dan memanfaatkan HHBK yang terdapat di lahan Taman Gunung Rinjani
- 2) Merintis prasarana angkutan untuk membuka dan memperlancar aksesibilitas ke kawasan HKm atau TNGR, sekaligus untuk meningkatkan nilai jual HHBK unggulan, khususnya komoditas bambu.
- 3) Pengadaan bibit dan pembudidayaan bambu langka dan awet, terutama bambu petung, bambu hitam, bambu kuning, bambu tutul di lahan HKm atau TNGR yang masih terbuka dan rawan erosi.
- 4) Memfasilitasi pelatihan pengolahan dan desain produk kerajinan bambu yang khas yang berbeda dengan hasil produk kerajinan yang sudah ada seperti, berugak knock-down, meja kursi knock-down, sangkar burung atau lainnya yang khas.
- 5) Memfasilitasi pengadaan dan pelatihan operasional mesin pengolahan bambu menjadi sumpit, tusuk gigi dan tusuk sate.

- 6) Menindaklanjuti kemungkinan kerjasama kemitraan Koperasi Mele Maju sebagai penyedia bahan baku untuk industri bambu laminasi dengan PT. Indo Bambu Lestari Klungkung Bali
- 7) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Koperasi Mele Maju agar dapat menjalankan usahanya sebagai pengepul, pengolah dan penyedia bahan baku industri bambu laminasi.

4.4. Komoditas Nangka

Nangka tumbuh dengan baik di iklim tropis sampai dengan lintang 25° utara maupun selatan, walaupun diketahui masih dapat berbuah hingga lintang 30°. Tanaman ini menyukai wilayah dengan curah hujan lebih dari 1500 mm pertahun di mana musim keringnya tidak terlalu keras. Nangka kurang toleran terhadap udara dingin, kekeringan dan penggenangan.



Pohon nangka yang berasal dari biji, mulai berbunga pada umur 2-8 tahun. Sedangkan yang berasal dari klon mulai berbunga di umur 2-4 tahun. Di tempat yang cocok, nangka dapat berbuah sepanjang tahun. Di beberapa Negara seperti Thailand dan India panen raya nangka terjadi antara Januari – Agustus, sementara di Malaysia antara April – Agustus atau September – Desember.

Jenis nangka sangat banyak, tapi dilihat dari sifat buahnya dikenal dua jenis, yaitu: (1) Nangka bubuk dengan daging buah tipis, berserat, lunak dan membubur, rasanya asam manis, dan berbau harum tajam; dan (2) Nangka salak dengan daging buah tebal, keras, mengeripik, rasa manis tapi tidak begitu harum

Buah nangka dapat dipanen dalam dua bentuk, yaitu nangka muda dan nangka tua. Nangka muda dipanen untuk tujuan konsumsi sebagai sayuran, sedangkan nangka tua (matang) digunakan untuk tujuan sebagai konsumsi buah segar atau produk turunannya, seperti dodol, krepak dan lain-lain. Pengolahan buah nangka segar inilah yang diharapkan bisa meningkatkan nilai tambah dari komoditas nangka sekaligus untuk mengatasi masalah melimpahnya produksi nangka pada musim panen raya; namun tampaknya kegiatan ini belum dilakukan oleh masyarakat yang tinggal di Kawasan HKm Batukliang Utara dan di Kawasan TNGR Lombok Timur; sementara komoditas nangka dijadikan komoditas HHBK unggulan di dua kawasan tersebut. Menurut Ketua Forum Masyarakat Kawasan Rinjani (FMKR), ada dua alasan komoditas nangka dijadikan komoditas HHBK unggulan, yaitu: (1) alasan ekologis karena dianggap mampu melestarikan sumberdaya hutan; dan (2) alasan produksi yang melimpah pada saat panen raya, meskipun diakui belum dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi masyarakat.

4.4.1. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Nangka

Jenis tanaman nangka yang dibudidayakan oleh masyarakat di Lahan HKm/TNGR atau di lahan masyarakat adalah nangka bubur dan nangka salak. Pengembangan kedua jenis nangka tersebut tidak didasarkan oleh pertimbangan ekonomi atau pertimbangan pasar, tapi lebih didasarkan oleh pertimbangan konservasi atau penghijauan. Masyarakat hanya menerima dan menanam bibit yang diberikan oleh pemerintah melalui Dinas Kehutanan, tanpa melihat potensi pasarnya. Sementara bila dilihat dari potensi pasar, maka jenis nangka salak yang lebih disukai oleh petani dan pelaku agroindustri nangka dan harganya lebih mahal, karena kualitas hasil olahannya lebih baik dibandingkan nangka bubur. Karena itulah, desain produk atau jenis nangka yang perlu dikembangkan oleh masyarakat ke depan adalah nangka salak atau sejenisnya.

Masalah lain yang menjadi tantangan nangka sebagai komoditas HHBK unggulan adalah siklus panen yang bersifat musiman, yaitu sekitar 4 bulan pertahun (sekitar bulan September sampai Desember). Pada bulan-bulan ini produksi nangka cenderung melimpah dan harganya sangat murah. Sedangkan 8 bulan berikutnya nangka boleh dikatakan tidak ada; bila ada jumlahnya masih sangat sedikit. Karena itu perlu dipilih bibit unggul dan teknologi budidaya yang dapat merangsang produksi nangka sepanjang tahun.

Masalah lain yang banyak dikeluhkan oleh petani nangka adalah serangan hama lalat buah dan monyet yang selalu datang setiap musim panen, karena bila sudah diserang maka harga nangka akan jatuh. Hal ini tampaknya karena petani kurang menjaga dan mengantisipasi serangan hama tersebut. Hama lalat buah pada dasarnya dapat diatasi dengan pembersihan lahan, pembungkusan dan pemasangan perangkat lalat buah. Namun hal ini jarang dilakukan, selain karena lokasi lahan HKm dan TNGR yang jauh, juga karena faktor kemalasan dari petani sendiri. Karena itu pula, maka banyak petani yang menjual buah nangkanya yang masih muda untuk dijadikan sayuran meskipun dengan harga yang rendah. Bahkan di Kawasan TNGR, sebagian besar buah nangka dijual dalam bentuk masih muda.

Transformasi produk buah nangka segar menjadi produk agroindustri nangka juga jarang dilakukan oleh masyarakat yang terdapat di kawasan HKm

Batukliang Utara maupun masyarakat yang terdapat di kawasan hutan TNGR Lombok Timur. Kegiatan ini hanya dilakukan sewaktu-waktu dan terbatas pada produk olahan dodol nangka pada musim panen raya; di luar musim panen raya kegiatan pengolahan nangka dihentikan sama sekali. Kegiatan pengolahan buah nangka menjadi dodol nangka dan krepek nangka secara kontinyu sepanjang tahun dilakukan oleh pelaku industry yang terdapat di luar kawasan, antara lain oleh UD.Warna Sari Suranadi Lombok Barat, KSU Rinjani Bilabante dan oleh PPL Nurul Hakim Monjok Mataram. Produk dari pengusaha agroindustri inilah yang menyebar sampai Lombok Tengah dan Lombok Timur; sementara bahan bakunya sebagian berasal dari daerah tersebut. Berikut ini ditampilkan tantangan dan peluang pengembangan komoditas nangka sebagai komoditas HHBK unggulan di kawasan HKm Batukliang Utara dan TNGR Lombok Timur sepanjang rantai nilai (Tabel 4.4)

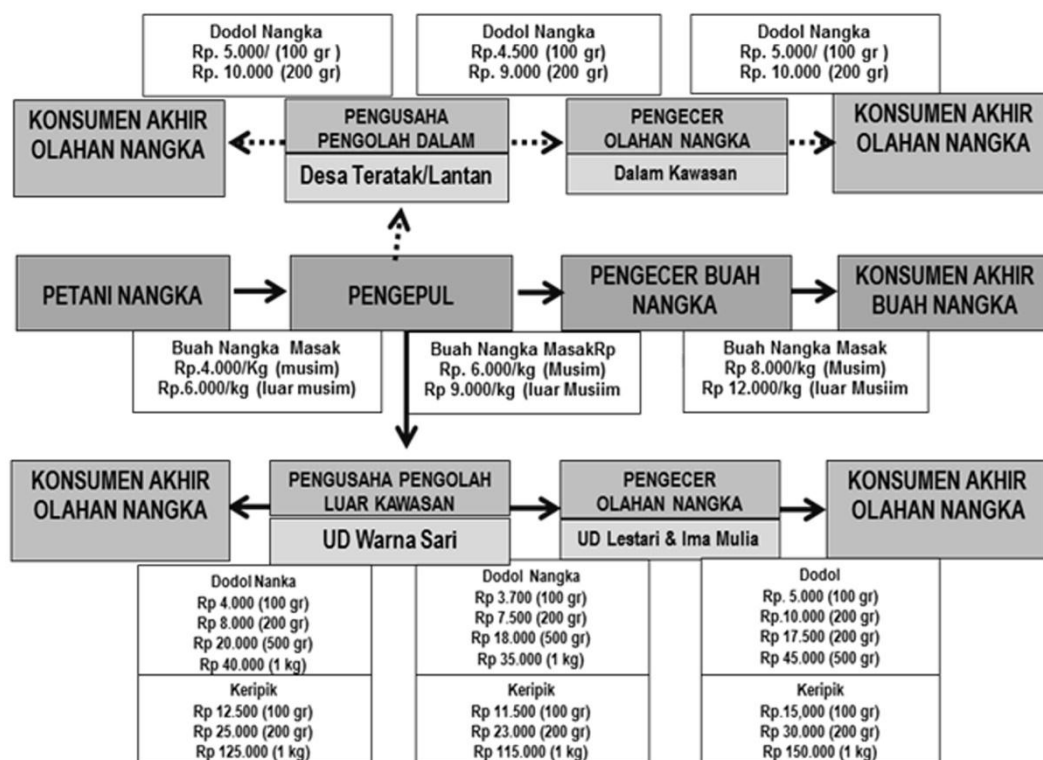
Tabel 4.4. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Nangka

Rantai Nilai	Masalah/Tantangan	Potensi/Peluang
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Masyarakat membudidayakan nangka salak dan nangka bubuk di lahan HKm dan Lahan kebun 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nangka salak dapat diolah menjadi berbagai produk agroindustri nangka
Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siklus panen bersifat musiman ▪ Produk nangka musim panen melimpah. ▪ Produk nangka banyak rusak karena serangan hama lalat buah dan monyet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat teknologi budidaya yang dapat merangsang produksi sepanjang tahun. ▪ Ada bahan dan alat perangkat lalat buah.
Transformasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengolahan daging dan biji nangka masih sangat terbatas. ▪ Pengolahan nangka di dalam kawasan dilakukan hanya pada musim panen raya. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat alat pengolah yang dapat meningkatkan nilai tambah ▪ Ada tenaga trampil yang dapat melatih masyarakat mengolah daging dan biji nangka menjadi berbagai produk agroindustri nangka

Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> Produk agroindustri bahan makanan termasuk agroindustri buah nangka sulit masuk ke pasar modern karena membutuhkan banyak persyaratan. 	<ul style="list-style-type: none"> Diperindag dapat melatih dan memfasilitasi penerbitan P-IRT, sertifikat halal dan sertifikat dari BPOM.
Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> Peran dinas terkait (Dinas Pertanian, Hutbun, Perindag,) belum maksimal. Keterbatasan pengetahuan petugas tentang budidaya dan pengolahan buah nangka 	<ul style="list-style-type: none"> Ada Geopark Rinjani dan lokasi wisata lainnya dapat menjadi etalase produk nangka segar maupun olahan.

4.4.2. Rantai Nilai Komoditas Nangka

Pada Gambar 4.4.1 dan 4.4.2 ditampilkan rantai nilai komoditas nangka di HKm Batukliang Utara Lombok Tengah dan di TNGR Lombok Timur.

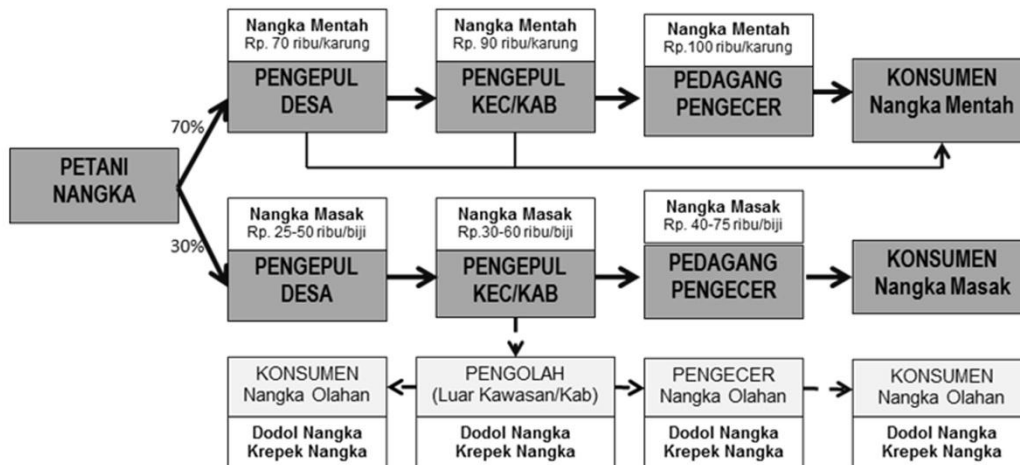


Gambar 4.4.1. Rantai Nilai Komoditas HHBK Nangka di HKm Lombok Tengah

Pada Gambar 4.4.1 dapat dilihat bahwa komoditas nangka yang berasal dari kawasan HKm Batukliang Utara, sebagian dipasarkan dalam bentuk buah segar di dalam kawasan kemudian menyebar dari pengepul, pengecer dan sampai ke konsumen akhir; sebagian lagi dipasarkan oleh pengepul ke pengusaha pengolahan di luar kawasan dan sebagian kecil di dalam kawasan. Dalam bentuk buah segar, margin pemasaran buah nangka segar pada musim nangka adalah sekitar Rp. 4.000/kg (Rp. 8.000-Rp. 4.000); dan di luar musim nangka adalah sebesar Rp. 6.000/kg (Rp.12.000-Rp.6.000).

Tapi bila diolah menjadi dodol nangka pada musim nangka, maka setiap kilogram daging buah nangka akan memberikan nilai tambah sebesar Rp. 23,333 dan bila diolah menjadi krepek nangka akan memberikan nilai tambah sebesar Rp. 11.500. Di luar musim nangka, nilai tambah yang dihasilkan semakin besar, yaitu bila diolah menjadi dodol nangka akan memberikan nilai tambah sebesar Rp. 33.333 dan bila diolah menjadi krepek nangka nilai tambahnya sebesar Rp. 15.000 perkilogram bahan mentah (Lampiran 4.4.1).

