

Rantai Nilai Agribisnis Komoditas Cengkeh di Kabupaten Trenggalek

(Agribusiness Value Chain of Clove Commodities in Trenggalek Regency)

Azzahra Amalia Syarifah^{*}, Eko Yuliarsha Sidhi, Nina Lisanty, Agustia Dwi Pamujiati
Program Studi Agribisnis Universitas Kadiri, Jl. Selomangleng No.1, Pojok, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, 64115, Indonesia
E-mail: azzahraamaliasyarifah@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Submitted: May 6, 2025

Accepted: June 1, 2025

Published: July 12, 2025

Keywords:

clove,

Trenggalek,

value chain

ABSTRACT

The significant role of clove agribusiness in the economy of Trenggalek Regency faces challenges in productivity and the distribution of added value that have not yet been optimized. This study aims to identify the distribution flow, the roles of actors, and the potential for increasing efficiency and added value in the clove value chain. A survey method was used, with primary data collected through in-depth interviews intermediaries, participatory observations of farmers, intermediaries, collectors, and wholesalers, and secondary data collection from official documents and statistical reports. The analysis was conducted descriptively using qualitative and quantitative approaches, including content analysis to identify the roles of actors and barriers, and marketing margin calculations to measure the distribution of added value. The study indicates an imbalance in marketing margins among actors, where farmers receive the smallest share, while collectors and wholesalers obtain the highest margins. The main challenges include decreased productivity due to clove vascular wilt disease and market price fluctuations. Recommended strategies include strengthening farmer institutions, marketing innovations, and distribution efficiency. In conclusion, optimizing the value chain and enhancing the competitiveness of clove agribusiness in Trenggalek requires synergy among actors and continuous efforts in disease control and marketing system improvements.



Copyright © 2025 Author(s). This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Struktur perekonomian Kabupaten Trenggalek masih didominasi dari lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 25,98%, menurut Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tahun 2023 (Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek, 2024). Hal ini berarti bahwa sektor pertanian memiliki peranan penting dalam perekonomian di Kabupaten Trenggalek, terutama terkait dengan pengembangan dan produksi komoditas unggulan daerah. Di antara berbagai komoditas unggulan daerah yang ada, cengkeh memiliki peranan strategis untuk menunjang pertumbuhan ekonomi lokal karena menjadi bahan baku utama dalam industri rokok kretek, farmasi, kuliner, dan kosmetik (Kementerian Pertanian, 2023).

Trenggalek merupakan kabupaten yang masuk ke dalam tiga besar sentra produksi cengkeh terbesar di Jawa Timur dengan produktivitas sebesar 1,13 ton per hektare (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2024). Adapun sentra produksi cengkeh Kabupaten Trenggalek mencakup wilayah Kecamatan Watulimo, Munjungan, Pule, Panggul, dan Dongko. Meskipun berpotensi besar, sektor agribisnis cengkeh yang ada di Kabupaten Trenggalek mempunyai berbagai permasalahan terutama dalam hal pengelolaan dalam rantai nilai agribisnis yang menyebabkan pengembangannya menjadi terhambat. Masalah pemasaran rantai nilai cengkeh di Kabupaten Trenggalek terhambat oleh fluktuasi harga yang tidak menentu, yang disebabkan oleh ketergantungan pada kondisi pasar, menurunnya produktivitas akibat penyakit tanaman yang menyebabkan banyak terjadi rotani tanam, dan faktor iklim yang mempengaruhi hasil panen. Selain itu, tantangan dalam distribusi dan pemasaran, seperti sistem pemasaran yang belum efisien, keterbatasan informasi pasar, dan ketidakmerataan distribusi hasil pertanian, semakin memperburuk situasi dan mengurangi potensi pendapatan petani. Hal ini juga sejalan dengan penelitian berbasis cengkeh di wilayah lain di Indonesia. Permasalahan ini kurang lebih sama dialami seluruh wilayah Indonesia, seperti struktur rantai nilai yang tidak efisien yang dipengaruhi oleh terbatasnya akses langsung petani ke pedagang pengumpul sehingga petani menjualnya kepada pedagang langganan mereka seperti tengkulak ataupun kepada penebas (Semaranta & Arisena, 2024). Ketidakpastian harga dan permintaan pasar yang menyebabkan harga cengkeh di pasaran menjadi fluktuatif sehingga sebagian petani menunda penjualan cengkeh disaat harga cengkeh merosot turun (Laman & Mudatsir, 2022). Masalah-masalah tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan rantai nilai agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek masih belum optimal. Berbagai permasalahan seperti rendahnya pendapatan petani, dominasi pedagang pengepul, fluktuasi harga yang tidak menentu, serta kurangnya akses dan keterbatasan pengetahuan terkait teknologi terbaru menciptakan tantangan yang signifikan bagi kesejahteraan petani. Posisi tawar petani cengkeh masih lemah dalam rantai nilai sehingga menyebabkan peran pedagang pengepul menjadi lebih dominan yang menyebabkan penetapan harga dan akses pasar menjadi terbatas (Agustine et al., 2016).

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang ada, penting untuk dilakukan analisis rantai nilai yang dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai bagaimana setiap aktor dalam rantai pasok berperan. Rantai nilai (*chain value*) merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi tahapan dalam rantai nilai di mana aktor dalam rantai nilai dapat menambah nilai produk sebelum dijual kepada konsumen dan mengoptimalkan biaya, meningkatkan efisiensi, dan daya saing dari produk cengkeh yang dihasilkan (Sipayung, 2022). Selanjutnya, pemahaman yang lebih baik tentang alur distribusi dan nilai tambah yang tercipta di setiap tahapan juga diperlukan. Hal ini juga penting untuk menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek, guna mewujudkan kesejahteraan petani cengkeh dan meningkatkan kontribusi komoditas ini terhadap perekonomian daerah maupun nasional. Dalam hal ini, perlu dilakukan identifikasi peluang untuk meningkatkan nilai tambah pada sepanjang rantai nilai cengkeh yang berfokus pada pengolahan produk turunan, diversifikasi, peningkatan kualitas, penggunaan teknologi modern, serta strategi pemasaran yang efektif, maka petani dan pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing komoditas cengkeh secara signifikan. Terakhir, implementasi terhadap rekomendasi strategis diharapkan dapat membantu meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan agribisnis

