

PERKEMBANGAN PRODUKSI DAN PEMASARAN MINYAK KAYU PUTIH PADA INDUSTRI PENYULINGAN UD. KETEL PARIGI DESA SAWA. BURU

DEVELOPMENT OF CAJUPUT OIL PRODUCTION AND MARKETING AT THE UD. KETEL PARIGI DISTILLATION INDUSTRY, SAWA VILLAGE. BURU

Safir Kusnadi¹, Mersiana Sahureka^{2*}, Troice E. Siahaya³

^{1,2,3}Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Ambon
Jalan. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka – Ambon, 97233. Indonesia

^{*}Email Korespondensi: mersisahu@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan produksi dan pemasaran minyak kayu putih serta faktor-faktor yang mempengaruhinya pada Industri Penyulingan UD. Ketel Parigi di Desa Sawa, Kecamatan Lilialy, Kabupaten Buru. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2025 dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Data diperoleh dari responden kunci yaitu pemilik UD Ketel Parigi. Data dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode angka indeks untuk menganalisa fluktuasi produksi dan pemasaran minyak kayu putih dan secara kualitatif melalui analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi minyak kayu putih selama periode 2020–2024 mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku. Produksi minyak kayu putih mengalami fluktuasi yang signifikan pada tahun 2021 sebesar Rp 2.183.000 ml dengan angka Indeks 69%, Harga jual minyak kayu putih mengalami peningkatan dari Rp120.000 per botol (600 ml) pada tahun 2020 menjadi Rp200.000 per botol pada tahun 2024. Sistem pemasaran yang diterapkan adalah saluran pemasaran langsung dari produsen kepada konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi dan pemasaran meliputi ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, peralatan produksi, harga jual, dan promosi.

Kata kunci: Minyak Kayu Putih, Produksi, Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of cajuput oil production and marketing, as well as the factors influencing them, at the UD. Ketel Parigi refining industry in Sawa Village, Lilialy District, Buru Regency. The research was conducted in June 2025 using observation, interviews, and documentation studies. Data were obtained from the key respondent, namely the owner of UD. Ketel Parigi. Data were analyzed quantitatively using index numbers to analyze fluctuations in the production and marketing of cajuput oil, and qualitatively through descriptive analysis. The results showed that cajuput oil production during the 2020–2024 period fluctuated, driven by raw material availability. Cajuput oil production experienced significant fluctuation in 2021 at 2,183,000 ml with an index number of 69%. The selling price of cajuput oil increased from IDR 120,000 per bottle (600 ml) in 2020 to IDR 200,000 per bottle in 2024. The marketing system applied is a direct marketing channel from producer to consumer. Factors influencing production and marketing include the availability of raw materials, labor, production equipment, selling prices, and promotion.

Keywords: Cajuput Oil, Production, Marketing.

PENDAHULUAN

Komoditas sektor kehutanan secara garis besar terbagi menjadi hasil hutan kayu dan hasil hutan bukan kayu (HHBK). Kendati demikian, pemanfaatan HHBK sejauh ini masih belum optimal dibandingkan dengan hasil hutan kayu yang telah dieksploitasi secara luas. Di provinsi Maluku, HHBK yang menjadi salah satu pilar penopang pembangunan daerah adalah industri kecil

penyulingan minyak kayu putih. Sektor industri skala kecil ini memegang peranan krusial dalam memperkuat struktur manufaktur dan perekonomian, baik di tingkat regional maupun nasional (Ghiffari & Santoso, 2015).

Potensi vegetasi kayu putih (*Melaleuca leucadendron* Linn) di Maluku sangat signifikan dan tersebar di empat wilayah utama, meliputi Kabupaten Buru (± 125.000 ha), Kabupaten Maluku Tengah (± 70.000 ha), Kabupaten Seram Bagian Barat (± 60.000 ha), dan Kabupaten Kepulauan Tanimbar (± 25.000 ha) (BPS, 2022). Secara ekologis, tanaman ini mampu tumbuh subur secara alami tanpa budidaya intensif di kawasan perbukitan beriklim panas dengan elevasi sekitar 100 meter di atas permukaan laut, serta karakteristik morfologi berupa kuncup daun berwarna kuning dan merah (Souhuwat et al., 2013). Keberadaan potensi alami ini menjadi sangat strategis mengingat terjadinya kesenjangan pasar yang cukup besar; pada tahun 2022, permintaan minyak kayu putih nasional mencapai 4.500 ton, sedangkan kapasitas produksi domestik baru mampu memenuhi sekitar 2.500 ton.