Di TNGR Lombok Timur, tidak ditemukan aliran nangka yang berasal dari kawasan TNGR untuk diolah menjadi produk agroindustri nangka; semuanya dijual dalam bentuk bahan mentah; bahkan 70% diantaranya dijual dalam bentuk buah muda; dan hanya 30% yang dijual dalam bentuk buah yang sudah matang (masak). Penjualan buah nangka asal kawasan TNGR biasanya menggunakan ukuran karung (berkapasitas 100 kg beras). Ditingkat petani, harga nangka muda perkarung sekitar Rp. 70 ribu dan di tingkat konsumen akhir adalah Rp. 100 ribu. Karena itu margin pemasarannya adalah sebesar Rp. 30 ribu/karung. Sementara dalam bentuk buah matang dijual dalam ukuran bijian. Bila nangka berukuran kecil (sekitar 10 kg), maka margin pemasarannya adalah sebesar Rp. 15.000 (Rp. 40.000-Rp. 25.000) dan bila berukuran besar (sekitar 20 kg), maka margin pemasarannya adalah Rp. 25.000 (Rp. 75.000-Rp.50.000).

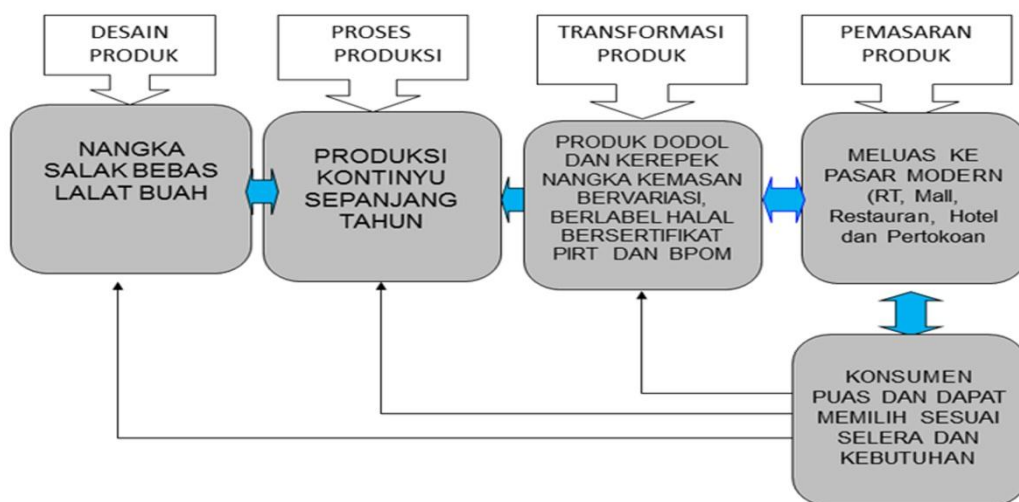


Gambar 4.4.2. Rantai Nilai Komoditas HHBK Nangka di TNGR Lombok Timur

Dari data margin pemasaran dan nilai tambah di atas, maka jelas bahwa untuk meningkatkan nilai ekonomi komoditas nangka adalah dengan pengolahan, baik menjadi dodol nangka maupun menjadi krepek nangka.

4.4.3. Rantai Nilai Nangka Yang Diharapkan

Berangkat dari survai pasar yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa jenis komoditas nangka yang diinginkan pasar adalah jenis nangka salak yang tidak terserang lalat buah; proses produksi berlangsung sepanjang tahun, yang berarti membutuhkan teknologi budidaya yang dapat merangsang produksi nangka salak sepanjang tahun atau varietas unggul lain yang sejenis.



Gambar 4.4.3. Rantai Nilai Harapan Komoditi HHBK Nangka

Transformasi produk nangka yang diinginkan pasar adalah dalam bentuk krepek dan dodol nangka dengan kemasan bervariasi, berlabel halal dan jaminan kualitasnya; dalam arti memiliki P-IRT dan memiliki sertifikat dari BPOM. Karena itu, selain diperlukan pelatihan pengolahan buah nangka di kawasan HKM Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur, harus diusahakan diperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM; dan harus ada lembaga desa yang bisa bertindak sebagai penjamin mutu atau menjaga mutu produk nangka supaya tetap dipercaya oleh konsumen.

Selanjutnya pasar produk olahan nangka perlu diperluas, tidak hanya terbatas untuk segmen pasar masyarakat kelas menengah ke bawah, tapi harus meluas ke segmen pasar masyarakat kelas menengah ke atas melalui pasar modern (mall, restaurant, hotel). Konsumen harus puas, dan dapat memilih dodol dan kerepek nangka sesuai selera dan kebutuhan. Dengan demikian maka dapat diharapkan komoditas nangka dapat menjadi komoditas HHBK unggulan yang selain dapat mendukung pelestarian sumberdaya hutan, juga dapat mengungkit perekonomian masyarakat kawasan hutan.

4.4.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Nangka:

Untuk menjamin agar komoditas nangka dapat menjadi komoditas HHBK unggulan di kawasan HKM Batukliang Utara Lombok Tengah dan di kawasan TNGR Lombok Timur, maka intervensi yang diperlukan adalah:

- 1) Pengadaan bibit dan penerapan teknologi budidaya nangka unggul yang dapat menjamin kontinuitas produksi nangka sepanjang tahun; dan atau melakukan diversifikasi produk dengan mengembangkan jenis komoditas lain yang dapat tumbuh di bawah tegakan pohon nangka, seperti empon-empon.
- 2) Melakukan pencegahan serangan alat buah sedini mungkin dengan melakukan pembersihan lahan, pembungkusan dan penyediaan perangkat alat buah.
- 3) Memfasilitasi pelatihan pengolahan buah nangka, pengemasan dan pelabelan disertai dengan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.

- 4) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi atau KUB agar dapat berperan sebagai pengepul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk buah nangka dan hasil olahannya.
- 5) Mengikuti pelatihan atau magang di UD.WARNA SARI Suranadi, KSU RINJANI Bilebante atau di tempat lainnya yang telah berhasil sebagai pengolah dan pemasar produk olahan nangka di dalam maupun di luar daerah.



4.5. Komoditas Durian

Durian adalah merupakan salah satu buah tropis yang berasal dari Asia Tenggara tumbuh di sekitar katulistiwa hingga ketinggian 800 m dpl sampai garis lintang 18°. Jenis durian sangat banyak, yang telah dibudidayakan lebih dari 55 jenis.

Sampai tahun 2005, terdapat 38 kultivar unggul yang telah diseleksi dan diperbanyak secara vegetatif (Uji, T, 2005). Beberapa di antaranya: adalah durian Gapu dari Kediri, Durian Ligit dari Kutai. Durian Bentara dari Bengkulu Utara, Durian Perwira dari Majalengka, Durian Petruk dari Jepara, Durian Soya dari Ambon, Durian Sunan dari Boyolali; durian Tong Medaye dari Lombok NTB. Selain itu juga terdapat jenis lokal yang belum diseleksi dan keunggulannya belum terjamin. Biasanya dinamakan sesuai lokasi geografi tempat tumbuh, seperti Durian Parung, Durian Lampung, Durian Jepara, Durian Palembang, Durian Padang, Durian Merah Banyuangi. Di Lombok juga dikenal beberapa durian varietas lokal yang cukup terkenal seperti Durian Peresak, Duran Seteleng, Durian Klotok Tete Batu Selatan dan Durian Keselet Pringge Jurang.

Buah durian dipanen setelah matang (masak), karena dikonsumsi dalam bentuk buah segar. Buah durian juga bisa diolah menjadi dodol durian, krepek durian dan produk olahan lainnya; namun hal ini belum dilakukan di kawasan HKm Batukliang Utara dan di Kawasan TNGR Lombok Timur, semuanya dijual dan dikonsumsi dalam bentuk buah segar. Sebagaimana halnya buah nangka, buah durian dimasukkan sebagai komoditas HHBK unggulan karena dua alasan, yaitu: (1) alasan ekologis karena dianggap mampu mendukung pelestarian sumberdaya hutan; dan (2) alasan produksi yang melimpah pada saat panen raya. Tapi diakui bahwa komoditas durian juga belum dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi masyarakat di kawasan hutan. Berikut ini diuraikan tantangan dan peluang pengembangan komoditas durian sebagai komoditas HHBK unggulan di Kawasan HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur.

4.5.1. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Durian

Jenis durian yang dikembangkan di Pulau Lombok, termasuk di Kawasan HKm dan TNGR cukup banyak, sehingga sulit dibedakan durian lokal dengan jenis durian yang berasal dari luar. Percampuran ini menyebabkan brand image durian lokal menjadi rusak. Karena itu diperlukan informasi atau identifikasi yang lebih jelas tentang durian lokal yang unggul, seperti Durian Persek, Durian Seteling, Durian Klotok dan Durian Keselet Lombok Timur.

Tantangan yang cukup berat untuk mempertahankan komoditas durian sebagai komoditas HHBK unggulan adalah siklus panen yang bersifat musiman. Karena itu bila belum ada varietas atau teknologi budidaya yang bisa menjamin kontinuitas produksi sepanjang tahun, maka pengembangan komoditas durian sebagai komoditas HHBK unggulan harus didukung dengan komoditas lain yang dapat mengisi kekosongan waktu panen komoditas durian, seperti tanaman empon-empon yang dapat tumbuh baik di bawah tegakan pohon durian.

Buah durian di kawasan HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur, juga ternyata mendapat serangan hama lalat buah dan monyet, bahkan termasuk komoditas yang rawan dengan pencurian. Karena itu, salah satu cara untuk mengatasi hal ini adalah dengan penjagaan dan pemeliharaan tanaman. Pembersihan lahan yang diikuti dengan pembungkusan dan pemasangan alat perangkat buah cukup efektif untuk mengatasi masalah lalat buah.

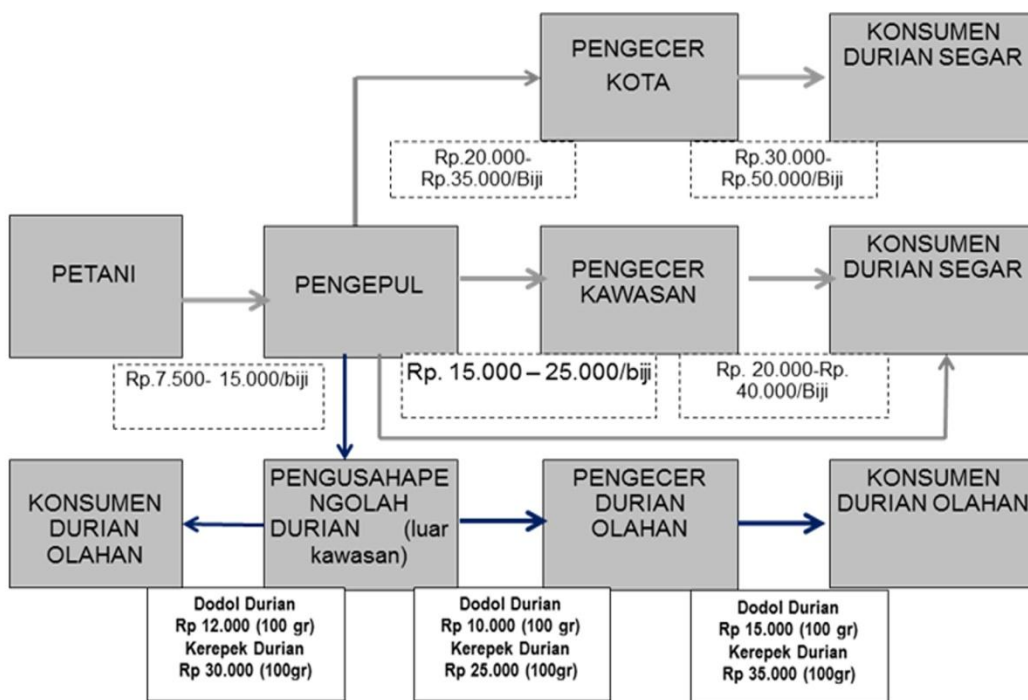
Transformasi produk atau pengolahan produk durian di dalam kawasan HKm dan TNGR tidak ditemukan, semuanya dijual dan dikonsumsi dalam bentuk buah segar. Di luar kawasan HKm dan TNGR juga jarang dilakukan pengolahan, baik pada musim durian, lebih-lebih di luar musim durian. Pengolahan buah durian menjadi dodol durian maupun kerepek durian baru dilakukan bila produk durian melimpah atau pada saat harga buah durian segar jatuh. Biji dan kulit durian juga belum ada yang mengolah, sementara di Jawa pengolahan biji dan kulit durian banyak dilakukan oleh masyarakat. Berikut ini dijelaskan tentang tantangan dan peluang pengembangan komoditas durian sebagai komoditas HHBK unggulan di kawasan HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur (Tabel 4.5).