cengkeh di Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini penting dilakukan karena penelitian khusus yang membahas hal ini belum tersedia. Beberapa penelitian serupa telah dilakukan pada komoditas lain seperti kopi, jagung, labu, dan lain sebagainya. Penelitian terkait di Kabupaten Trenggalek menjadi krusial karena mengingat bahwa daerah ini memiliki potensi besar dalam produksi cengkeh hingga pernah mendapatkan peringkat pertama sebagai sentra produksi cengkeh tahun 2017 meskipun kini terus mengalami penurunan produksi. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan, yaitu menganalisis aktor dan alur rantai nilai agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek, mengidentifikasi permasalahan ketidakpastian harga dan peluang peningkatan nilai tambah di sepanjang rantai nilai cengkeh menggunakan metode survei, serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan agribisnis cengkeh.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai rantai nilai agribisnis komoditas cengkeh di Kabupaten Trenggalek dilaksanakan dengan tujuan untuk memahami alur distribusi, peran aktor, serta potensi peningkatan nilai tambah dalam sektor ini secara komprehensif. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif di lapangan yang melibatkan berbagai aktor dalam rantai nilai cengkeh, seperti petani sejumlah 30 responden, tengkulak 38 responden, pedagang pengepul 4 responden, pedagang besar 1 responden, serta 3 responden perwakilan dari balai penyuluhan masing-masing kecamatan. Wawancara menggunakan pertanyaan terbuka untuk menggali aktivitas, tantangan, dan persepsi aktor terkait peningkatan nilai tambah, sedangkan observasi dilakukan untuk mengamati langsung proses produksi dan distribusi cengkeh. Data sekunder berupa dokumen resmi, laporan pemerintah, data statistik produksi, dan hasil penelitian terdahulu digunakan untuk memperkaya analisis dan memberikan konteks yang lebih luas mengenai agribisnis cengkeh di wilayah tersebut.

Penelitian berlangsung di tiga kecamatan di Kabupaten Trenggalek, yaitu Munjungan, Pule, dan Dongko, yang dipilih secara *purposive* berdasarkan karakteristik luas areal dan produktivitas cengkeh. Distribusi responden di setiap kecamatan yaitu Kecamatan Munjungan memiliki 38 responden, Kecamatan Pule memiliki 23 responden, Kecamatan Dongko memiliki 15 responden. Dengan demikian, total responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 76 orang, dengan proporsi terbesar berasal dari Kecamatan Munjungan. Kecamatan Munjungan memiliki luas areal perkebunan cengkeh sebesar 662 hektare, daerah ini pernah menempati peringkat pertama sebagai kecamatan yang memiliki luas areal perkebunan cengkeh terluas di Kabupaten Trenggalek meskipun mengalami penurunan akibat program rotasi tanaman. Sementara Kecamatan Pule memiliki luas areal 876,95 hektare dan Kecamatan Dongko memiliki luas areal 647,72 hektare yang merupakan sentra produksi utama yang mengalami penurunan produktivitas signifikan. Ketiga daerah tersebut memiliki luas areal 2.186,67 hektare, yang menyumbang 42% dari total luas areal perkebunan cengkeh di Kabupaten Trenggalek. Pengambilan sampel melibatkan 30 responden yang terdiri dari petani dengan luas lahan dan produksi tertinggi, tengkulak, pedagang pengepul, pedagang besar, dan perwakilan balai penyuluhan. Penelitian dilakukan pada bulan Juli hingga Agustus tahun 2024, bertepatan dengan puncak panen raya cengkeh.

Variabel yang diamati meliputi struktur rantai nilai, peran dan aktivitas aktor, distribusi nilai tambah, serta tantangan dan peluang dalam rantai nilai agribisnis cengkeh. Pengamatan dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung, dengan fokus pada proses produksi, pengolahan, pemasaran, serta distribusi produk dari hulu ke hilir. Teknik analisis data kualitatif menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengidentifikasi peran aktor, alur distribusi produk, dan hambatan dalam rantai nilai. Sedangkan data kuantitatif dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan distribusi nilai tambah antar aktor dan menilai efisiensi serta keadilan pembagian nilai tambah tersebut.

Rancangan penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan gabungan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan deskriptif memberikan gambaran menyeluruh tentang rantai nilai, sedangkan pendekatan kualitatif mendalami pemahaman mengenai peran dan tantangan aktor, dan pendekatan kuantitatif mengukur margin pemasaran untuk mengetahui titik penambahan nilai dan potensi kerugian dalam rantai nilai. Margin pemasaran dihitung menggunakan rumus standar.

$$Mp = Pr - Pf \quad (1)$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran cengkeh (Rp.kg⁻¹)

Pr = Harga cengkeh di tingkat konsumen (Rp.kg⁻¹)

Pf = Harga cengkeh yang diterima petani (Rp.kg⁻¹).

Rumus ini digunakan untuk mengidentifikasi efisiensi dan distribusi nilai tambah di sepanjang rantai pemasaran.

Selain itu, penelitian ini juga menerapkan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan agribisnis cengkeh. Analisis SWOT dilakukan dengan menginventarisasi kekuatan dan kelemahan internal seperti kapasitas produksi dan kelembagaan petani, serta peluang dan ancaman eksternal seperti kondisi pasar, kebijakan, dan risiko penyakit tanaman. Hasil analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan yang adaptif dan efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan agribisnis cengkeh.

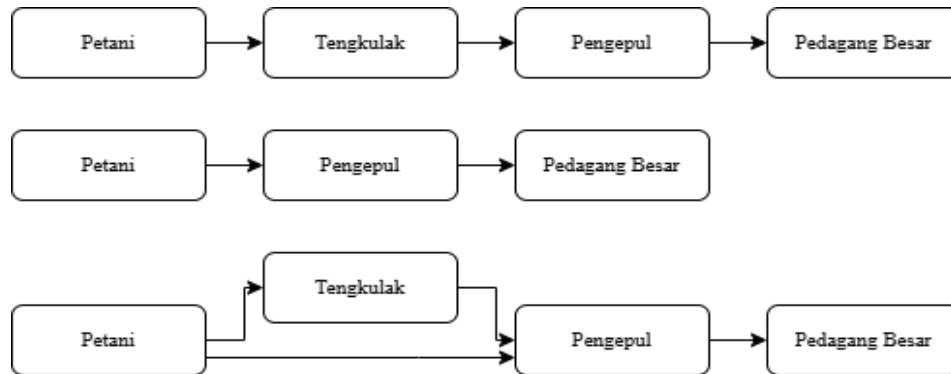
Untuk menjaga validitas dan keabsahan data, dalam penelitian ini menerapkan teknik triangulasi dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode pengumpulan yang berbeda. Selain itu, validasi dilakukan dengan mengonfirmasi hasil temuan kepada informan untuk memastikan bahwa data dan analisis mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peta Saluran Pemasaran