Meskipun peluang pasar terbuka lebar, keberlanjutan usaha ini sangat bergantung pada efektivitas aspek pemasaran. Pemasaran bertindak sebagai garda terdepan perusahaan dalam berinteraksi dengan pasar sekaligus penentu retensi bisnis di tengah dinamika persaingan yang kompetitif. Seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha sejenis, perebutan pangsa pasar yang kian menyempit memaksa perusahaan untuk adaptif terhadap lingkungan pemasaran yang kompleks (Kamarudin et al., 2015). Oleh karena itu, kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas tinggi menjadi prasyarat mutlak agar industri lokal memiliki daya saing dan nilai jual yang optimal.

Desa Sawa di Kecamatan Lilialy, Kabupaten Buru merupakan salah satu desa yang dikenal dengan produksi minyak kayu putih dan memiliki intensitas waktu penyulingan yang tinggi. UD. Ketel Parigi sebagai salah satu unit usaha yang bergerak aktif sebagai industri rumah tangga penyulingan minyak kayu putih. Operasional usaha ini didukung oleh program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) dari PT. PLN Unit Induk Wilayah Maluku dan Maluku Utara. Stimulus yang diberikan meliputi pengadaan rumah produksi (ketel) serta penyediaan modal kerja untuk sewa lahan. Langkah strategis ini terbukti berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM). Selain itu, inisiatif ini merefleksikan implementasi *Sustainable Development Goals* (SDGs), di mana korporasi tidak sekadar berfokus pada sektor ketenagalistrikan, melainkan juga berkomitmen pada pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

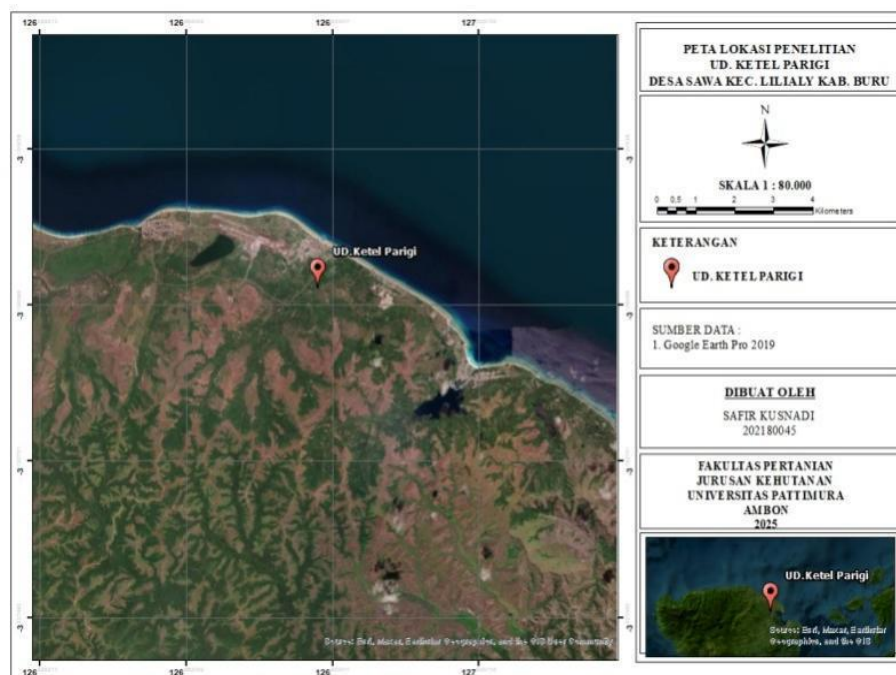
Hasil penelitian Danusina dkk, 2024 terkait strategi pemasaran minyak kayu putih dilakukan melalui optimalisasi produksi dan menjaga kualitas, kondisi lingkungan, peningkatan produktivitas, serta perluasan kemitraan usaha. Strategi ini memanfaatkan pengalaman manajerial guna memposisikan minyak kayu putih sebagai produk baru yang berdaya saing dari segi harga dan

kualitas. Sedangkan fokus penelitian di UD Katel Parigi terkait fluktuasi perkembangan produksi dan pemasaran minyak kayu putih dalam trend waktu 5. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan untuk memajukan produksi dan pemasaran minyak kayu putih sebagai produk HHBK unggulan dan berkelanjutan di provinsi Maluku.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Industri Penyulingan UD. Ketel Parigi, Desa Sawa, Kec. Lililay, Kab. Buru Selama 1 bulan, penelitian di mulai pada bulan juni 2025 sampai selesai.