Tabel 4.5. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas HHBK Durian

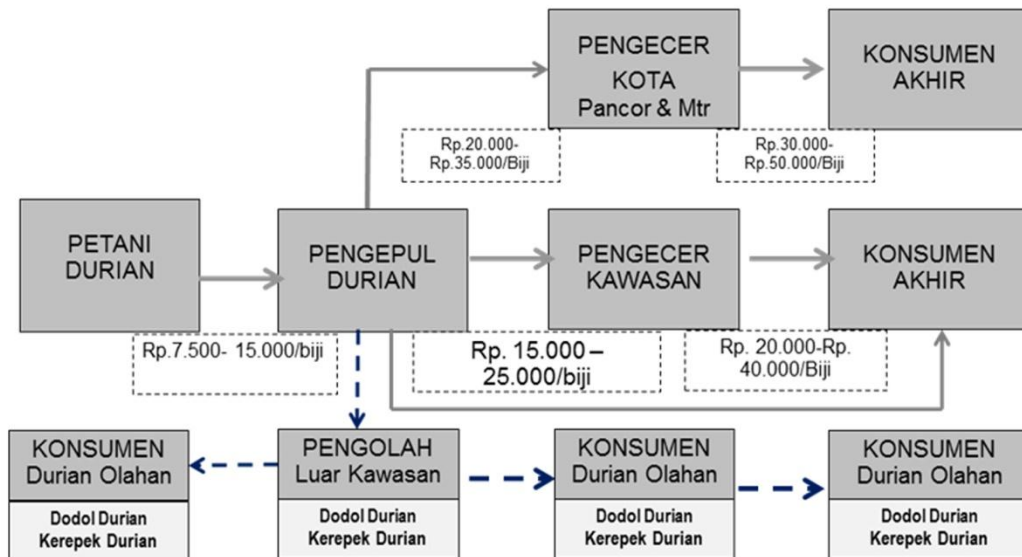
Rantai Nilai	Tantangan/Masalah	Peluang/Potensi
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selain durian lokal, masyarakat juga mengusahakan durian jenis lain, sehingga sulit di bedakan durian lokal dengan durian dari daerah lain 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Brand image durian lokal (Durian Setiling di Kabupaten Lombok Tengah dan Durian Klotok dan Keselet Pringga Jurang Lombok Timur) sudah terkenal di Lombok.
Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siklus panen bersifat musiman ▪ Produk durian musim panen melimpah. ▪ Produk durian banyak rusak karena serangan hama lalat buah dan monyet 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durian lokal unggul memiliki daya simpan lama (dapat bertahan seminggu sejak jatuh, durian belum pecah) dan memiliki cita rasa khas. ▪ Ada teknologi budidaya bisa panen sepanjang tahun,
Transformasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengolahan daging buah durian hanya dilakukan pada masa panen raya (harga rendah). ▪ Biji dan kulit durian masih dijadikan sampah, belum dimanfaatkan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buah durian segar dapt diolah menjadi dodol dan krepek; dan produk olahan lain. ▪ Biji dan kulit durian dapat diman-faatkan dan bernilai ekonomi.
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perusakan citra karena pencampuran varietas. ▪ Kalah pamor karena ada manipulasi kualitas dan harga 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada kemampuan bersaing dengan durian varietas lain.
Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Belum ada kelembagaan petani durian. ▪ Peran dinas terkait (Dinas Pertanian, Hutbun, Perindag, KUKM) belum maksimal. ▪ Keterbatasan pengetahuan penyuluh tentang budidaya dan agroindustri durian. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adanya kesadaran petani tentang perlunya membentuk lembaga. ▪ Program penguatan kelembagaan masih terbuka. ▪ Penguatan kapasitas penyuluh ▪ Geopark Rinjani menjadi etalase produk unggulan.

4.5.1. Rantai Nilai Komoditas Durian

Perjalanan produk durian dari produsen ke konsumen akhir tidak melibatkan banyak orang, hanya petani sebagai produsen, kemudian pengepul desa, pengecer kawasan dan pengecer kota serta konsumen akhir. Sedangkan pengolah durian hampir tidak ada, hanya sewaktu-waktu dilakukan oleh pelaku industry di luar kawasan (Gambar 4.5.1). Bahkan durian yang berasal dari kawasan TNGR tidak ada yang diolah, semuanya dikonsumsi dalam bentuk buah segar (Gambar 4.5.2).



Gambar 4.5.1. Rantai Nilai Komoditas HHBK Durian di HKM Lombok Tengah

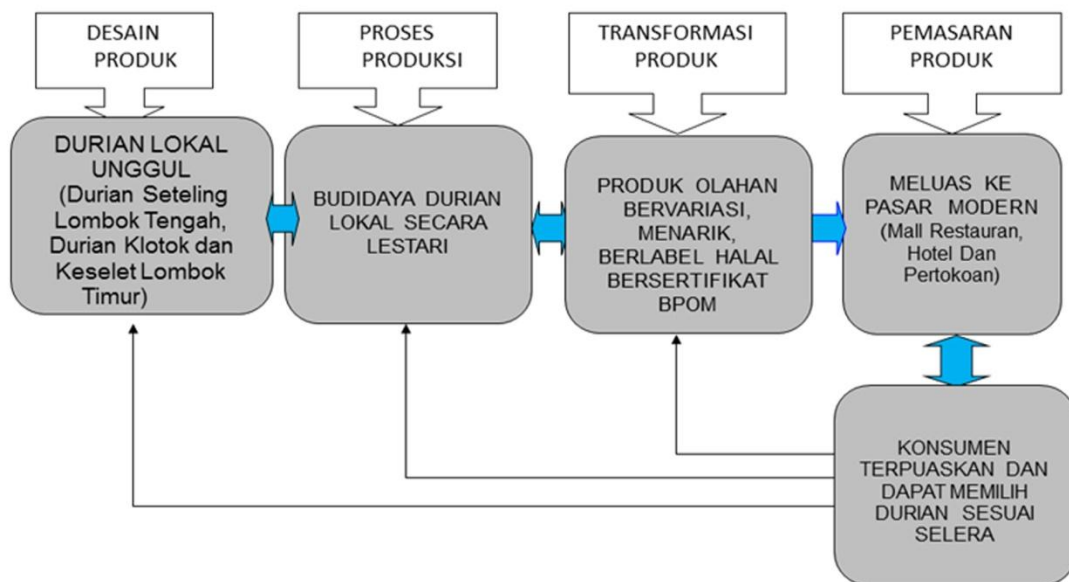


Gambar 4.5.2. Rantai Nilai Komoditas HHBK Durian di TNGR Lombok Timur

Meskipun durian hanya dijual dalam bentuk segar, tapi pasarnya masih tetap lancar dan margin pasarnya masih cukup besar. Durian yang berukuran kecil, harga ditingkat petani adalah sekitar Rp. 7,500 per biji, sedangkan di tingkat konsumen akhir disekitar kawasan adalah sekitar Rp. 20,000/biji dan di perkotaan adalah sekitar Rp. 30.000. Berarti margin pemasarannya adalah sebesar Rp. 12.500 sampai Rp. 22.500 per biji, melampaui harga durian di tingkat petani. Hal yang sama juga terjadi pada durian yang berukuran besar, harga ditingkat petani adalah Rp. 15.000/biji, sedangkan harga jual di tingkat konsumen akhir seputar kawasan adalah Rp. 40.000 dan di perkotaan adalah Rp. 50.000,- berarti nilai margin pemasarannya adalah Rp. 25.000 sampai Rp. 35.000. Besarnya margin pemasaran ini mengindikasikan bahwa harga yang diterima petani durian sangat rendah dibandingkan harga ditingkat konsumen akhir. Rendahnya harga yang diterima petani tampaknya juga terkait dengan kebiasaan petani yang menjual hasil durian dengan system ijon atau mengambil uang muka kepada para pengepul, sehingga tidak memiliki nilai tawar pada saat panen; di samping terbatasnya informasi pasar ditingkat konsumen akhir yang diterima oleh petani durian.

4.5.3. Rantai Nilai Durian Yang Diharapkan

Berangkat dari survai pasar yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa jenis komoditas durian yang diinginkan pasar adalah jenis durian lokal. Kalau di Kawasan HKm Batukliang Utara adalah Durian Seteling; sedangkan di kawasan TNGR dan Lombok Timur adalah Durian Klotok dan Durian Keselet. Proses produksi haruslah bersifat lestari dan berlangsung sepanjang tahun; yang berarti membutuhkan teknologi budidaya yang dapat merangsang produksi durian lokal sepanjang tahun.



Gambar 4.5.3. Rantai Nilai Harapan Komoditi HHBK Durian di HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur

Transformasi produk masih tidak terlalu diperlukan, karena pemasaran produk durian dalam bentuk segar cukup lancar dan masih menguntungkan. Bila dilakukan, maka dodol, krepek durian atau produk lain yang dihasilkan harus dikemas dengan desain yang menarik, berlabel halal, memiliki P-IRT dan sebaiknya bersertifikat dari BPOM. Pasar diperluas, tidak hanya terbatas untuk segemen pasar masyarakat kelas menengah ke bawah, tapi harus meluas ke segmen pasar masyarakat kelas menengah ke atas melalui pasar modern (mall, restaurant, hotel). Konsumen harus dapat memilih dodol, kerepek durian atau produk lainnya yang sesuai selera dan kebutuhan konsumen. Dengan cara demikian maka dapat diharapkan komoditas durian dapat menjadi komoditas

HHBK unggulan yang dapat mendukung pelestarian sumberdaya hutan, dan dapat mengungkit perekonomian masyarakat di kawasan hutan.

4.5.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Durian:

Untuk menjamin agar komoditas durian dapat menjadi komoditas HHBK unggulan di kawasan HKm Batukliang Utara Lombok Tengah dan di kawasan TNGR Lombok Timur, maka intervensi yang diperlukan adalah:

- 1) Mengadakan bibit dan menerapkan teknologi budidaya durian lokal dan durian unggul lain yang dapat menjamin kontinuitas produksi sepanjang tahun; dan atau melakukan diversifikasi produk dengan mengembangkan jenis komoditas lain yang dapat tumbuh di bawah tegakan pohon durian seperti empon-empon.
- 2) Melakukan pencegahan serangan lalat buah dengan sedini mungkin dengan melakukan pembersihan pangkal gulma disekitar batang, pembungkusan buah dan penyediaan perangkap lalat buah.
- 3) Memfasilitasi pelatihan pengolahan buah durian, pengemasan dan pelabelan disertai dengan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.
- 4) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi atau KUB agar dapat berperan sebagai pengumpul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk buah durian dan hasil olahannya.
- 5) Mengikuti pelatihan atau magang di UD.WARNA SARI Suranadi, KSU RINJANI Bilebante atau di tempat lain yang telah berhasil sebagai pengolah dan pemasar produk olahan durian di dalam maupun di luar daerah.

4.6. Komoditas Aren

Tanaman aren memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Buahnya dapat dibuat kolangkaling yang digemari oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Daunnya dapat digunakan sebagai bahan kerajinan tangan dan bisa juga sebagai atap, sedangkan akarnya dapat dijadikan bahan obat-obatan. Dari batangnya dapat diperoleh ijuk dan lidi yang memiliki nilai ekonomis. Selain itu, batang usia muda dapat diambil sagunya, sedangkan pada usia tua dapat dipakai sebagai bahan furnitur. Namun dari semua produk aren, nira aren yang berasal dari lengan bunga jantan sebagai bahan untuk produksi gula aren adalah yang paling besar nilai ekonomisnya (Febrian Paudi, 2012).

Pupulasi pohon aren tersebar di seputar kawasan Rinjani, mulai dari Lombok Utara, Lombok Barat, Lombok Tengah sampai Lomboik Timur; dan dijadikan komoditas HHBK unggulan di kawasan HKm Batukliang Utara Lombok Tengah. Ada dua hal yang menonjol, mendukung komoditas aren sebagai komoditas HHBK unggulan di Kabupaten Lombok Tengah, yaitu: (1) aspek ekologis, dinilai mampu mendukung pelestarian sumberdaya hutan; dan (2) aspek ekonomi, proses produksi nira aren yang berlangsung terus menerus sepanjang tahun, sehingga proses produksi gula aren dan turunannya juga dapat dilakukan sepanjang tahun, meskipun populasinya tidak terlalu banyak dibandingkan komoditas HHBK lainnya. Namun demikian untuk menjadikan sebagai komoditas HHBK unggulan yang dapat mengungkit perekonomian masyarakat kawasan hutan, masih dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang sebagai berikut:

4.6.1. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Gula Aren

Pohon aren yang terdapat di lahan hutan atau di lahan milik masyarakat pada dasarnya tumbuh secara alami, disebar oleh binatang pemakan buah aren. Ada 2 jenis pohon aren yang tumbuh di lahan hutan maupun lahan masyarakat yakni aren ginjah, yang cepat berproduksi dan produktivitasnya tinggi, tapi umur produktif pendek atau cepat mati; dan jenis aren lokal atau aren dalam, lambat berproduksi dan produktivitasnya lebih rendah tapi masa produksi atau umur produktifnya lama. Karena itu, secara ekologis aren lokal atau aren dalam lebih tepat dibudidayakan di lahan hutan dibandingkan aren ginjah.

Proses produksi aren dalam maupun aren gajah berlangsung sepanjang tahun; namun produktivitasnya sangat ditentukan oleh kesuburan tanah, serta pengetahuan dan keterampilan dalam penyadapan. Ada 3 jenis atau bentuk gula aren yang ditransformasikan dari nila aren, yaitu: gula cakep, gula briket dan gula semut. Sebagian besar pengolah gula aren, memproduksi gula cakep; karena dianggap lebih mudah dibuat, dapat dikerjakan sambil mengerjakan pekerjaan rumah tangga dan pasarnya lebih jelas; tapi harganya jauh lebih murah dibandingkan gula briket, lebih-lebih gula semut. Kalau gula cakep harganya Rp. 30 ribu/kg, maka gula briket harganya Rp. 45 ribu dan gula semut Rp. 60 ribu perkilogram.

Menurut Ketua AAI (Asosiasi Aren Indonesia) cabang NTB, kadar air gula cakep dan gula semut sama, yaitu sekitar 10-12%, begitu juga kualitas nira aren; hanya cetakan dan kemasan yang berbeda yang menyebabkan perbedaan harga sampai 50 persen. Sedangkan gula semut membutuhkan kualitas nira aren yang lebih baik untuk bisa menjadi gula semut, dan kadar air yang lebih rendah, yaitu sekitar 4-5%. Namun demikian harga jualnya sampai dua kali gula cakep, tanpa pengemasan. Bila sudah di kemas dalam ukuran yang lebih kecil atau dalam bentuk sunsetan seperti yang ditemukan di pasar modern (restaurant atau hotel), maka tentu harganya jauh lebih tinggi. Karena itu untuk meningkatkan nilai tambah gula aren adalah dengan melakukan transformasi produk dalam bentuk gula semut, paling tidak gula briket. Produk gula semut ini memiliki peluang untuk diekspor sebagaimana yang dilakukan oleh Kelompok Tani Uperma Kulonprogo Jogyakarta yang memproduksi gula semut berbahan baku gula kelapa. Untuk tujuan tersebut, maka diperlukan berbagai peralatan, terutama oven dan persyaratan-persyaratan lain, seperti pengemasan, pelabelan, sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM. Selengkapnya tentang tantangan dan peluang pengembangan komoditas aren sebagai HHBK unggulan di HKm Lombok Tengah adalah sebagai berikut (Tabel 4.6).