Hasil penelitian mengidentifikasi tiga saluran pemasaran pada peta rantai nilai agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek. Aktor rantai nilai merupakan pihak yang terlibat dalam agribisnis cengkeh mulai dari petani, tengkulak, pengepul, dan pedagang besar. Petani memiliki kuasa untuk memilih menjual hasil panen cengkeh dalam bentuk basah maupun kering, dan menjual langsung ke pedagang pengepul atau melalui tengkulak terlebih dahulu, sebagaimana diilustrasikan oleh Gambar 1. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan didapatkan proporsi persentase setiap saluran pemasaran yang lebih sering digunakan. Saluran pemasaran pertama

sebesar 25%, saluran pemasaran kedua sebesar 20%, dan saluran pemasaran ketiga sebesar 55%. Dari data ini, saluran pemasaran yang paling banyak dilakukan oleh petani adalah melalui saluran pemasaran ketiga. Data aktor sekaligus responden dalam penelitian ini berikut dengan aktivitas yang dilakukan di bahas masing-masing di bawah ini.



Gambar 1. Saluran pemasaran dalam rantai nilai agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek

Aktor yang Terlibat dalam Rantai Nilai

Pada rantai nilai agribisnis cengkeh terdapat beberapa aktor mulai dari petani hingga pedagang besar. Berikut fungsi serta aktor dalam rantai nilai agribisnis cengkeh:

Petani

Petani cengkeh di Kabupaten Trenggalek mayoritas memiliki hak milik atas lahan mereka atau memperoleh lahan melalui warisan. Hal ini dapat dilihat pada data yang telah diperoleh bahwa petani dengan status lahan hak milik pribadi atau dibeli dengan uang pribadi (bukan warisan) menunjukkan tingkat kepemilikan lahan yang cukup tinggi yaitu 43,3%. Sedangkan, status lahan yang dimiliki berdasarkan warisan yaitu sebesar 30% dan lahan yang dimiliki berdasarkan sewa yaitu 26,7%. Petani cengkeh di Kabupaten Trenggalek memiliki rata-rata luas lahan sebesar 0,88 ha dan jumlah produksi cengkeh sebesar 441,6 kg. Hampir seluruh petani cengkeh menjadikan profesi ini sebagai sampingan dari profesi utama mereka seperti ada yang memiliki profesi utama sebagai guru, nelayan, ataupun profesi lainnya. Sebagian besar petani memiliki pengalaman bertani cengkeh yang berada pada rentang pengalaman antara 5 hingga 9 tahun sebanyak 17,4%. Terdapat juga petani dengan pengalaman lebih lama, misalnya 10 tahun sebanyak 10%, 20 tahun sebanyak 6,7%, dan 22 tahun sebanyak 3,3%.

Petani melakukan perawatan lahan dengan cara melakukan peremajaan tanaman cengkeh yang sudah tua dengan sistem rotasi tanam dan memilih bibit yang telah di sertifikasi baik benih dari pohon induk maupun bukan dari pohon induk. Penanaman tanaman cengkeh baru serta penggunaan benih cengkeh yang telah disertifikasi penting dilakukan dengan harapan dapat menjadi solusi yang tepat untuk memutus rantai penyebaran penyakit bakteri pembuluh kayu cengkeh (BPKC) pada banyak lokasi. Penyakit ini menimbulkan kerugian bagi petani karena mempengaruhi produktivitas tanaman yang menyebabkan penurunan hasil panen secara signifikan dan merusak tanaman cengkeh hingga banyak yang mati akibat terjangkit penyakit tersebut. Rotasi tanam dilakukan dengan menanam tanaman jenis lain sebelum melakukan penanaman ulang cengkeh. Cara ini juga merupakan salah satu usaha untuk menekan BPKC dan membantu meningkatkan produktivitas tanaman cengkeh (Badan Standardisasi Instrumen

Pertanian, 2022). Kemudian dilakukan pengemburan lahan, pengendalian OPT, serta pemupukan tanaman menggunakan pupuk organik ataupun nonorganik. Kendala teknis pemasaran cengkeh yaitu masa produksi yang cukup panjang dan fluktuasi hasil produksi yang cukup tinggi terjadi. Tingginya produksi pada tahun tertentu biasanya diikuti dengan penurunan produksi pada satu atau dua tahun selanjutnya (Santoso, 2018). Pada masa panen biasanya Sebagian besar petani akan mempekerjakan buruh pemetik cengkeh sekitar 5 hingga 7 orang dengan lama pemanenan sekitar 2 hingga 3 bulan tergantung luas lahan perkebunan cengkeh yang dimiliki petani.

Mereka umumnya bergantung pada tengkulak untuk menjual cengkeh mereka. Mayoritas petani akan menjual cengkeh mereka baik dalam keadaan basah ataupun kering kepada tengkulak. Hal ini dikarenakan beberapa petani tidak memiliki waktu atau transportasi, terdesak kondisi ekonomi (Dewi et al., 2021). Hal tersebut dikarenakan cengkeh sangat berpengaruh dalam membantu perokonomian petani dengan harapan harga yang tinggi serta stabil. Namun, kenyataannya harga cengkeh cenderung fluktuatif dan intensitas perubahan harga sangat sering ditambah kini produktivitas cengkeh menurun secara akibat terjangkit penyakit maupun terserang hama (Nongka et al., 2022). Faktor cuaca juga berpengaruh terhadap proses pengeringan yang memuat petani terkadang terpaksa menjual cengkeh dalam keadaan basah karena tidak memiliki waktu pengeringan yang cukup, begitu pula menjual cengkeh kering untuk segera membayar biaya para buruh pemetik cengkeh yang membuat mereka memilih untuk menjualnya pada tengkulak (Naufal et al., 2018). Tingginya biaya operasional ditingkat petani menyebabkan ketika panen raya atau panen besar terjadi biasanya harga turun yang membuat petani rugi. Hal ini memengaruhi petani untuk beralih ke komoditas lain yang dianggap memiliki potensi mendatangkan keuntungan yang besar, sehingga mengakibatkan tanaman kurang baik dan produksi rendah (Irmayani et al., 2020).