Gambar 1. Peta lokasi penelitian

Alat dan Objek Penelitian

Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Alat tulis menulis
2. Kalkulator
3. Kamera
4. Ms. Office Excel
5. Kuesioner
6. Alat Perekam (Recorder)

Objek penelitian ini yaitu industri penyulingan minyak kayu putih UD. Ketel Parigi di desa Sawa.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui teknik observasi dan wawancara terstruktur. Data yang dihimpun terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari pemilik industri melalui wawancara mendalam yang dipandu dengan kuesioner. Cakupan data primer ini meliputi data perkembangan volume bahan baku dan produksi minyak kayu putih selama periode lima tahun terakhir (2020–2024), serta informasi sistem pemasaran yang mencakup volume penjualan, harga jual, dan nilai pemasaran produk. Sedangkan data sekunder dikumpulkan secara tidak langsung melalui studi literatur terhadap yang menyangkut profil umum perusahaan, catatan proses produksi, serta literatur pendukung seperti buku, arsip, dan laporan relevan yang berkaitan dengan topik penelitian.

Metode Analisis

Metode analisis data penelitian yang dilakukan terdiri dari dua metode yaitu metode analisis kuantitatif dan metode analisis kualitatif.

Analisa kuantitatif

Dalam analisis kuantitatif digunakan metode angka indeks yang berfungsi untuk membuat yang suatu perbandingan dari suatu jenis kegiatan pada dua waktu yang berlainan angka indeks adalah angka yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat digunakan untuk membuat perbandingan tentang perkembangan suatu kegiatan dari 5 tahun terakhir yaitu 2020-2024.

Dalam membuat angka indeks diperlukan dua waktu yang berlainan yaitu:

1. Waktu dasar (*Base period*) yaitu waktu dimana suatu kegiatan digunakan sebagai perbandingan.
2. Waktu bersangkutan (*Given Period*) yaitu waktu dimana suatu kegiatan akan diperbandingkan terhadap kegiatan pada “base period”.

Rumus yang digunakan dalam menghitung angka indeks menurut Supranto, (2008), sebagai berikut :

- a. Angka indeks harga (*Price indeks*) menunjukkan perubahan harga dari suatu periode ke periode yang lain.

$$IP = \frac{pt}{po} \times 100\%$$

Dengan:

Ip = Indeks harga

Pt = harga pada waktu “t” (waktu yang bersangkutan)

Po = Harga Pada waktu dasar

- b. Angka indeks/kuantitas menunjukkan perubahan jumlah produksi dari periode ke periode yang lain.

$$Iq = \frac{qt}{qo} \times 100\%$$

Dengan:

Iq = Indeks produksi

qt = produksi pada waktu “t” (waktu yang bersangkutan)

qo = produksi pada waktu dasar

- c. Angka indeks nilai menunjukkan perubahan nilai dari suatu periode ke periode yang lain. Nilai ini diperoleh dari hasil perkalian antara harga/satuan produksi x jumlah (volume) produksi.

$$Iv = \frac{vt}{vo} \times 100\%$$

Dengan :

Iv = Indeks nilai

Vt = Nilai pada waktu “t” (waktu yang bersangkutan)

Vo = Nilai pada waktu dasar

Dalam menganalisis rumus ini, jika Ip, Iq, dan Iv menunjukkan angka yang lebih besar dari 100% berarti ada terjadi kenaikan sedangkan bila lebih kecil dari 100% maka terjadi penurunan. Sebagai contoh jika Ip = 160, maka terjadi kenaikan terbesar (160 -100) =60%.

Analisa kualitatif

Analisis kualitatif digunakan untuk memberikan deskripsi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan produksi dan pemasaran hasil produksi minyak kayu putih, serta nilai produk tersebut.

Analisis data penelitian yaitu Analisa secara deskriptif yakni menjelaskan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik industri penyulingan minyak kayu putih tentang bagaimana hasil produksi dan teknik pemasaran yang selama ini dilakukan oleh usaha penyulingan minyak kayu putih pada UD.Ketel Parigi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produksi