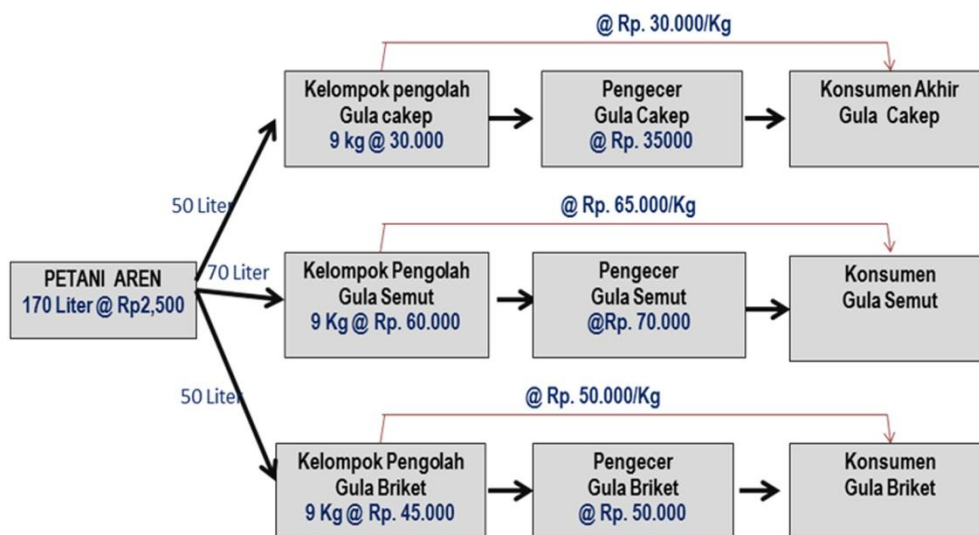
Tabel 4.6. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Gula Aren

Rantai Nilai	Tantangan/Masalah	Peluang/Potensi
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat dua jenis pohon aren yang di lahan masyarakat maupun dilahan hutan, yaitu: jenis aren dalam dan jenis aren ginhah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jenis aren dalam mempunyai masa produksi lama (20 tahunan) dan kadar gizi tinggi, meskipun tidak cepat berproduksi dan produktivitas hariannya rendah.
Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proses produksi berlangsung sepanjang tahun, tapi produktivitas gula aren sangat ditentukan oleh kesuburan tanah. ▪ Penyadapan nila aren membutuhkan pengalaman dan keahlian ▪ Cara dan alat penyadapan gula aren masih tradisional dan terkesan kurang higienis. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Semua bagian tanaman aren bermanfaat dan bernilai ekonomi ▪ Tersedia tenaga ahli di sekitar petani dan di luar kawasan yang dapat melatih penyadapan nila aren.
Transformasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ .Pengolahan nira masih dilakukan secara tradisional dan sebagian besar dalam bentuk gula cakep. ▪ Pembuatan gula semut masih dilakukan secara sederhana, tanpa alat pengovenan. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nira aren dapat diolah menjadi minuman segar, gula cakap, gula briket dan gula semut. ▪ Terdapat alat pengovenan yang dapat mempercepat proses pembuatan gula semut.
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produk agroindustri makanan termasuk gula aren sulit masuk ke pasar modern karena membutuhkan banyak persyaratan. ▪ Pemasaran masih bersifat lokal, belum ke luar daerah lebih-lebih ke luar negeri 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diperindag dapat melatih dan memfasilitasi peneribitan sertifikat halal dan sertifikat dari BPOM. ▪ Terdapat Kelompok Tania tau Koperasi yang dapat dicontoh dalam mengeksplor gula semut
Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peran dinas terkait (DiHutbun, Diperindag) dalam pengembangan usaha gula aren belum maksimal. ▪ Keterbatasan pengetahuan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adanya Asosiasi Aren Indonesia (AAI) Cabang NTB yang dapat memediasi pengembangan usaha gula aren.

	petugas tentang budidaya aren berkualitas serta pengolahannya.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada himbauan Gubernur untuk menggunakan atau memanfaatkan produksi lokal. ▪ Ada Geopark Rinjani yang dapat menjadi etalase produk unggulan.
--	--	--

4.6.2. Rantai Nilai Komoditas Aren

Rantai nilai produk gula aren yang berasal dari perajin gula aren di Kawasan HKm Batukliang Utara masih sangat sederhana, hanya melibatkan petani aren, kelompok pengolah yang merupakan anggota Gapoktan, pedagang pengecer dan konsumen akhir. Pedagang pengumpul masih dilakukan oleh kelompok pengolah yang merupakan anggota Gapoktan.



Gambar 4.6.1. Rantai Nilai Komoditas HHBK Aren di HKm Lombok Tengah

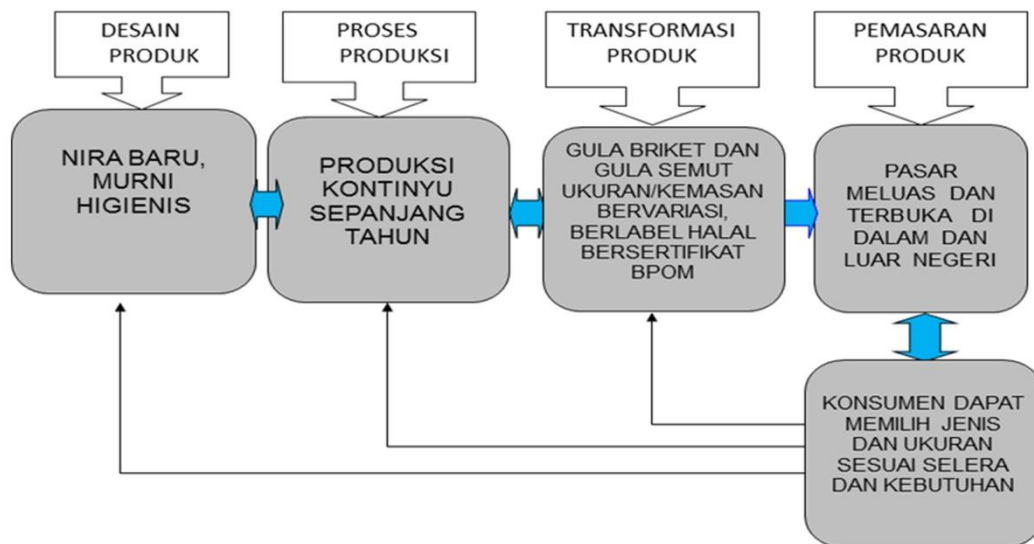
Pada gambar 4.6.1. terlihat bahwa untuk menghasilkan 9 kilogram gula cakep atau 9 kilogram gula semut, membutuhkan nira masing-masing sebanyak 50 liter; sedangkan untuk menghasilkan 9 kilogram gula semut membutuhkan 70 liter nira. Nira aren ditingkat petani harganya sekitar Rp. 2.500 per liter, setelah menjadi gula cakep maka harganya menjadi Rp. 30 ribu/kg ditingkat pengolah atau pengepul dan Rp. 35 ribu/kg ditingkat pengecer. Sedangkan bila diolah atau

ditransformasikan menjadi gula briket, maka harganya di tingkat pengolah atau pengepul adalah Rp. 45 ribu/kg dan ditingkat pengecer Rp. 50 ribu/kg. Selanjutnya bila diolah menjadi gula semut, maka nira aren tersebut akan berharga Rp. 60 ribu/kg ditingkat pengolah atau pengepul dan ditingkat pengecer Rp. 70 ribu/kg.

Nilai tambah yang diciptakan dengan mentransformasikan satu liter nila aren menjadi gula cakep adalah sebesar Rp. 2.840, dan bila dijadikan gula briket maka nilai tambahnya Rp. 5.380; dan bila dijadikan gula semut, maka nilai tambahnya semakin besar, yaitu Rp. 6.343 perliter bahan baku nila aren (Lampiran 4.5.1). Karena itu salah satu cara untuk menjadikan komoditas aren sebagai komoditas HHBK yang dapat mengungkit perekonomian di kawasan HKm Batukliang Utara adalah dengan melakukan pengolahan nira aren menjadi gula semut atau paling tidak gula briket. Namun hal ini harus dibarengi dengan penciptaan dan perluasan pasar dari kedua jenis komoditi gula aren tersebut.

4.6.3. Rantai Nilai Gula Aren Yang Diharapkan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen akhir tidak mempermasalahkan jenis pohon aren yang dikembangkan oleh masyarakat; tapi yang penting nira aren yang dihasilkan haruslah murni, baru dan higienis; karena ada sinyalemen bahwa nira aren kadangkala diawetkan, dicampur dengan unsur kimia tertentu; dan disadap dengan cara yang kurang higienis.



Gambar 4.6.2. Rantai Nilai Harapan Komoditi HHBK Aren di HKm Lombok Tengah

Proses produksi juga harus dilakukan sepanjang tahun, lebih-lebih bila produk gula aren yang dihasilkan diarahkan ke pasar modern, maka selain kuantitas dan kualitas, juga kontinuitas harus bisa terjamin sepanjang tahun.

Ada suatu kecenderungan bahwa masyarakat atau konsumen membeli produk bahan pangan sesuai kebutuhan, karena itu transformasi produk gula aren menjadi gula briket dan gula semut semakin menjanjikan dan nilai tambah yang dihasilkan jauh lebih tinggi dibandingkan transformasi produk dalam bentuk gula cakep yang biasa diproduksi oleh masyarakat (lihat Lampiran 4.5.1). Untuk mendukung hal ini maka pengemasan, pelabihan menjadi suatu keharusan; selain ada jaminan pasar, berupa sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM. Bila semua ini sudah dipenuhi, maka strategi pasar berikutnya haruslah terbuka dan meluas di dalam dan ke luar negeri; dan masyarakat konsumen merasa puas karena dapat memilih produk gula briket dan gula semut sesuai kebutuhan mereka.

4.6.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Gula Aren

Untuk menjamin agar komoditas gula aren dapat menjadi komoditas HHBK unggulan di kawasan HKm Batukliang Utara Lombok Tengah, maka diperlukan intervensi sebagai berikut:

- 1) Mengadakan pelatihan cara pembudidayaan atau pemeliharaan pohon aren, cara penyadapan, pengolahan gula aren menjadi gula briket dan gula semut, pengemasan dan pelabelan produk sampai penyimpanannya agar produk gula aren dapat tahan lama.
- 2) Menyediakan peralatan penyadapan yang lebih baik untuk menjaga higienitas, alat-alat pengolahan dan pencetakan gula briket, alat pengovenan gula semut, alat dan bahan-bahan pelabelan dan pengemasan dengan ukuran yang bervariasi. Khusus untuk gula semut, perlu disediakan kemasan dalam bentuk sunsetan; disertai dengan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.
- 3) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan rumah produksi agar dapat berperan sebagai pengumpul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk gula aren.

- 4) Melakukan studi banding atau magang pada Kelompok Tani Uperma Kulonprogo Jokjakarta yang telah berhasil sebagai pengeksport gula semut ke beberapa negara (Jepang, AS dan Belanda).

4.7. Komoditas Empon-Empon

Jenis tanaman empon-empon yang terdapat di kawasan Rinjani cukup beragam, diantaranya yang teridentifikasi adalah: jahe gajah, jahe merah, jahe putih; laos merah dan laos putih; kunyit kuning dan kunyit putih; kencur, temu lawak, temu ireng, temu kunci, kencur, dan porang. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar jenis empon-empon yang bernilai ekonomi atau yang dipasarkan pernah diusahakan oleh masyarakat di kawasan Rinjani, meskipun umumnya diusahakan dalam skala luas yang sempit



Dari sekitar 12 jenis tanaman empon-empon di atas, yang cukup dikenal dan relative banyak diusahakan oleh masyarakat adalah jahe lokal, laos putih dan kunyit (kuning); meskipun ke tiga jenis empon-empon ini juga tidak merata terdapat di 12 desa yang diteliti. Sementara 9 komoditas empon-empon yang lain, meskipun ada yang menanam tapi tidak banyak, bahkan beberapa diantaranya kurang dikenal oleh masyarakat, seperti jahe merah, kunyit putih, temu lawak, temu ireng dan temu kunci. Sedangkan laos merah dan kencur cukup dikenal, namun komoditas ini menurut pedagang empon-empon di pasar induk Bertais kedua jenis komoditi tersebut masih didatangkan dari luar daerah, seperti laos merah didatangkan dari Bogor dan kencur dari Subang.

Karena itu bila ditilik dari aspek produksi dan sebaran komoditas empon-empon di kawasan Rinjani, dapat dipahami bila pada saat FGD masyarakat di tiga kawasan tidak menempatkan empon-empon sebagai komoditas HHBK unggulan yang dapat mendukung pelestarian sumberdaya hutan dan meningkatkan ekonomi masyarakat kawasan hutan. Namun dilihat dari peluang produksi maupun peluang pasar, beberapa diantara komoditas empon-empon tersebut memiliki peluang ekonomi yang cukup besar.

4.7.1. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Empon-Empon

Pengusahaan tanaman empon-empon oleh masyarakat di kawasan hutan Rinjani sebagian terbesar masih bersifat subsisten, untuk memenuhi kebutuhan sendiri, yaitu untuk dipergunakan sebagai bumbu masakan atau obat tradisional. Artinya

bahwa pengusahaan komoditas empon-empon tidak berorientasi pasar; terlihat dari pengusahaannya yang sedikit-sedikit. Sementara bila dilihat dari harga empon-empon ditingkat pengecer di pasar induk Bertais cukup tinggi, seperti jahe merah Rp. 25-50 ribu/kg, temu kunci Rp. 12-40 ribu/kg; kencur putih, laos merah, temu lawak dan temu ireng harganya berkisar Rp. 10-12 ribu/kg; kencur Rp. 8-15 ribu/kg; jahe gajah dan jahe lokal Rp. 6-10 ribu/kg; dan yang paling murah adalah kunyit kuning Rp. 5-8 ribu/kg. Dilihat dari harganya, semestinya komoditas empon-empon ini diusahakan secara komersil. Namun menurut para pedagang di pasar induk Bertais, harga empon-empon tidak menentu. Harga yang tinggi tidak menentukan bahwa komoditas itu laris, tapi justru seringkali harganya tinggi karena barang tersebut jarang pembelinya. Karena itu sebagai dasar masyarakat memilih jenis empon-empon yang diusahakan adalah yang relatif banyak permintaannya dan dapat dipergunakan untuk kepentingan sendiri, meskipun harganya rendah; seperti jahe gajah, jahe lokal, kunyit kuning dan laos putih.

Masalah utama yang dihadapi dalam proses produksi di lahan HKm adalah adanya pemeliharaan ternak secara lepas dan hama babi dan pencurian, karena lokasi lahan HKm dengan tempat tinggal yang relatif jauh, sehingga sulit dijaga atau diawasi secara intensif. Sementara di lahan TNGR ada pembatasan yang ketat terhadap kegiatan tanam menanam, termasuk menanam empon-empon. Karena itu diperlukan kesepakatan dan persetujuan pihak-pihak yang berwenang memberikan izin penanaman. Sementara bila dilihat dari peluang yang tersedia sangatlah besar, karena tanaman empon-empon dapat tumbuh dibawah pohon tegakan; dapat berproduksi sepanjang tahun tergantung pengaturan waktu tanam. Karena itu, komoditas empon-empon dapat membackup (menutupi) kekurangan komoditas HHBK unggulan yang berproduksi musiman, seperti nangka, durian dan kemiri.