Beberapa petani ada yang memilih untuk menimbun cengkeh mereka dengan tujuan akan menjualnya ketika harga cengkeh sedang tinggi agar mendapat keuntungan lebih besar (Laman & Mudatsir, 2022). Namun, hal ini biasanya dilakukan lebih banyak oleh petani yang memiliki kondisi ekonomi yang stabil pada saat musim panen sehingga dapat menutupi seluruh biaya perawatan tanaman dan buruh petik cengkeh. Beberapa petani ada yang lebih berpengalaman dan memiliki akses yang lebih luas ke pasar lebih cenderung memilih menjual kepada pedagang pengepul. Sekitar 20% petani menjual langsung kepada pedagang pengepul yang mungkin memberikan harga yang lebih tinggi ketimbang harga yang ditawarkan oleh tengkulak, namun tetap membutuhkan jaringan pasar yang lebih luas dan modal lebih besar. Adapula petani yang menjual hasil panen pada tengkulak dan pedagang pengepul dengan jumlah yang sedikit untuk mencari harga yang ditawarkan lebih tinggi pada tingkat tengkulak atau pedagang pengepul. Harga jual yang didapatkan petani cenderung lebih tinggi apabila dapat menjual langsung pada pedagang pengepul, dimana pedagang pengepul memegang kendali dalam pembentukan harga baik ditingkat petani maupun tengkulak (Wahyudi, 2017).

Tengkulak

Tengkulak biasanya akan membeli cengkeh dari petani baik dalam bentuk basah maupun kering dengan harga lebih rendah dari harga yang ditawarkan oleh pedagang pengepul. Tengkulak kemudian akan menjualnya kepada pedagang pengepul, karena jika menjual langsung kepada pedagang besar tidak memungkinkan karena modal yang terbatas. Berdasarkan data yang

diperoleh para tengkulak memulai usaha pada rentang tahun 1998 hingga 2012, dimana 31,6% tengkulak memulai usaha pada tahun 2004.

Tengkulak biasanya menetapkan harga jual dan beli merujuk pada harga beli yang ditawarkan oleh pedagang pengepul sehingga beberapa tengkulak terkadang melakukan permainan harga menjadi lebih rendah pada tingkat petani guna mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Tengkulak melakukan transaksi dengan petani menggunakan beberapa cara transaksi seperti tunai, ijon maupun kontrak pembelian (Suaib, 2018). Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga yaitu cuaca, upah karyawan, dan biaya transportasi.

Tengkulak biasanya akan berkeliling disekitar rumah mereka untuk mencari petani yang akan menjual hasil panennya baik cengkeh dalam keadaan kering maupun basah dengan patokan harga yang telah mereka tentukan serta mengirimkan cengkeh pada pedagang pengepul menggunakan transportasi angkut seperti sepeda motor dan mobil *pick up*. Apabila cengkeh yang dibeli dari petani telah terkumpul banyak, biasanya tengkulak akan menyisihkan sebagian dari cengkeh kering untuk ditimbun ketika harga cengkeh sedang merosot turun dan sebagian lainnya akan dijual pada pedagang pengepul. Tengkulak memilih pedagang pengepul berdasarkan penawaran harga yang kompetitif, kemudahan dalam bernegosiasi, melakukan pembelian dalam jumlah besar, biaya transportasi dan jarak tempuh yang efisien, reputasi pedagang pengepul, serta kondisi pasar dan permintaan terkini. Pertimbangan tersebut dibuat untuk memastikan tengkulak akan mendapatkan keuntungan yang sesuai dalam proses transaksi jual beli cengkeh.

Pedagang pengepul

Pedagang pengepul merupakan penentu harga tawar pada tingkat petani dan tengkulak dengan merujuk pada harga tawar yang telah ditentukan oleh pedagang besar (Radjaloa et al., 2022). Pedagang pengepul biasanya akan menerima kiriman cengkeh basah maupun kering dari petani langsung ataupun tengkulak. Pedagang pengepul akan memastikan kualitas cengkeh yang disetorkan dengan cara menusuk karung pada beberapa sisi untuk mencegah manipulasi kualitas cengkeh yang disetorkan (Semaranata & Arisena, 2024). Pedagang pengepul pertama adalah tingkat kecamatan yang lebih mudah mendapatkan cengkeh karena cenderung lebih dekat dengan lokasi petani. Kemudian pedagang pengepul akan menjual pada pedagang besar sesuai permintaan. Biasanya pedagang besar akan menghubungi pedagang pengepul ketika stok cengkeh di gudang telah menipis. Apabila pedagang pengepul mendapatkan cengkeh basah lebih banyak biasanya akan mengalami kesulitan pada proses pengeringan. Biasanya pedagang pengepul akan menawarkan cengkeh basah kepada masyarakat sekitar untuk dikeringkan dengan catatan harus mengembalikan modal awal sesuai berat cengkeh basah dengan acuan harga cengkeh basah pada saat hari cengkeh tersebut diambil.

Pada proses pengeringan menggunakan jasa masyarakat sekitar untuk menjadi buruh pengering cengkeh, dapat mempengaruhi perekonomian masyarakat yang membantu pedagang pengepul dalam mengeringkan cengkeh. Apabila harga cengkeh kering pada waktu pengeringan selesai sedang turun, maka para buruh pengering tersebut tidak akan mendapatkan keuntungan ataupun harus mengalami kerugian karena keuntungan hasil penjualan cengkeh kering tidak akan cukup untuk menutupi modal awal ketika mengambil cengkeh basah dari pedagang pengepul. Hal tersebut dapat mempengaruhi fluktuasi harga cengkeh, proses pengeringan yang biasanya dipakai adalah pengeringan manual yang mengandalkan panas matahari sehingga kecepatan pengeringan bergantung pada cuaca ataupun dapat menggunakan mesin pengering cengkeh.