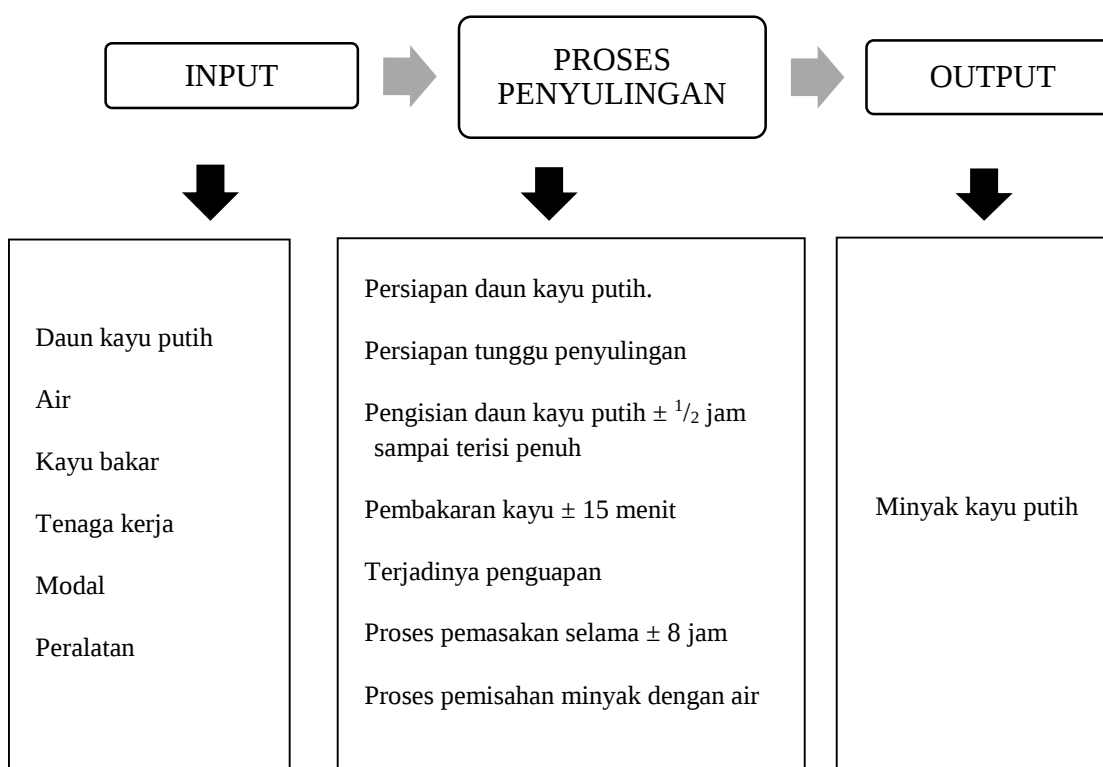
Produksi merupakan pilar operasional krusial bagi keberlangsungan suatu perusahaan. Hambatan pada proses produksi dipastikan akan mengganggu stabilitas jalannya usaha secara keseluruhan (Fitriana et al., 2020). Pada prinsipnya, kegiatan ini merupakan proses multi-tahap yang memanfaatkan sumber daya tersedia untuk mengubah bahan baku (*input*) menjadi produk jadi (*output*), sekaligus memberikan nilai tambah (*value-added*) yang bermanfaat bagi konsumen (Ramadhani et al., 2025; Reyhan et al., 2024).

Received: 03 Juli 2026; Revised: 31 Agustus 2026; Accepted: 01 September 2026; Published: 12 September 2026

Vol. 3 No. 6. September 2026 | **MARSEGU: Jurnal Sains dan Teknologi**

629

Proses produksi minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi di Desa Sawa didukung dengan peralatan produksi seperti ketel suling, baskom, jerigen, dan pipa air, dengan memanfaatkan bahan baku utama berupa daun kayu putih dan bahan bakar utama yaitu kayu bakar dan air yang dapat diperoleh dengan mudah dari alam.. Alur produksinya dimulai dengan membeli daun kayu putih langsung dari pengurut / pemetik lokal di desa Sawa, desa Ubung, dan desa Jikumerasa. Bahan baku tersebut kemudian diangkut menuju fasilitas penyulingan UD. Ketel Parigi untuk diproses lebih lanjut.



Gambar 2. Diagram Alir Penyulingan Minyak Kayu Putih Pada UD. Ketel parigi

Proses produksi minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi dilakukan melalui lima tahapan digerakkan oleh satu orang operator produksi.

- Tahap pertama : Proses diawali dengan pemanenan daun kayu putih (*Melaleuca leucadendron* Linn) di Desa Ubung, Jikumerasa, dan Sawa pada pukul 06.00 hingga 08.00 WIT guna mencegah terjadi penguapan kandungan minyak atsiri pada daun kayu putih akibat paparan matahari. Selanjutnya pencacahan kasar selama 1 jam untuk memisahkan ranting serta mempercepat pelepasan aroma.
- Tahap kedua : pengisian bahan baku seberat 250 kg ke dalam ketel penyulingan secara bertahap dengan durasi sekitar 30 menit. Setelah ketel terisi penuh.