Tanaman empon-empon juga dapat diolah menjadi berbagai keperluan; seperti menjadi bumbu masakan atau minuman, jambu, obat-obatan tradisional lain; dan berbagai bahan baku bagi industry farmasi atau bahan makanan. Namun dalam penelitian ini, tidak ditemukan masyarakat di kawasan Rinjani yang mengolah empon-empon untuk tujuan komersial atau diperdagangkan; semuanya dijual dalam bentuk segar; bila diolah hanya untuk kepentingan sendiri. Hasil penelitian

sebelumnya menginformasikan hanya kunyit diolah menjadi bumbu dan jamu untuk tujuan usaha atau komersial. Setiap kilogram kunyit memberikan keuntungan sebesar Rp. 28 ribu bila diolah menjadi bumbu; dan bila diolah menjadi jamu maka keuntungannya lebih tinggi menjadi Rp. 36 ribu perkilogram bahan baku kunyit (Sjah dan Muktasam, ?). Keuntungan ini jauh lebih tinggi dari harga bahan baku yang dipergunakan. Karena itu, bila komoditas empon-empon diolah maka tentu akan memberikan nilai tambah dan keuntungan yang jauh lebih besar daripada hanya menjual dalam bentuk bahan baku.

Pemasaran empon-empon dalam bentuk bahan baku atau segar juga tidak menentu antar pasar, baik dilihat dari harganya maupun alirannya. Tapi yang jelas harga empon-empon ditingkat petani selalu lebih rendah dari semua pasar yang dilalui oleh komoditas tersebut. Kadang kala ada aliran empon-empon, bersumber dari pasar induk ke pasar kabupaten dan terus mengalir ke pasar kecamatan sampai ke pasar lokal di tingkat desa. Kasus ini terjadi pada pasar kencur dan jahe merah. Sedangkan komoditas empon-empon yang lain; ada kecenderungannya menbangalir secara normal yaitu, dari petani ke pasar lokal atau pasar desa, kemudian ke pasar kecamatan atau kabupaten, selanjutnya mengalir ke pasar induk Bertais di Kota Mataram.

Tidak berkembangnya budidaya dan pemasaran komoditas empon-empon ini mengindikasikan kurangnya perhatian pemerintah dan dinas terkait terhadap komoditas tersebut, karena dianggap bukan komoditas penting yang menyangkut hidup orang banyak, bahkan di data-data statistik juga jarang tersedia. Sementara dilihat dari peluang pasar, baik dalam bentuk segar maupun dalam bentuk olahan cukup menjanjikan. Berikut ini disajikan dalam bentuk tabel tantangan dan peluang komoditas empon-empon sebagai komoditas HHBK unggulan di kawasan Rinjani Pulau Lombok (Tabel 4.7).

Tabel 4.7. Tantangan dan Peluang Pengembangan Komoditas Empon-Empon

Rantai Nilai	Tantangan/Masalah	Peluang /Potensi
Desain Produk	<ul style="list-style-type: none"> Terdapat banyak jenis tanaman empon-empon yang diusahakan oleh masyarakat kawasan Rinjani, antara lain: jahe gajah, jahe merah, jahe 	<ul style="list-style-type: none"> Jenis empon-empon yang dominan diusahakan masyarakat dan memiliki potensi pasar adalah: jahe gajah, jahe putih, laos

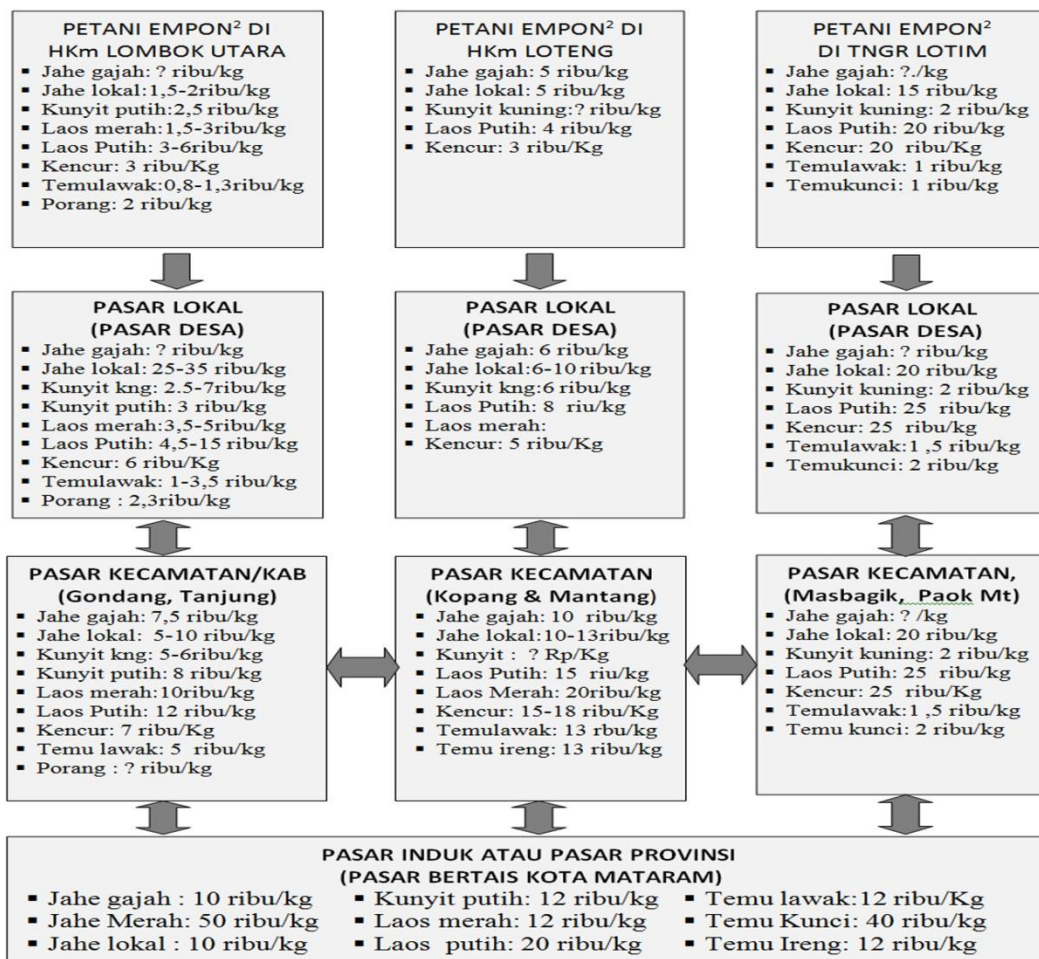
	biasa, laos merah, laos putih, kunyit kuning, kunyit putih, temu lawak, temu kunci, temu ireng, kuncur, porang.	putih, dan kunyit kuning.
Proses Produksi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proses produksi bisa berlangsung sepanjang tahun dengan mengatur waktu tanam dan waktu panen. ▪ Produktivitas tanaman empon-empon sangat ditentukan oleh kegemburan dan kesuburan tanah. ▪ Penanaman empon-empon sangat dihambat oleh gangguan ternak, hama babi dan pencurian 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tanaman empon-empon dapat tumbuh di bawah pohon tegakan ▪ Ada teknologi budidaya untuk menggemburkan dan menyuburkan lahan. ▪ Awig-awig bisa membatasi peme liiharaan ternak secara lepas. ▪ Menerapkan sistem penjagaan/ pengawasan secara bergiliran.
Transformasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sebagian besar produksi empon-empon tidak diolah; hampir semua dijadikan bumbu dan obat tradisional dalam bentuk segar. ▪ Teknologi pengolahan masih sangat sederhana dan tradisional, dan terbatas untuk jamu dan obat tradisional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empon-empon dapat diolah menjadi jamu, obat-obatan dan bumbu masak kering yang tahan lama. ▪ Terdapat teknologi pengolahan modern pembuatan jamu, bumbu masakan atau obat-obatan.
Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pemasaran empon-empon hanya dalam bentuk bahan baku, karena belum ada yang diolah secara komersial ▪ Pemasaran empon-empon segar masih sedikit-dikit dan arahnya tidak menentu tergantung harga pasar. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Terdapat perusahaan jamu dan makanan yang menggunakan bahan baku empon-empon yang diajak kerjasama. ▪ Terdapat KWT yang dapat dicontoh dalam mengolah dan memasarkan produk olahan empon-empon.
Sektor Penunjang	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peran dinas terkait (Dishutbun, Diperindag) dalam pengembangan empon-empon sangat kurang. ▪ Keterbatasan pengetahuan petugas tentang budidaya dan pengolahan empon-empon. ▪ Belum ada lembaga yang secara khusus menangani empon-empon. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ada himbauan Gubernur untuk menggunakan atau memanfaatkan produksi lokal. ▪ Ada kawasan wisata yang dapat menjadi etalase produk olahan empon-empon lokal. ▪ Ada dinas instansi pemerintah atau pengusaha swasta yang bisa menjadi bapak angkat.

4.7.2. Rantai Nilai Komoditas Empon-Empon

Aliran pasar suatu komoditas pertanian adalah mulai dari petani sebagai produsen kemudian mengalir dan berakhir sampai konsumen akhir, baik melalui pedagang perantara atau secara langsung dialirkan oleh petani sendiri. Di kawasan Rinjani, rata-rata rantai pemasaran empon-empon adalah dari petani ke pasar lokal atau pasar desa, jarang yang melompat ke pasar kecamatan atau kabupaten, apalagi ke pasar induk; karena lokasi tempat tinggal mereka yang relatif jauh dan produk empon-empon yang dipasarkan rata-rata sedikit, sehingga tidak efisien bila petani sendiri yang menjual ke pasar kecamatan, pasar kabupaten atau pasar induk yang terdapat di kota provinsi Mataram.

Selanjutnya melalui pasar lokal atau pasar desa, produk empon-empon yang dihasilkan oleh masyarakat di kawasan hutan Rinjani dibawa ke pasar kecamatan dan pasar kabupaten. Produk empon-empon yang berasal dari kawasan HKm Lombok Utara, setelah melalui pasar desa, kemudian dijual ke pasar kecamatan Bayan dan Gondang, selanjutnya ke pasar kabupaten Tanjung; dan terakhir pasar induk Bertais di Kota Mataram. Sedangkan empon-empon yang berasal dari pasar desa di kawasan HKm Batukliang Utara Lombok Tengah, dijual ke pasar kecamatan luar kawasan, yaitu di pasar Mantang dan Pasar Kopang, selanjutnya ke pasar Induk Bertais, jarang melalui pasar Renteng Praya yang merupakan pasar tingkat kabupaten. Begitu juga empon-empon yang berasal dari TNGR Lombok Timur, jarang melalui Pasar Pancor atau Pasar Selong yang merupakan pasar kabupaten, tapi melalui pasar kecamatan di Masbagik dan Paok Motong langsung ke pasar induk Bertais. Di pasar kecamatan/kabupaten inilah empon-empon yang berasal dari kawasan hutan dan sekitarnya kumpul dan bersaing; bahkan tidak jarang bersaing dengan empon-empon yang berasal dari daerah lain termasuk dari pasar induk, seperti kasus kencur dan laos merah yang datang dari luar daerah, yang datang melalui pasar induk Berais. Di pasar kecamatan/kabupaten inilah menjadi pasar penentu empon-empon yang berasal dari kawasan Rinjani menunjukkan daya saingnya. Bila mampu bersaing, maka pasarnya dapat diteruskan ke pasar Induk Bertais. Namun dari informasi yang diperoleh di pasar induk Bertais, empon-empon yang diperjual-belikan jarang bahkan tidak ada menyebut berasal dari desa-desa kawasan HKm dan TNGR yang menjadi sasaran penelitian. Hal ini juga terlihat

dari harga empon-empon di pasar induk Bertais, sebagian sama bahkan lebih rendah daripada di pasar kecamatan atau kabupaten, sehingga tidak memungkinkan empon-empon tersebut didatangkan dari pasar kecamatan atau pasar kabupaten; kecuali yang berasal dari Lombok Utara, harganya rata-rata lebih rendah dari pasar Bertais, termasuk juga dari pasar kecamatan Kabupaten Lombok Tengah dan Lombok Timur. Karena itu ada kemungkinan empon-empon yang terdapat di pasar kecamatan Lombok Tengah dan Lombok Timur berasal dari Kabupaten Lombok Utara (lihat Gambar 4.7.1)



Gambar 4.7.1. Rantai Nilai Komoditas HHBK Empon-Empon Kawasan Rinjani

Berdasarkan data harga di setiap tingkatan pasar di tiga kawasan di atas, dapat diperkirakan bahwa pasar empon-empon yang memiliki aliran pasar yang jelas adalah yang berasal dari kawasan HKm Lombok Utara; sedangkan yang berasal dari HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur, alirannya tidak menentu;

karena pasar kecamatan yang terdapat di kedua kawasan tersebut lebih terbuka, sehingga dapat dimasuki oleh produk empon-empon yang berasal dari luar kawasan, termasuk dari luar Pulau karena dilalui oleh prasarana dan sarana transportasi umum yang berasal dari luar Pulau Lombok. Sedangkan pasar kecamatan dan pasar kabupaten yang terdapat di Lombok Utara lebih tertutup, sehingga sulit dimasuki oleh produk empon-empon yang berasal dari luar Kabupaten Lombok Utara. Produk empon-empon yang berasal dari kawasan HKm hanya bersaing dengan produk empon-empon yang berasal dari Lombok Utara saja.

3.7.3. Rantai Nilai Empon-Empon Yang Diharapkan

Mempepertimbangkan jenis komoditas empon-empon yang banyak diusahakan oleh masyarakat kawasan hutan Rinjani, dan kebutuhan masyarakat Lombok akan komoditas empon-empon, serta kemungkinan pengembangan pasar ke luar daerah, maka komoditas empon-empon yang sebaiknya diusahakan oleh masyarakat di kawasan Rinjani adalah jahe gajah, jahe lokal, laos putih dan kunyit.