Semakin lama proses pengeringan maka kualitas cengkeh akan menurun dan stok cengkeh di gudang berkurang. Cengkeh kering kemudian dijual pada pedagang besar dengan jumlah besar. Pedagang pengepul biasanya memiliki sekitar 3 hingga 5 orang karyawan yang membantu dalam proses perawatan dan pengelolaan gudang cengkeh serta membantu dalam pengiriman cengkeh pada pedagang besar.

Masa simpan cengkeh umumnya bergantung pada cara perawatan dan kondisi gudang, dimana semakin cengkeh basah yang baru dipetik harus segera dikeringkan dan disimpan pada suhu rendah untuk menjaga kualitas (Rahmad et al., 2024). Semakin rendah suhu penyimpanan semakin lama masa simpan cengkeh hingga dapat bertahan hingga 3 tahun. Pedagang pengepul rata-rata memiliki gudang dengan kapasitas yang cukup besar yaitu 1 hingga 3 ton. Perawatan cengkeh dalam gudang biasanya disimpan pada tempat yang kering, mempunyai ventilasi yang baik, dan tidak terkena sinar matahari langsung untuk menghindari kelembapan berlebih yang berpotensi merusak kualitas cengkeh seperti hama dan jamur. Cengkeh akan dimasukkan ke dalam kantong plastik untuk kemudian dimasukkan kedalam karung besar dan ditutup dengan baik untuk menjaga kestabilan suhu dan kelembapan. Gudang perlu terus terkontrol dan dilakukan pemeriksaan rutin untuk mengecek kelembaban gudang tetap terjaga.

Pedagang besar

Pedagang besar biasanya akan menghubungi pedagang pengepul untuk menanyakan ketersediaan stok cengkeh di gudang apabila persediaan mereka sudah mulai menipis (Dewi et al., 2021). Dalam penentuan harga pedagang besar memiliki pengaruh pada penentuan harga pedagang pengepul, dimana pedagang pengepul akan menjadikan harga yang ditawarkan menjadi acuan dalam menentukan harga tawar pada tingkat petani dan tengkulak (Asriani et al., 2023). Di Kabupaten Trenggalek terdapat beberapa pedagang besar yang tersebar di beberapa kecamatan seperti di Kecamatan Munjungan dan Panggul namun, yang paling banyak dikenal masyarakat yaitu UD. Aloha yang terletak di Kecamatan Karangan. Pedagang besar biasanya akan mengirimkan cengkeh kepada industri rokok dimana industri tersebut sangat bergantung pada kebutuhan cengkeh yang berkualitas dalam jumlah besar sebagai salah satu bahan baku produk rokok. Industri ini masih tetap memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia, dimana dapat membantu menggerakkan ekonomi daerah penghasil bahan baku rokok seperti tembakau dan cengkeh (Trimo & Hidayat, 2021). Kapasitas pengiriman pedagang besar tentunya dalam jumlah besar mulai dari 5 ons ataupun lebih tergantung permintaan pabrik.

Selanjutnya, setelah semua aktor dalam agribisnis cengkeh dibahas aktivitasnya, perhitungan margin pemasaran di tingkat masing-masing aktor dapat dilakukan. Tabel 1 menampilkan biaya operasional dan margin pemasaran komoditas cengkeh di Kabupaten Trenggalek.

Tabel 1. Margin pemasaran cengkeh di Kabupaten Trenggalek (kw.produksi⁻¹)

No	Pelaku	Biaya (Rp)	Harga beli (Rp)		Harga jual (Rp)	
			Basah	Kering	Basah	Kering
1	Petani		-	-	28.000	90.000
	Transportasi	600.000	-	-	-	-
	Tenaga kerja	45.000.000	-	-	-	-
	Margin Pemasaran Basah			-		
	Margin Pemasaran Kering			-		
	Total Biaya	45.600.000				
2	Tengkulak		28.000	90.000	30.000	93.000
	Transportasi	200.000	-		-	-
	Tenaga kerja	350.000	-		-	-
	Margin Pemasaran Basah			2.000		
	Margin Pemasaran Kering			3.000		
	Total Biaya	550.000				
3	Pedagang pengepul		30.000	93.000	32.000	97.000
	Transportasi	600.000	-		-	-
	Tenaga kerja	1.500.000	-		-	-
	Margin Pemasaran Basah			2.000		
	Margin Pemasaran Kering			4.000		
	Total Biaya	2.100.000				
4	Pedagang besar		32.000	97.000	35.000	105.000
	Transportasi	5.500.000	-		-	-
	Tenaga kerja	3.000.000	-		-	-
	Margin Pemasaran Basah			3.000		
	Margin Pemasaran Kering			8.000		
	Total Biaya	8.500.000				

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan data Tabel 1, harga jual cengkeh basah oleh petani sebesar Rp28.000,00 per kg dan harga cengkeh kering sebesar Rp90.000,00 per kg sesuai harga yang ditawarkan oleh tengkulak ataupun pedagang pengepul. Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi dan tenaga kerja sangat tinggi, sehingga tanpa adanya margin pemasaran menjadikan petani sebagai aktor pertama dalam saluran pemasaran yang mendapat keuntungan relatif rendah dibandingkan dengan aktor lain. Tengkulak membeli cengkeh basah dari petani dengan harga Rp28.000,00 per kg dan cengkeh kering sebesar Rp90.000,00 per kg kemudian menjual cengkeh basah seharga Rp30.000,00 per kg dan Rp93.000,00 per kg untuk cengkeh kering. Sehingga memperoleh margin pemasaran cengkeh basah sebesar Rp2.000,00 dan Rp3.000,00 dari cengkeh kering yang membuat tengkulak memperoleh keuntungan dari selisih harga beli dan harga jual. Pedagang pengepul membeli cengkeh basah dari tengkulak dengan harga Rp30.000,00 per kg dan Rp93.000,00 per kg untuk cengkeh kering kemudian menjual cengkeh basah seharga

Rp32.000,00 per kg dan Rp97.000,00 per kg untuk cengkeh kering. Biaya yang dikeluarkan untuk transportasi dan tenaga kerja cukup besar, namun margin pemasaran cengkeh basah yang didapatkan sebesar Rp2.000,00 dan cengkeh kering sebesar Rp4.000,00 yang membuat pedagang pengepul memperoleh keuntungan dari kenaikan harga jual yang signifikan. Pedagang besar membeli cengkeh basah dari pedagang pengepul seharga Rp32.000,00 per kg dan Rp97.000,00 per kg untuk cengkeh kering kemudian menjual cengkeh basah dengan harga Rp35.000,00 per kg dan Rp105.000,00 per kg untuk cengkeh kering. Biaya transportasi pedagang besar cukup tinggi, namun memiliki margin pemasaran yang relatif besar dari margin pemasaran aktor lainnya yaitu sebesar Rp3.000,00 untuk cengkeh basah dan Rp5.000,00 untuk cengkeh kering dengan volume yang lebih besar. Semua biaya transportasi dan tenaga kerja pada Tabel 1 dinyatakan dalam rupiah per produksi. Biaya tersebut merupakan rata-rata biaya yang dikeluarkan pada satu kali produksi setiap tahun, namun dapat berubah tergantung berapa banyak jumlah pekerja dan jarak tempuh pengiriman.

Di wilayah lain Indonesia pernah dilakukan penelitian yang membahas terkait margin pemasaran cengkeh. Perhitungan margin pemasaran cengkeh di Kelurahan Kalaodi, Kota Tidore Kepulauan, Maluku Utara menunjukkan bahwa margin pemasaran pada tingkat pedagang pengepul dan pedagang besar lebih besar dari tingkat petani terutama pedagang besar yang mendapatkan margin yang paling besar (Radjaloa et al., 2022). Pada rantai nilai agribisnis cengkeh ini, diketahui bahwa pihak yang sangat diuntungkan yaitu pedagang pengepul dan pedagang besar karena memiliki margin pemasaran dengan volume yang besar diantara yang lainnya. Keterlibatan aktor pemasaran mempengaruhi harga yang diterima petani dan harga yang dibayarkan oleh konsumen jauh berbeda (Dewi et al., 2021). Dari sana dapat diketahui bahwa terdapat suatu kesenjangan yang sangat tinggi antara margin di tingkat pedagang besar dan tingkat petani. Kemudian keuntungan lebih besar diperoleh pedagang pengepul dan pedagang besar, sementara petani hanya memperoleh keuntungan terbatas dan harus menanggung biaya-biaya yang relatif tinggi terutama pada tenaga kerja saat proses pemetikan cengkeh.

Permasalahan ketidakpastian harga yang sering berfluktuasi akibat faktor musim, kualitas hasil, dan dominasi pedagang perantara menjadi tantangan utama di sepanjang rantai nilai cengkeh. Melalui metode survei, penelitian ini mengidentifikasi bahwa petani menerima harga lebih rendah karena posisi tawar yang lemah dan asimetri informasi harga di pasar, sehingga pendapatan mereka tidak stabil dan margin pemasaran yang diperoleh relatif kecil dibanding pedagang pengumpul dan pedagang besar. Survei juga mengungkap peluang peningkatan nilai tambah melalui perbaikan kualitas produk, efisiensi distribusi, penguatan kelembagaan, serta strategi pemasaran yang lebih terstruktur. Optimalisasi saluran pemasaran dan peningkatan akses informasi harga yang transparan menjadi langkah penting untuk mengurangi ketidakpastian harga dan meningkatkan kesejahteraan petani. Dengan demikian, hasil survei memberikan gambaran komprehensif mengenai tantangan dan potensi pengembangan rantai nilai cengkeh yang dapat dijadikan dasar perumusan kebijakan dan strategi pemasaran yang efektif.

Strategi Agribisnis

Terdapat beberapa strategi agribisnis cengkeh untuk mengatasi permasalahan dalam agribisnis cengkeh. Penentuan strategi agribisnis ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Faktor internal (Tabel 2) dan eksternal (Tabel 3), berikut dengan bobot dan

rating tiap faktor ditentukan dari *focus group discussion* (FGD) dan wawancara dengan pihak-pihak terkait, yaitu para aktor yang terlibat dalam pemasaran cengkeh di Kabupaten Trenggalek.

Tabel 2. Faktor internal

No.	Kekuatan (S)	Bobot	Rating	Skor
1.	Memiliki produksi cengkeh yang tetap tersedia	0,15	4	0,6
2.	Kualitas produk cengkeh yang baik	0,10	3	0,3
3.	Lahan perkebunan cengkeh yang luas	0,10	4	0,4
4.	Peran petani cengkeh yang baik dalam mengelola lahan	0,10	3	0,3
Subtotal		0,45		1,6
No.	Kelemahan (W)			
1.	Kurangnya penggunaan teknologi dalam proses produksi oleh petani cengkeh	0,15	2	0,3
2.	Keuntungan yang didapatkan petani cengkeh lebih rendah	0,15	2	0,3
3.	Biaya operasional petani cengkeh lebih tinggi	0,15	2	0,3
4.	Kurangnya peran pemerintah dalam mendukung proses produksi cengkeh oleh petani	0,10	1	0,1
Subtotal		0,55		1
Total		1		2,16

Tabel 3. Faktor eksternal

No.	Peluang (O)	Bobot	Rating	Skor
1.	Permintaan cengkeh dipasar terus meningkat	0,15	4	0,6
2.	Adanya peluang ekspor cengkeh	0,15	4	0,6
3.	Potensi daerah yang menjadi salah satu sentra produksi cengkeh	0,1	3	0,3
4.	Akses transportasi menuju lahan perkebunan yang mudah dijangkau	0,1	3	0,3
5.	Banyak industri yang membutuhkan cengkeh sebagai bahan baku	0,1	3	0,3
Subtotal		0,6		2,1
No.	Ancaman (T)			
1.	Pengaruh serangan hama dan penyakit tanaman, iklim, dan cuaca terhadap proses produksi dan pengeringan cengkeh	0,15	2	0,3
2.	Tingginya biaya transportasi	0,1	2	0,2
3.	Fluktuasi harga yang tidak stabil	0,1	2	0,2
4.	Rendahnya minat untuk budidaya cengkeh oleh generasi muda	0,05	1	0,05
Subtotal		0,4		0,75
Total		1		2,85