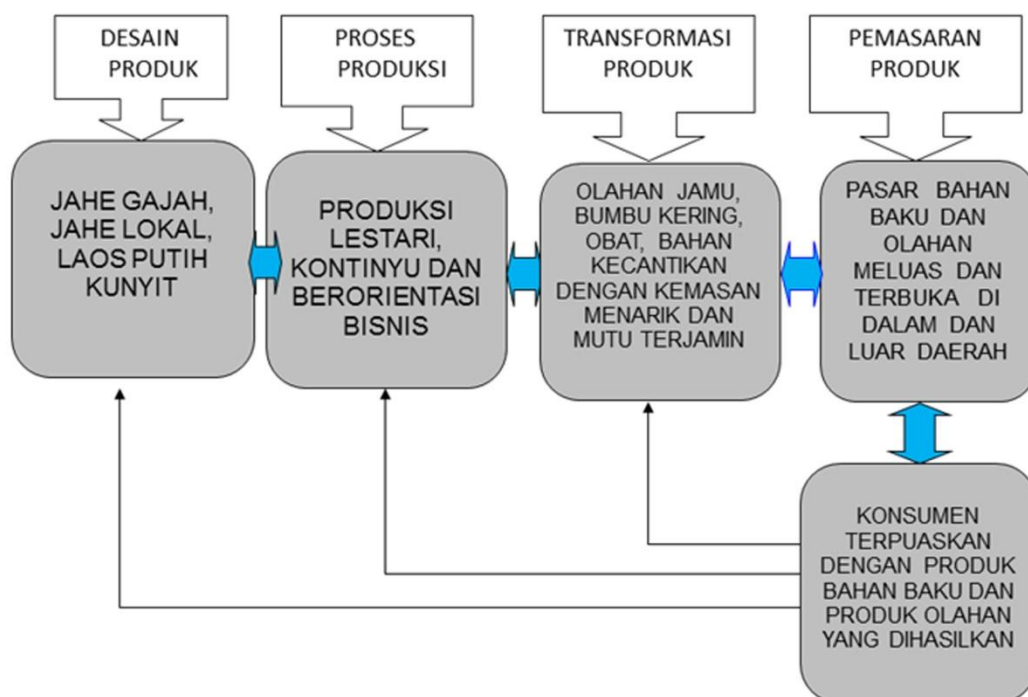
Agar dapat berperan sebagai komoditas unggulan, maka proses produksi empon-empon haruslah lestari dan ketersediaan produksi terjamin sepanjang tahun. Pengusahaan harus berorientasi bisnis, tidak diusahakan seadanya lagi dengan skala usaha yang cukup luas sehingga dapat memberikan kontribusi yang memadai bagi pendapatan masyarakat hutan. Proses produksi dapat dilakukan di bawah pohon tegakan, baik yang ada di lahan HKm atau TNGR atau di lahan milik masyarakat, sehingga dapat meningkatkan produktivitas lahan sekaligus pendapatan masyarakat.

Untuk mengantisipasi over produksi dan meningkatkan nilai tambah, maka usaha pengolahan empon-empon harus dilakukan, baik untuk dijadikan sebagai jamu, obat-obatan, bumbu atau bahan kecantikan. Produk olahan ini harus dikemas secara menarik, juga dijamin kualitasnya; dalam arti memiliki sertifikat halal, P-IRT atau sertifikat dari BPOM. Pemilikan sertifikat ini menjadi jaminan bahwa produk olahan empon-empon yang dihasilkan dijamin kualitasnya.

Usaha pemasaran tidak hanya ditujukan untuk produk olahan, tapi juga pemasaran dalam bentuk bahan baku, khususnya bahan baku industri farmasi,

jamu atau bahan baku bumbu-bumbu dari industri bahan makanan. Pemasaran bahan baku dan bahan olahan tersebut diusahakan secara terbuka dan meluas di dalam dan luar daerah atau di luar negeri.

Produk empon-empon yang diperjual-belikan, baik dalam bentuk bahan baku maupun olahan, harus dapat memuaskan konsumen; baik dari segi kuantitas, kualitas maupun kontinuitasnya; sehingga dengan demikian dapat diharapkan komoditas empon-empon dapat sebagai pengungkit ekonomi bagi masyarakat di kawasan hutan Rinjani.



Gambar 4.7.2. Rantai Nilai Harapan Komoditi HHBK Empon-Empon Kawasan Rinjani

4.2.4. Intervensi Pengembangan Rantai Nilai Empon-Empon:

Untuk menjadikan komoditas empon-empon sebagai komoditas HHBK unggulan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pelestarian sumberdaya hutan di kawasan Rinjani, maka diperlukan intervensi berikut:

- 1) Khusus untuk kawasan TNGR Lombok Timur, perlu ada kesepakatan pemberian ijin kepada masyarakat untuk mengusahakan tanaman empon-

empon di lahan TNGR, terutama sebagai pengganti rumput pakan ternak yang sudah tidak produktif lagi yang terdapat di bawah pohon tegakan.

- 2) Mengadakan bibit dan menerapkan teknologi budidaya empon-empon yang dapat menjamin produktivitas, kualitas dan kontinuitas produksi sepanjang tahun;
- 3) Mendorong pemerintah desa atau pengelola HKm/TNGR mengeluarkan awig-awig untuk mengatur pemeliharaan ternak di kawasan HKm atau TNGR.
- 4) Mendorong terciptanya sistem penjagaan atau pengawasan secara bergiliran untuk mencegah hama monyet, hama babi dan pencurian di kawasan HKm dan TNGR.
- 5) Memfasilitasi pelatihan pengolahan empon-empon, pengemasan dan pelabelan disertai dengan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.
- 6) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi atau KUB agar dapat berperan sebagai pengumpul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk empon-empon dan hasil olahannya.
- 7) Mengikuti pelatihan atau magang di KUB, Koperasi atau kelompok usaha lain yang telah berhasil sebagai pengolah dan pemasar produk olahan empon-empon di dalam maupun di luar daerah.
- 8) Menjajaki kemungkinan kerjasama kemitraan dengan perusahaan pengolah empon-empon dan atau dengan industry pemakai empon-empon sebagai bahan baku.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI



5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian sepanjang rantai nilai komoditas HHBK unggulan di Pulau Lombok, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

- (1) Komoditas kemiri di Kabupaten Lombok Utara paling banyak dibandingkan kabupaten lain di Pulau Lombok dan nomor dua di NTB setelah Bima; namun tidak banyak memberikan kontribusi terhadap masyarakat Lombok Utara, karena antara lain:
 - (i) Kelompok pengelola kemiri hanya melakukan kegiatan produksi dan pemasaran kemiri gelondongan, sedangkan kegiatan pengupasan dan pemasaran kemiri kupas yang banyak menyerap tenaga kerja dan memberikan nilai tambah dilakukan oleh masyarakat luar kawasan dan luar daerah;
 - (ii) Tingkat harga yang diterima petani kemiri sangat rendah, sekitar 40 persen dibawah harga pasar yang disebabkan oleh karena sebagian besar petani menjual dengan sistem ijon atau mengambil uang muka;
 - (iii) Kualitas kemiri gelondongan yang dihasilkan petani juga dinilai rendah, karena sebagian petani panen dengan cara “digerik”, sehingga tercampur kemiri gelondongan kering dengan kemiri basah dan gembos. Akibatnya harga yang diterima petani menjadi rendah.

- (iv) Masyarakat kawasan HKm Lombok Utara, baik petani maupun pengepul tidak mengetahui jaringan dan harga pasar kemiri di luar daerah karena ditutup oleh pedagang antar pulau.
- (2) Komoditas madu di kawasan hutan Lombok Utara sangat potensial dikembangkan sebagai pengungkit ekonomi masyarakat kawasan hutan, karena ditunjang oleh iklim, ekosistem hutan dan kultur masyarakat yang sudah biasa membudidayakan lebah madu; namun perkembangan ke depan akan terkendala dengan beberapa hal berikut:
- (i) Tanaman-tanaman sumber pakan lebah madu, seperti jambu mete, mangga, asam, kesambi, kapuk sudah banyak menghilang, sementara produktivitas, kualitas dan kontinuitas produksi madu sangat tergantung pada ketersediaan pakan;
 - (ii) Pemilikan stup masih belum merata, masih terpusat di beberapa tempat;
 - (iii) Pemasaran belum terkoordinir dengan baik, sehingga harga pasar madu seringkali berbeda antara kelompok satu dengan kelompok lainnya meskipun dengan merk yang sama;
 - (iv) Pemasaran masih dalam lingkup lokal, karena produksi yang masih sedikit. Artinya belum memiliki jaringan pasar ke luar kawasan dan ke luar daerah;
 - (v) Nilai tambah yang diberikan masih rendah, karena belum ada kegiatan pengolahan dan pemasaran masih dengan kemasan yang besar (minimal 500ml).
- (3) Komoditas bambu di Kawasan HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur, jenis dan populasinya banyak dan kualitasnya dinilai baik, namun tidak banyak memberikan kontribusi terhadap ekonomi masyarakat kawasan hutan, karena antara lain:
- (i) Nilai jualnya yang rendah, karena lokasinya jauh dan tidak tersedianya prasarana pengangkutan ke lahan HKm maupun ke lahan TNGR;

- (ii) Masyarakat di kawasan HKm Lombok Tengah dan di kawasan TNGR Lombok Timur, hanya bertindak sebagai petani dan pengepul lokal bambu; sedangkan industry pengolahan semuanya dilakukan oleh masyarakat di luar kawasan. Di Kawasan TNGR meskipun ada pengolahan di dalam kawasan, tapi lokasinya jauh, sehingga tidak memberikan dampak terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan nilai tambah bagi masyarakat kawasan hutan.
 - (iii) Sebagian besar atau sekitar 80% bambu yang berasal dari kawasan HKm maupun dari kawasan TNGR dijual untuk dipergunakan bahan mentahnya; 16% untuk olahan industry tradisional dan hanya 4% untuk olahan industry modern dengan segmen pasar luar daerah dan luar negeri.
 - (iv) Permintaan terhadap bahan baku bambu petung, bambu awet dan bambu berwarna cenderung semakin meningkat, tapi ketersediaannya semakin terbatas.
- (4) Komoditas pangan seperti nangka dan durian, populasinya banyak dan mendukung pelestarian sumberdaya hutan, namun untuk menjadikannya sebagai komoditas unggulan di Kawasan HKm Lombok Tengah dan TNGR Lombok Timur memiliki beberapa kekurangan yang perlu diatasi, antara lain:
- (i) Masih bercampurnya varietas unggul lokal dengan varietas lain, sehingga sering merusak citra varietas unggul lokal. Varietas unggul lokal untuk nangka adalah “Nangka Salak”; sedangkan untuk durian adalah “Durian Setiling” di Kawasan HKm Lombok Tengah. “Durian Klotok” dan “Durian Keselet” di kawasan TNGR Lombok Timur.
 - (ii) Produksi nangka dan durian masih bersifat musiman dan tidak tahan lama, sehingga tidak bisa memberikan pendapatan dan penghidupan berkelanjutan bagi masyarakat kawasan hutan;
 - (iii) Masyarakat kawasan hutan belum melakukan usaha pengolahan atau agroindustri nangka dan durian; bila ada hanya pada musim panen raya dan tidak kontinyu;

- (iv) Produk olahan bahan makanan termasuk olahan nangka dan durian memerlukan persyaratan dan standar mutu tertentu untuk bisa masuk pasar modern.
- (5) Komoditas aren memiliki berbagai kelebihan sebagai HHBK unggulan; selain mendukung konservasi hutan, juga semua bagian tanaman bernilai ekonomi dan dapat menghasilkan gula aren sepanjang tahun. Namun demikian untuk menjadikannya sebagai pengungkit ekonomi masyarakat di kawasan HKm Lombok Tengah, masih menghadapi berbagai masalah, antara lain:
- (i) Pengetahuan masyarakat hutan tentang pembudidayaan tanaman aren masih kurang, karena produktivitas pohon aren untuk menghasilkan gula aren sangat ditentukan oleh varietas, kesuburan tanah dan faktor lingkungan;
 - (ii) Penyadapan nila aren membutuhkan pengalaman dan keahlian, sementara sebagian besar masyarakat memiliki pengetahuan dan pengalaman yang terbatas.
 - (iii) Cara dan alat penyadapan nira aren juga masih tradisional dan terkesan kurang higienis.
 - (iv) Pengolahan gula aren masih dilakukan secara tradisional, dan sebagian besar masih dalam bentuk gula cakep. Pemasarannya juga masih bersifat lokal, belum ke luar daerah dan luar negeri
 - (v) Produk olahan gula aren juga memerlukan persyaratan dan standar mutu tertentu untuk bisa masuk pasar modern.
- (6) Komoditas empon-empon tidak dipilih sebagai komoditas HHBK unggulan oleh masyarakat di Kawasan HKm Lombok Utara, HKm Lombok Tengah, maupun di Kawasan TNGR Lombok Timur, karena masih diusahakan dalam jumlah terbatas. Namun disadari bahwa komoditas empon-empon dapat tumbuh dibawah tegakan pohon berkayu; dan waktu panennya dapat diatur sehingga dapat menutupi kekurangan tanaman HHBK unggulan yang panen musiman, seperti kemiri, nangka dan durian. Ada beberapa permasalahan dalam pengusahaan komoditas empon-empon di kawasan HKm dan TNGR:

- (i) Ternak di lahan HKm dipelihara secara lepas, sehingga masyarakat malas menanam tanaman di bawah pohon tegakan pohon, termasuk menanam tanaman empon-empon;
- (ii) Kegiatan produksi masih berorientasi subsisten, belum berorientasi bisnis atau pasar. Penjualan dilakukan bila ada kelebihan produksi.
- (iii) Pengolahan empon-empon masih jarang, bila ada dilakukan secara sederhana dengan teknologi sederhana;
- (iv) Pemasaran bersifat lokal dan hanya masuk ke pasar tradisional;
- (v) Belum ada kelembagaan khusus yang menangani komoditas empon-empon.

5.2. Rekomendasi/Pilihan Insentif Ekonomi

Atas dasar hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka diajukan rekomendasi yang merupakan pilihan insentif ekonomi yang dapat dilakukan untuk pengembangan komoditas HHBK unggulan di Pulau Lombok dalam jangka pendek (1 tahun):

(1) Pengembangan komoditas kemiri:

- (i) Mendorong pemerintah desa mengeluarkan perdes yang mengatur hak panen atau pungut dan cara panen atau pungut guna meningkatkan produktivitas, kualitas dan citra kemiri Lombok Utara.
- (ii) Memfasilitasi dan melatih anggota kelompok tani dan anggota KWT mengolah kemiri cara basah dan cara kering; berikut pengemasannya untuk memenuhi pasar dalam dan luar daerah (Bali dan Jawa Timur) dengan ukuran kemasan bervariasi dari 1 kg, 5 kg, 10kg, 25kg sampai 50 kg. Ukuran kecil diarahkan untuk pasar lokal Pulau Lombok, dan ukuran besar (25-50 kg) diarahkan untuk pasar luar daerah (Pasar Bali untuk kemiri kupas cara basah dan pasar Jawa Timur untuk kemiri kupas cara kering).

- (iii) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi/KUB agar dapat bertindak sebagai pengepul, pengolah dan penggradingan kemiri gelondong dan atau kemiri kupas.
- (iv) Menindaklanjuti kemungkinan kerjasama kemitraan dengan para distributor kemiri kupas di Pasar Bertais Lombok dan di Pasar Galiran Klungkung Bali; dan atau dengan perusahaan pengepul kemiri gelondong dan atau dengan industri pemakai akhir di Jawa Timur (Siduarjo dan Surabaya).

(2) Pengembangan Komoditas Madu

- (i) Melakukan penghijauan dilahan HKm/TNGR dan di lahan masyarakat dengan tanaman-tanaman sumber pakan lebah madu yang ketersediaannya bervariasi, untuk menunjang kelestarian sumberdaya hutan dan keberlangsungan produksi madu sepanjang tahun.
- (ii) Memfasilitasi pelatihan dan pengadaan peralatan seperti stup, alat pemeras, alat pengukur kadar air, pengemas dan pelabelan serta kepengurusan sertifikat ke BPOM.
- (iii) Menetapkan satu brand dengan merk yang sudah dikenal dan hanya dikeluarkan oleh Koperasi Asmalora, yaitu “Madu Gunung Rinjani” tanpa tambahan nama madu alam ataupun madu budidaya.
- (iv) Mengintegrasikan harga jual “Madu Gunung Rinjani” dengan cara menetapkan dan menuliskan label harga jual ditingkat konsumen dengan memberikan potongan harga di tingkat pengepul dan pengecer.
- (v) Memperluas pangsa dan segmen pasar, dengan cara menciptakan desain kemasan yang menarik dan ukuran kemasan yang bervariasi, misalnya 500ml, 250ml, 125ml, 50ml sampai ukuran 10ml atau *sunsetan*.

- (vi) Menindaklanjuti kemungkinan kerjasama kemitraan pemasaran dengan pasar-pasar modern seperti dengan Mataram Mall sebagai antisipasi kemungkinan terjadinya over produksi.
- (vii) Melakukan pendampingan untuk memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Koperasi Asmalora agar dapat bertindak sebagai pengepul, penjamin mutu dan pemasar “Madu Gunung Rinjani” serta produk ikutannya,

(3) Pengembangan Komoditas Bambu

- (i) Khusus untuk kawasan TNGR, diperlukan kepastian hak dan tanggung jawab para pihak, terutama kepada masyarakat yang diberikan hak mengelola dan memanfaatkan HHBK yang terdapat di lahan TNGR.
- (ii) Merintis prasarana angkutan untuk membuka dan memperlancar aksesibilitas ke kawasan HKm atau TNGR, sekaligus untuk meningkatkan nilai jual HHBK unggulan, khususnya komoditas bambu.
- (iii) Pengadaan bibit dan pembudidayaan bambu langka dan berwarna, terutama bambu petung, bambu hitam, bambu kuning, bambu tutul di lahan HKm atau TNGR yang masih terbuka dan rawan erosi.
- (iv) Memfasilitasi pelatihan pengolahan dan desain produk kerajinan bambu yang khas yang berbeda dengan hasil produk kerajinan yang sudah ada seperti, berugak *knock-down*, meja kursi *knock-down*, sangkar burung atau lainnya yang khas.
- (v) Memfasilitasi pengadaan dan pelatihan operasional mesin pengolahan bambu menjadi sumpit, tusuk gigi dan tusuk sate.
- (vi) Menindaklanjuti kemungkinan kerjasama kemitraan Koperasi Mele Maju sebagai penyedia bahan baku untuk industri bambu laminasi dengan PT. Indo Bambu Lestari Klungkung Bali
- (vii) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Koperasi Mele Maju agar dapat menjalankan usahanya sebagai pengepul, pengolah dan penyedia bahan baku industri bambu laminasi.

(4) Pengembangan Komoditas Nangka dan Durian

- (i) Pengadaan bibit dan penerapan teknologi budidaya nangka lokal unggul dan durian lokal unggul yang dapat menjamin kontinuitas produksi sepanjang tahun; dan atau melakukan diversifikasi produk dengan mengembangkan jenis komoditas lain yang dapat tumbuh di bawah tegakan pohon nangka atau durian, seperti empon-empon.
- (ii) Melakukan pencegahan serangan lalat buah sedini mungkin dengan melakukan pembersihan lahan, pembungkusan dan penyediaan perangkat lalat buah.
- (iii) Memfasilitasi pelatihan pengolahan buah nangka/durian, pengemasan dan pelabelan disertai dengan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.
- (iv) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi, Koperasi atau KUB agar dapat berperan sebagai pengepul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk buah nangka/durian dan hasil olahannya.
- (v) Mengikuti pelatihan atau magang di UD.WARNA SARI Suranadi, KSU RINJANI Bilebante atau di tempat lainnya yang telah berhasil sebagai pengolah dan pemasar produk olahan nangka/durian di dalam maupun di luar daerah.

(5) Pengembangan Komoditas Aren

- (i) Mengadakan pelatihan cara pembudidayaan atau pemeliharaan pohon aren, cara penyadapan, pengolahan nila aren menjadi gula briket dan gula semut, pengemasan dan pelabelan produk sampai penyimpanannya agar produk gula aren dapat tahan lama.
- (ii) Menyediakan peralatan penyadapan yang lebih baik untuk menjaga higienitas, alat-alat pengolahan dan pencetakan gula briket, alat pengovenan gula semut, alat dan bahan-bahan pelabelan dan pengemasan dengan ukuran yang bervariasi. Khusus untuk gula semut, perlu disediakan alat dan kemasan dalam bentuk sunsetan;

disertai dengan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.

- (iii) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi/Koperasi agar dapat berperan sebagai pengumpul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk gula aren.
- (iv) Melakukan studi banding atau magang pada Kelompok Tani Uperma Kulonprogo Jokjakarta yang telah berhasil sebagai pengeksport gula semut ke beberapa negara (Jepang, AS dan Belanda).

(6) Pengembangan Komoditas Empon-Empon

- (i) Khusus untuk kawasan TNGR Lombok Timur, perlu ada kesepakatan pemberian izin kepada masyarakat untuk mengusahakan tanaman empon-empon di lahan TNGR, terutama sebagai pengganti rumput pakan ternak yang sudah tidak produktif lagi yang terdapat di bawah pohon tegakan.
- (ii) Mengadakan bibit dan menerapkan teknologi budidaya empon-empon yang dapat menjamin produktivitas, kualitas dan kontinuitas produksi sepanjang tahun;
- (iii) Mendorong pemerintah desa atau pengelola HKm/TNGR mengeluarkan awig-awig untuk mengatur pemeliharaan ternak di kawasan HKm atau TNGR.
- (iv) Mendorong terciptanya sistem penjagaan atau pengawasan secara bergiliran untuk mencegah hama monyet, hama babi dan pencurian di kawasan HKm dan TNGR.
- (v) Memfasilitasi pelatihan pengolahan empon-empon, pengemasan dan pelabelan disertai dengan penyediaan peralatan yang dibutuhkan dan usaha memperoleh sertifikat halal, P-IRT dan sertifikat dari BPOM.
- (vi) Melakukan pendampingan dalam memperkuat kelembagaan dan akses permodalan Rumah Produksi/Koperasi atau KUB agar dapat

berperan sebagai pengumpul, pengolah, penjamin mutu dan pemasar produk empon-empon dan hasil olahannya.

- (vii) Mengikuti pelatihan atau magang di tempat yang telah berhasil sebagai pengolah dan pemasar produk olahan empon-empon di dalam maupun di luar daerah.
- (viii) Menjajaki kemungkinan kerjasama kemitraan dengan perusahaan pengolah empon-empon dan atau dengan industry pemakai empon-empon sebagai bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA



- Dendi, A. dkk, 2004. Menanggulangi Kemiskinan Melalui Pengembangan Ekonomi Lokal, Beberapa Pelajaran dari Nusa Tenggara. Kantor Promis-Nusa Tenggara. Mataram.
- Dendi, A, dkk, 2006. Pendekatan Partisipatif Pengkajian dan Pengembangan Rantai Nilai. Perspektif, Kerangka Analisis dan Metode Bagi Perencana dan Fasilitator Pengembangan Ekonomi Lokal. Mataram. Desember 2006.
- Dendi, A, dkk, 2007. Forum Pengembangan Ekonomi Lokal. Konsep, Strategi dan Metode. Perspektif dan Pengalaman Nusa Tenggara. GLG Manuals & Handbooks. Mataram. Maret 2007.
- Hayami Y, et al., 1987. Agricultural Marketing and Processing in Upland Java. A Perspective from a Sunda Village. Bogor: The CPGRT Centre.
- Kaplinsky R and M. Morris, 2000. A Handbook for Value Chain Research. Globalisation Network. Bellagio.
- Sjah, T. dan Muktasam, ?. Model Pengembangan Ekonomi Skala Kecil Produk HHBK. Alternatif Strategi Pengembangan HHBK pada Kawasan Hutan Rinjani dan Mutis Timau. WWF Indonesia Program Nusa Tenggara. Mataram
- Sihumbing, D,T.H,, 1997. Ilmu Ternak Lebah. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sulistiono, 2010. Budidaya Babu. Pusat Penelitian dan Pengembangan Peningkatan Produktivitas Hutan, Bogor.

- Supriati dan H.Tarigan, 2008. Meningkatkan Nilai Tambah Melalui Agroindustri. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Vol.30 No.4 Bogor.
- Tanaya, I.G.L.P; S,Syafi'i dan A.A.Taksim, 2015a. Analisis Usaha HHBK Unggulan Madu Di Kabupaten Lombok Utara (Laporan). WWF Indonesia Program Nusa Tenggara. Mataram.
- Tanaya, I.G.L.P; S,Syafi'i dan A.A.Taksim, 2015b. Analisis Usaha HHBK Unggulan Bambu Di Kabupaten Lombok Tengah (Laporan). WWF Indonesia Program Nusa Tenggara. Mataram.
- Uji, T, 2005. Keanekaragaman Jenis dan Sumber Plasma Nutfah Durio (Durio spp.) di Indonesia. Buletin Plasma Nutfah 11:28-33).
- WWF Indonesia Program Nusa Tenggara, 2012a. Rencana Pengelolaan HHBK di Kawasan HKm di Kabupaten Lombok Utara. Kerjasama Dinas Kehutanan NTB, Pemerintah KLU, WWF Indonesia Program Nusa Tenggara, Kementerian Kehutanan dan International Tropical Timber Organization. Mataram.
- WWF Indonesia Program Nusa Tenggara, 2012b. Rencana Pengelolaan HHBK di Kawasan HKm Kabupaten Lombok Tengah. Kerjasama Dinas Kehutanan NTB, Pemerintah Kabupaten Lombok Tengah, WWF Indonesia Program Nusa Tenggara, Kementerian Kehutanan dan International Tropical Timber Organization. Mataram.

LAMPIRAN 1.

Lampiran 4.1.1. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Kemiri Berdasarkan Grade Gelondongan

No.	Notasi	Variabel	Kode/ Rumus	Kemiri Gelondong Berdasarkan Grade				
				Grade 5 16-20%	Grade 4 12-15%	Grade 3 8-11%	Grade 2 4-7%	Grade 1 0-3%
1	Output, Input dan Harga							
	a	Produksi (Kg kemiri olah)	a	280	290	300	310	320
	b	Bahan Baku (kg gelondongan)	b	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	28.00	28.00	28.00	28.00	28.00
	d	Faktor konversi	a/b	0.28	0.29	0.30	0.31	0.32
	e	Koefisien TK	c/b	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03
	f	Harga output rata-rata (Rp/Kg)	f	18,500	19,500	20,500	21,500	22,500
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
2	Penerimaan dan Keuntungan							
	h	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	h	3,000	3,250	3,500	3,750	4,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	i	183	183	183	183	183
	j	Nilai Produksi (Rp/Kg)	d x f	5,180	5,655	6,150	6,665	7,200
	k	Nilai Tambah (Rp/Kg)	j-i-h	1,997	2,222	2,467	2,732	3,017
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k1/j)x 100%	38.55	39.29	40.11	40.99	41.90
	m	Imbalan TK (Rp/kg)	e x g	1,120	1,120	1,120	1,120	1,120
	n	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	56.09	50.41	45.41	41.00	37.13
	o	Keuntungan (Rp/Kg)	k-m	877	1,102	1,347	1,612	1,897
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	16.92	19.48	21.90	24.18	26.34
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi							
	q	Margin keuntungan (Rp/Kg)	j - h	2,180	2,405	2,650	2,915	3,200
	r	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	51.38	46.57	42.26	38.42	35.00
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	8.41	7.62	6.92	6.29	5.73
	t	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	40.21	45.81	50.82	55.29	59.27

Tabel 4.1.2. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Kemiri Berdasarkan Grade Kupasan

No.	Notasi	Variabel	Kode/ Rumus	Kemiri Kupas Berdasarkan Grade				
				Grade 5 21-25%	Grade 4 16-20%	Grade 3 11-15%	Grade 2 6-10%	Grade 1 0-5%
1	Output, Input dan Harga							
	a	Produksi (Kg kemiri olah)	a	750	800	850	900	950
	b	Bahan Baku (kg Kupas)	b	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	3.00	2.50	2.00	1.50	1.00
	d	faktor konversi	a/b	0.75	0.80	0.85	0.90	0.95
	e	Koefisien TK	c/b	0.003	0.003	0.002	0.002	0.001
	f	Harga output rata-rata (Rp/Kg)	f	22,500	22,500	22,500	22,500	22,500
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
2	Penerimaan dan Keuntungan							
	h	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	h	16,500	17,500	18,500	19,500	20,500
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	i	83	83	83	83	83
	j	Nilai Produksi (Rp/Kg)	d x f	16,875	18,000	19,125	20,250	21,375
	k	Nilai Tambah (Rp/Kg)	j-i-h	292	417	542	667	792
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k/j)x 100%	1.73	2.31	2.83	3.29	3.70
	m	Imbalan TK (Rp/kg)	e x g	120.00	100.00	80.00	60.00	40.00
	n	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	41.14	24.00	14.77	9.00	5.05
	o	Keuntungan (Rp/Kg)	k-m	172	317	462	607	752
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	1.02	1.76	2.41	3.00	3.52
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi							
	q	Margin keuntungan (Rp/Kg)	j - h	375	500	625	750	875
	r	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	32.00	20.00	12.80	8.00	4.57
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	22.22	16.67	13.33	11.11	9.52
	t	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	45.78	63.33	73.87	80.89	85.91

LAMPIRAN 2.