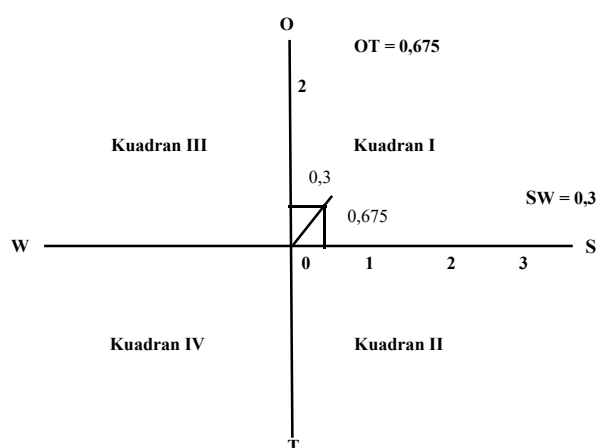
Berdasarkan informasi dari hasil matriks faktor internal dan matriks faktor eksternal, dapat disimpulkan bahwa total skor dari masing-masing faktor yaitu kekuatan sebesar 1,6, kelemahan sebesar 1, peluang sebesar 2,1, dan ancaman sebesar 0,75. Sehingga dapat dilihat dari selisih total skor komoditas cengkeh untuk faktor internal berada pada nilai positif 0,3 dan faktor eksternal berada pada nilai positif 0,675. Berdasarkan perhitungan tersebut, maka posisi agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek berada pada Kuadran I dalam matriks *grand strategy* atau SWOT. Posisi ini menunjukkan bahwa agribisnis cengkeh berada dalam kondisi yang sangat mendukung penerapan strategi agresif, di mana pelaku usaha memiliki kekuatan

internal yang besar serta peluang eksternal yang luas untuk dimanfaatkan. Perhitungan penentuan strategi yang digunakan sebagai berikut:

$$(X = \frac{\text{Skor Kekuatan} - \text{Skor Kelemahan}}{2}; Y = \frac{\text{Skor Peluang} - \text{Skor Ancaman}}{2}) \quad (2)$$

Penentuan Kuadran SWOT $(X = \frac{1,6-1}{2}; Y = \frac{2,1-0,75}{2}) = \text{Kuadran SWOT } (0,3; 0,675)$

Jadi, titik koordinatnya terletak pada (0,3 ; 0,675)



Gambar 2. Grafik diagram *cartesius* analisis SWOT

Berdasarkan hasil diagram *cartecius* di atas didapatkan hasil bahwa strategi pemasaran cengkeh ada pada kudran I yang menunjukkan bahwa analisis SWOT menyatakan letak strategi rantai nilai agribisnis cengkeh terletak pada Kuadran I atau SO yang berarti memanfaatkan kualitas produk cengkeh yang baik dan lahan perkebunan yang luas untuk memenuhi permintaan pasar dari berbagai industri yang terus meningkat serta memperluas peluang ekspor. Kualitas cengkeh harus sesuai dengan dengan standar persyaratan mutu fisik dan keamanan yang telah ditentukan oleh Badan Standarisasi Instrumen Pertanian. Lahan tidur sesuai untuk dijadikan sebagai perkebunan cengkeh untuk memanfaatkan ketersediaan lahan pertanian, namun perlu diperhatikan kondisi spesifik lahan terlebih dahulu. Rantai nilai agribisnis cengkeh di Kabupaten Trenggalek mencakup berbagai tahapan yang saling terhubung, mulai dari proses produksi di tingkat petani hingga pemasaran ke konsumen akhir. Tahapan ini melibatkan banyak pihak, seperti petani, pedagang pengumpul, pengepul besar, hingga perusahaan pengolahan. Petani cengkeh di Trenggalek biasanya memulai dengan pengelolaan kebun yang meliputi penanaman, perawatan, dan pemanenan cengkeh yang tepat waktu. Pemanenan cengkeh biasanya dilakukan ketika ciri-ciri fisik cengkeh yang telah siap panen sudah terlihat yang biasanya terjadi pada antara bulan Juli hingga Agustus. Setelah dipanen, cengkeh umumnya dijual kepada pedagang pengumpul lokal yang kemudian mendistribusikannya ke pasar yang lebih besar. Proses selanjutnya melibatkan pengolahan cengkeh menjadi berbagai produk turunan, seperti minyak atsiri atau campuran rokok kretek, yang memiliki nilai tambah lebih tinggi.

Tabel 4. Analisis matriks SWOT

	Internal	Eksternal	
		Kekuatan (S) :	Kelemahan (W) :
		- Memiliki produksi yang tetap tersedia. - Kualitas produk cengkeh yang baik - Lahan perkebunan cengkeh yang luas. - Peran petani cengkeh yang baik dalam mengelola lahan.	- Kurangnya penggunaan teknologi dalam proses produksi oleh petani cengkeh. - Keuntungan yang didapatkan petani cengkeh lebih rendah. - Biaya operasional petani cengkeh lebih tinggi. - Kurangnya peran pemerintah dalam mendukung proses produksi cengkeh oleh petani.
		Peluang (O) : - Permintaan cengkeh dipasar terus meningkat. - Adanya peluang ekspor cengkeh. - Potensi daerah yang menjadi salah satu sentra produksi cengkeh - Akses transportasi menuju lahan perkebunan yang mudah dijangkau. - Banyak industri yang membutuhkan cengkeh sebagai bahan baku.	
		Ancaman (T) : - Pengaruh serangan hama dan penyakit tanaman, iklim, dan cuaca terhadap proses produksi dan pengeringan cengkeh. - Tingginya biaya transportasi. - Fluktuasi harga yang tidak stabil. - Rendahnya minat untuk budidaya cengkeh oleh generasi muda.	

Sumber: Data primer setelah diolah, 2024

Dalam rantai nilai ini, tantangan utama sering kali terletak pada kurangnya akses petani ke pasar yang lebih luas, fluktuasi harga, dan keterbatasan teknologi pengolahan di tingkat lokal. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat hubungan antara pelaku usaha dalam rantai nilai melalui pengembangan koperasi atau kelompok tani, pelatihan pengolahan pascapanen, dan akses pembiayaan yang lebih baik. Koperasi atau kelompok tani memiliki peranan penting dalam pengembangan sumber daya manusia, transfer teknologi, serta ketersediaan permodalan dan asuransi dalam membantu mengembangkan dan melindungi nasib para petani kecil (Pramono, 2025). Peningkatan akses pembiayaan dapat dilakukan sebagai salah satu langkah strategis untuk memperbaiki posisi tawar petani dan efisiensi pemasaran (Amelia et al., 2019). Penerapan teknologi informasi dan komunikasi juga perlu dilakukan baik dalam pengolahan pascapanen hingga pemasaran cengkeh dapat mempercepat proses distribusi, memperluas jaringan pemasaran, dan meningkatkan efisiensi rantai pasok cengkeh di tingkat petani hingga konsumen

akhir (Malawat & Kembauw, 2024). Dengan meningkatkan efisiensi di setiap tahap, nilai ekonomi yang dihasilkan oleh komoditas cengkeh di Trenggalek dapat dioptimalkan, yang pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan petani dan keberlanjutan agribisnis di wilayah tersebut (Irmayani et al., 2020).

KESIMPULAN

Nilai tambah yang diterima petani cengkeh di Kabupaten Trenggalek hanya sekitar 35,7% akibat dominasi pedagang pengepul dan fluktuasi harga. Strategi peningkatan efisiensi dan keberlanjutan agribisnis cengkeh yang tepat meliputi diversifikasi produk, penguatan kelembagaan petani, dan pemanfaatan teknologi. Hasil analisis SWOT merekomendasikan untuk melakukan inovasi pengolahan, kolaborasi antar aktor pemasaran, serta perluasan akses pasar dan pembiayaan yang kuat untuk memperkuat posisi tawar petani dan meningkatkan kesejahteraan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, T. E., Damanik, M. I., Prawira, M. Y., & Jannah, A. N. (2016). *Analisis Rantai Nilai Usaha Kakao Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Donggala-Sulawesi Tengah*. Komite Pemantauan Pelaksanaan Otonomi Daerah.
- Amelia, S. M., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2019). Efisiensi sistem pemasaran cengkeh (*Syzygium aromaticum*) di Kabupaten Pesisir Barat. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(2), 187–194. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i2.3380>
- Asriani, Hasan, I., Husain, T. K., & Amri, A. A. (2023). Struktur dan kinerja pasar komoditas cengkeh di Kecamatan Cina Kabupaten Bone. *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 6(2), 107. <https://doi.org/10.33096/wiratani.v6i2.304>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek. (2024). *Berita Statistik Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Trenggalek* 2023. <https://trenggalekkab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/03/04/569/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-trenggalek-2023.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2024). Provinsi Jawa Timur dalam Angka 2024. In Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (Ed.), *BPS Provinsi Jawa Timur* (Vol. 47). BPS Provinsi Jawa Timur.
- Badan Standardisasi Instrumen Pertanian. (2022). *Warta Penelitian dan Pengembangan Tanaman Industri* (Vol. 28). <https://perkebunan.bsip.pertanian.go.id/publikasi/buku?page=3>
- Dewi, S. K. S., Antara, M., & Arisena, G. M. K. (2021). Pemasaran cengkeh di Desa Penyaringan Kecamatan Mendoyo, Kabupaten Jembrana, Bali, Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 4(2), 246–259. <https://doi.org/10.37637/ab.v4i2.719>
- Irmayani, Tabsir, M., & Mustawakkal. (2020). Strategi pemasaran cengkeh (*Syzygium aromaticum*) di Desa Langda Kecamatan Buntu Batu, Kabupaten Enrekang. *Agrosains dan Teknologi*, 5(2), 109-122.
- Kementerian Pertanian. (2023). *Outlook Cengkeh 2023*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian.

- Laman, A., & Mudatsir, R. (2022). Perilaku tunda jual petani cengkeh terhadap perubahan harga di Desa Tibussan Kecamatan Latimojong Kabupaten Luwu. *Jurnal Agribisnis*, 11(2), 12–18. <https://doi.org/10.32520/agribisnis.v11i2.2179>
- Malawat, L. R., & Kembauw, E. (2024). Margin dan efisiensi pemasaran cengkeh (Studi kasus di Negeri Mamala Kecamatan Leihitu). *Media Agribisnis*, 8(1), 172-180. <https://doi.org/10.35326>
- Naufal, A., Azhar, & Nugroho, A. (2018). Analisis sistem pemasaran cengkeh (*Syzygium Aromaticum*) di Kecamatan Lhoknga Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 3(4), 518–524.
- Nongka, K. A., Masinambow, V. A. ., & Lopian, A. L. C. . (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi cengkih di Desa Liningaan Kecamatan Kaesaan Kabupaten Minahasa Selatan. *Agri-Sosioekonomi*, 22(8), 97–108.
- Pramono. (2025). Strategi pemberdayaan koperasi tani berbasis agribisnis tanaman padi di Kecamatan Gerih Kabupaten Ngawi. *Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis*, 25(1), 22–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.32503/agribisnis.v24i2.5881>
- Rahmad, H., Khalida, Z., Arif, S., Yunus, M., Dewi, Y. P., & Hendarti, D. R. (2024). Pemanfaatan mesin pengering cengkeh untuk meningkatkan produksi cengkeh kering pada kelompok tani lestari Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Terintegrasi*, 8(2), 79–87.
- Radjaloa, V. H. A., Mappangaja, R., & Rosada, I. (2022). Analisis dan strategi pemasaran komoditas cengkeh (*Syzygium aromaticum*). *AGROTEK: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 5(1), 45–54. <https://doi.org/10.33096/agrotek.v5i1.158>
- Santoso, A. B. (2018). Upaya mempertahankan eksistensi cengkeh di Provinsi Maluku melalui rehabilitasi dan peningkatan produktivitas. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, 37(1), 26. <https://doi.org/10.21082/jp3.v37n1.2018.p26-32>
- Semaranata, I. G. A., & Arisena, G. M. K. (2024). Tebasan pada usaha tani cengkeh di Desa Madenan Kecamatan Tejakula. *Ziraa'ah*, 49(1), 19–35.
- Sipayung, A. (2022). Study in East Borneo Province. *Malikussaleh International Conference on Multidiciplinary Studies 2022*, 60, 1–5.
- Suaib, Y. S. T., & A. M. (2018). Analisis pemasaran komoditas cengkeh di Desa Taludaa Kecamatan Bone Kabupaten Bone Bolango. *Agrinesia*, 2(2), 146–153.
- Trimo, L., & Hidayat, S. (2021). Pembinaan teknologi petani dalam pengembangan aneka produk tembakau non rokok. *Jurnal Agro Industri Perkebunan*, 9(1), 35–45. <https://doi.org/10.25181/jaip.v9i1.1410>
- Wahyudi, A. (2017). Strategi stabilisasi kinerja pasar cengkeh nasional. *Perspektif*, 15(1), 73. <https://doi.org/10.21082/psp.v15n1.2016.73-85>