Lampiran 4.2.1. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Madu Apis Cerana Berdasarkan Ukuran Kemasan

No.	Notasi	Variabel	Kode/ Rumus	Madu Apis Cerana Berdasarkan Kemasan				
				500 ml	250 ml	125 ml	50 ml	10 ml
1 Output, Input dan Harga								
	a	Produksi (Liter)	a	99.9	99.8	99.7	99.6	99.5
	b	Bahan Baku (liter)	b	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	2.0	2.5	3.0	4.0	5.0
	d	Faktor konversi (Kg/Liter)	a/b	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	e	Koefisien TK (Kg/HKO)	c/b	0.02	0.03	0.03	0.04	0.05
	f	Harga output rata-rata (Rp/Liter)	f	220,000	280,000	360,000	450,000	550,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
2 Penerimaan dan Keuntungan								
	h	Harga Bahan Baku (Rp/Liter)	h	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/Liter)	i	10,000	15,000	20,000	30,000	40,000
	j	Nilai Produksi (Rp/Liter)	d x f	219,780	279,440	358,920	448,200	547,250
	k	Nilai Tambah (Rp/Liter)	j-i-h	9,780	64,440	138,920	218,200	307,250
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k/j) x 100%	4.45	23.06	38.71	48.68	56.14
	m	Imbalan TK (Rp/liter)	e x g	800	1,000	1,200	1,600	2,000
	j	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	8.18	1.55	0.86	0.73	0.65
	n	Keuntungan (Rp/Liter)	k-m	8,980	63,440	137,720	216,600	305,250
	o	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	4.09	22.70	38.37	48.33	55.78
3 Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi								
	p	Margin keuntungan (Rp/Liter)	j - h	19,780	79,440	158,920	248,200	347,250
	q	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	4.04	1.26	0.76	0.64	0.58
	r	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	50.56	18.88	12.58	12.09	11.52
	s	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	45.40	79.86	86.66	87.27	87.90

Lampiran 4.2.2. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Madu Trigona Sp Berdasarkan Ukuran Kemasan

No.	Notasi	Variabel	Kode/ Rumus	Madu Trigona Sp. Berdasarkan Kemasan				
				500 ml	250 ml	125 ml	50 ml	10 ml
1	Output, Input dan Harga							
	a	Produksi (Liter)	a	99.9	99.8	99.7	99.6	99.5
	b	Bahan Baku (liter)	b	100	100	100	100	100
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	2.0	2.5	3.0	4.0	5.0
	d	faktor konversi (Kg/Liter)	a/b	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
	e	Koefisien TK (Kg/HKO)	c/b	0.02	0.03	0.03	0.04	0.05
	f	Harga output rata-rata (Rp/Liter)	f	260,000	320,000	400,000	500,000	600,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
2	Penerimaan dan Keuntungan							
	h	Harga Bahan Baku (Rp/liter)	h	230,000	230,000	230,000	230,000	230,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/Liter)	i	10,000	15,000	20,000	30,000	40,000
	j	Nilai Produksi (Rp/Liter)	d x f	259,740	319,360	398,800	498,000	597,000
	k	Nilai Tambah (Rp/Liter)	j-i-h	19,740	74,360	148,800	238,000	327,000
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k/j)x 100%	7.60	23.28	37.31	47.79	54.77
	m	Imbalan TK (Rp/liter)	e x g	800	1,000	1,200	1,600	2,000
	j	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	4.05	1.34	0.81	0.67	0.61
	n	Keuntungan (Rp/Liter)	k-m	18,940	73,360	147,600	236,400	325,000
	o	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	7.29	22.97	37.01	47.47	54.44
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi							
	p	Margin keuntungan (Rp/liter)	j - h	29,740	89,360	168,800	268,000	367,000
	q	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	2.69	1.12	0.71	0.60	0.54
	r	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	33.62	16.79	11.85	11.19	10.90
	s	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	63.69	82.09	87.44	88.21	88.56

LAMPIRAN 3.

Lampiran 4.3.I. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Kerajinan Bambu Beradasrkan Jenis (1)

No.	Notas	Variabel	Kode/ Rumus	Beragak 1,5x1,5m2	Kursi Tutul Pojoyok	Ayunan Bayi	Keranjang Buah	Bedek 2x2m ²
1	Output, Input dan Harga							
	a	Produksi (Unit)	a	4	1	3	18	12
	b	Bahan Baku (Batang)	b	84	16	9	2	24
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	24	12	12	4	3
	d	faktor konversi	a/b	0.05	0.06	0.33	9.00	0.50
	e	Koefisien TK	c/b	0.29	0.75	1.33	2.00	0.13
	f	Harga output rata-rata (Rp/Unit)	f	1,350,000	1,400,000	350,000	15,000	60,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	50,000	50,000	40,000	40,000	40,000
2	Penerimaan dan Keuntungan							
	h	Harga Bahan Baku (Rp/batang)	h	20,000	30,000	15,000	15,000	12,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/batang)	i	15,000	4,688	2,667	1,100	2,167
	j	Nilai Produksi (Rp/Batang)	d x f	64,286	87,500	116,667	135,000	30,000
	k	Nilai Tambah (Rp/Batang)	j-i-h	29,286	52,813	99,000	118,900	15,833
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k/j)x 100%	45.56	60.36	84.86	88.07	52.78
	m	Imbalan TK (Rp/batang)	e x g	14,286	37,500	53,333	80,000	5,000
	n	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	48.78	71.01	53.87	67.28	31.58
	o	Keuntungan (Rp/Batang)	k-m	15,000	15,313	45,667	38,900	10,833
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	23.33	17.50	39.14	28.81	36.11
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi							
	q	Margin keuntungan (Rp/Batang)	j - h	44,286	57,500	101,667	120,000	18,000
	r	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	32.26	65.22	52.46	66.67	27.78
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	33.87	8.15	2.62	0.92	12.04
	t	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	33.87	26.63	44.92	32.42	60.19

Lampiran 4.3.2. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Kerajinan Bambu Beradasrkan Jenis (2)

No.	Notas	Variabel	Kode/ Rumus	Kandang Ayam 2,5m	Wadah Nasi	Keranjang Sampah	Kurungan A.Bangkok	Telabang Tembakau
1	Output, Input dan Harga							
	a	Produksi (Unit)	a	3	20	8	2	12
	b	Bahan Baku (Batang)	b	9	2	2	1	2
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	3	10	2	1	1
	d	Faktor konversi	a/b	0.33	10.00	4.00	2.00	6.00
	e	Koefisien TK	c/b	0.33	5.00	1.00	1.00	0.50
	f	Harga output rata-rata (Rp/Unit)	f	110,000	25,000	15,000	55,000	7,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	40,000	40,000	40,000	50,000	40,000
2	Penerimaan dan Keuntungan							
	h	Harga Bahan Baku (Rp/batang)	h	15,000	15,000	15,000	15,000	15,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/batang)	i	6,667	1,000	550	1,550	550
	j	Nilai Produksi (Rp/Batang)	d x f	36,667	250,000	60,000	110,000	42,000
	k	Nilai Tambah (Rp/Batang)	j-i-h	15,000	234,000	44,450	93,450	26,450
	l	Rasio Nilai Tambah	(k/j)x 100%	40.91	93.60	74.08	84.95	62.98
	m	Imbalan TK (Rp/batang)	e x g	13,333	200,000	40,000	50,000	20,000
	n	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	88.89	85.47	89.99	53.50	75.61
	o	Keuntungan (Rp/Batang)	k-m	1,666	34,000	4,450	43,450	6,450
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	4.54	13.60	7.42	39.50	15.36
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi							
	q	Margin keuntungan (Rp/Batang)	j - h	21,667	235,000	45,000	95,000	27,000
	r	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	61.54	85.11	88.89	52.63	74.07
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	30.77	0.43	1.22	1.63	2.04
	t	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	7.69	14.47	9.89	45.74	23.89

Lampiran 4.3.3. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Kerajinan Bambu Berdasarkan Jenis (3)

No.	Notasi	Variabel	Kode/ Rumus	Lantai Alas	Tutup Lampu Design Baru	Tempat Buah Design Baru	Tmpat buku Design Baru
1	Output, Input dan Harga						
	a	Produksi (Unit atu set)	a	5	5	20	1
	b	Bahan Baku (Batang)	b	2	1	1	3
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	5	4	2	5
	d	faktor konversi	a/b	2.50	5.00	20.00	0.33
	e	Koefisien TK	c/b	2.50	4.00	2.00	1.67
	f	Harga output rata-rata (Rp/Unit)	f	200,000	250,000	7,000	500,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	50,000	50,000	50,000	50,000
2	Penerimaan dan Keuntungan						
	h	Harga Bahan Baku (Rp/batang)	h	15,000	15,000	15,000	15,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/batang)	i	10,000	30,000	5,000	10,000
	j	Nilai Produksi (Rp/Batang)	d x f	500,000	1,250,000	140,000	166,667
	k	Nilai Tambah (Rp/Batang)	j-i-h	475,000	1,205,000	120,000	141,667
	l	Rasio Nilai Tambah	(k/j)x 100%	95.00	96.40	85.71	85.00
	m	Imbalan TK (Rp/batang)	e x g	125,000	200,000	100,000	83,333
	n	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	26.32	16.60	83.33	58.82
	o	Keuntungan (Rp/Batang)	k-m	350,000	1,005,000	20,000	58,333
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	70.00	80.40	14.29	35.00
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi						
	q	Margin keuntungan (Rp/Batang)	j - h	485,000	1,235,000	125,000	151,667
	r	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	25.77	16.19	80.00	54.95
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	2.06	2.43	4.00	6.59
	t	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	72.16	81.38	16.00	38.46

LAMPIRAN 4.

Lampiran 4.4.1 Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Pengolahan Nangka dan Durian

No.	Nota	Variabel	Kode/ Rumus	Musim Nangka		Luar Musim Nangka		Musim Durian	
				Dodol N	Krepek N	Dodol N	Krepek N	Dodol D	Krepek D
1 Output, Input dan Harga									
	a	Produksi (Kg)	a	10	10	10	10	10	10
	b	Bahan Baku (Kg)	b	15	100	15	100	5	80
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	2	2	2	2	2	2
	d	faktor konversi	a/b	0.67	0.10	0.67	0.10	2.00	0.13
	e	Koefisien TK	c/b	0.13	0.02	0.13	0.02	0.40	0.03
	f	Harga output rata-rata (Rp/Kg)	f	35,000	115,000	50,000	150,000	120,000	450,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000	35,000
2 Penerimaan dan Keuntungan									
	h	Harga Bahan Baku (Rp/Kg)	h	4,000	4,000	6,000	6,000	40,000	40,000
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/Kg)	i	1,000	2,000	1,000	2,000	4,500	2,000
	j	Nilai Produksi (Rp/Kg)	d x f	23,333	11,500	33,333	15,000	240,000	56,250
	k	Nilai Tambah (Rp/Kg)	j-i-h	18,333	5,500	26,333	7,000	195,500	14,250
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k/j)x 100%	78.57	47.83	79.00	46.67	81.46	25.33
	m	Imbalan TK (Rp/kg)	e x g	4,667	700	4,667	700	14,000	875
	n	Rasio Bagian TK (%)	m/k) x 100%	25.45	12.73	17.72	10.00	7.16	6.14
	o	Keuntungan (Rp/Kg)	k-m	13,667	4,800	21,667	6,300	181,500	13,375
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	58.57	41.74	65.00	42.00	75.63	23.78
3 Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi									
	q	Margin keuntungan (Rp/Kg)	j - h	19,333	7,500	27,333	9,000	200,000	16,250
	r	Pendapatan TK (%)	m/q) x 100%	24.14	9.33	17.07	7.78	7.00	5.38
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	5.17	26.67	3.66	22.22	2.25	12.31
	t	Keuntungan Kegiatan Pro (%)	(o/q)x100%	70.69	64.00	79.27	70.00	90.75	82.31

LAMPIRAN 5.

Lampiran 4.5.1. Analisis Nilai Tambah dan Keuntungan Usaha Pengolahan Gula Aren

No.	Notasi	Variabel	Kode/ Rumus	Hasil Olahan Gula Aren		
				Gula Cakep	Gula Briket	Gula Semut
1	Output, Input dan Harga					
	a	Produksi (Kg)	a	9.00	9.00	9.00
	b	Bahan Baku (liter)	b	50.00	50.00	70.00
	c	Tenaga Kerja (HKO)	c	1.02	2.00	2.00
	d	faktor konversi	a/b	0.18	0.18	0.13
	e	Koefisien TK	c/b	0.02	0.04	0.03
	f	Harga output rata-rata (Rp/kg)	f	30,000	45,000	70,000
	g	Upah rata-rata (Rp/HKO)	g	35,000	35,000	35,000
2	Penerimaan dan Keuntungan					
	h	Harga Bahan Baku (Rp/Liter)	h	2,500	2,500	2,500
	i	Sumbangan Input Lain (Rp/Liter)	i	60	220	157
	j	Nilai Produksi (Rp)	d x f	5,400	8,100	9,000
	k	Nilai Tambah (Rp)	j-i-h	2,840	5,380	6,343
	l	Rasio Nilai Tambah (%)	(k/J)x 100%	52.59	66.42	70.48
	m	Imbalan TK (Rp/liter)	e x g	714	1,400	1,000
	n	Rasio Bagian TK (%)	(m/k) x 100%	25.14	26.02	15.77
	o	Keuntungan (Rp/Liter)	k-m	2,126	3,980	5,343
	p	Tingkat Keuntungan (%)	(o/j) x 100%	39.37	49.14	59.37
3	Balas Jasa Pemilik Faktor Produksi					
	q	Margin keuntungan (Rp/Liter)	j - h	2,900.00	5,600.00	6,500.00
	r	Pendapatan Tenaga kerja (%)	(m/q) x 100%	24.62	25.00	15.38
	s	Sumbangan input lain (%)	(i/q) x 100%	2.07	3.93	2.42
	t	Keuntungan kegiatan produksi (%)	(o/q)x100%	73.31	71.07	82.20