- Tahap ketiga : persiapan tungku pembakaran selama 15 menit menggunakan kayu bakar jeda waktu ini sengaja diatur untuk mereduksi akumulasi asap di ruang kerja sebelum ekstraksi dimulai.
- Tahap keempat : proses inti berupa penyulingan (hidrodestilasi) dijalankan selama 8 jam, di mana uap ber kandungan minyak dialirkan menuju bak kondensator dan ditampung dalam wadah khusus. Pemisahan fraksi air dan minyak kemudian dilakukan secara manual menggunakan selang kecil berdasarkan perbedaan massa jenis fluida
- Tahap kelima : pengemasan minyak kayu putih murni ke dalam botol berukuran 300 ml dan 600 ml yang dilengkapi label resmi UD. Ketel Parigi sebelum produk siap didistribusikan ke pasar.

Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang harus dilakukan oleh pemilik UD. Ketel Parigi dalam upaya mempertahankan kelangsungan usaha. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pemasaran secara langsung berhubungan dengan konsumen, yang menjadi faktor penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Dengan demikian, kegiatan pemasaran memiliki peranan yang sangat vital dalam mencapai tujuan dan mempertahankan daya saing perusahaan.

1. Kegiatan pemasaran minyak kayu putih UD. Ketel Parigi

Hal yang penting untuk diperhatikan sebelum melakukan kegiatan pemasaran minyak kayu putih adalah pemahaman tentang kualitas dan harga minyak kayu putih yang berlaku di UD. Ketel Parigi. Berdasarkan hasil penelitian, harga minyak kayu putih yang ditetapkan oleh perusahaan saat penelitian berlangsung adalah sebesar Rp.200.000,- per botol dengan ukuran 600 ml.

2. Saluran pemasaran minyak kayu putih UD. Ketel Parigi

Selama periode penelitian, produk minyak kayu putih yang dihasilkan hanya dipasarkan dengan menggunakan sistem pemasaran relative sederhana, yaitu melalui produsen langsung kepada konsumen. Seperti yang dapat dilihat ada gambar di bawah ini :



Gambar 3. Saluran pemasaran produk minyak kayu putih

Berdasarkan Gambar 3. diatas, dapat terlihat bahwa sistem atau saluran pemasaran minyak kayu putih yang diterapkan oleh UD. Ketel Parigi adalah saluran pemasaran langsung. Saluran langsung ini merujuk pada proses penjualan minyak kayu putih yang berlangsung secara langsung antara produsen (UD. Ketel Parigi) dengan konsumen, tanpa melibatkan perantara.

Keadaan Produksi Minyak kayu Putih UD. Ketel Parigi

Minyak kayu putih merupakan salah satu produk hasil hutan yang memiliki permintaan tinggi dan banyak diminati oleh masyarakat. Hal ini tercermin dari maraknya took-toko yang menjual minyak kayu putih sebagai komoditas dagangan, yang dapat ditemui di berbagai wilayah Pulau Buru. Adanya perkembangan usaha ini dapat dijelaskan melalui sejumlah alasan, di antaranya adalah peluang pasar yang menguntungkan dan tingginya permintaan konsumen terhadap produk ini. Meskipun pengusaha harus mengeluarkan modal yang tidak sedikit, tetapi pemilik usaha tetap tertarik untuk tetap menjalankan usaha minyak kayu putih, diantaranya :

1. Karakteristik Produk

Minyak kayu putih merupakan produk yang memiliki daya simpan relatif lama serta tidak memerlukan perlakuan khusus dalam proses penyimpanan dan distribusinya.

2. Meningkatnya Permintaan Pasar

Meningkatkan permintaan masyarakat terhadap minyak kayu putih disebabkan oleh pemanfaatannya sebagai salah satu jenis minyak atsiri yang berperan penting dalam bidang pengobatan tradisional maupun modern.

3. Perkembangan Industri Hilir

Selain permintaan langsung dari masyarakat, perkembangan industri hilir turut mendorong kebutuhan minyak kayu putih, khususnya sebagai bahan baku dalam proses pengolahan dan penyulingan.

4. Tingginya Harga Jual

Harga jual minyak kayu putih relatif tinggi juga menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pelaku usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan kegiatan penyulingan minyak kayu putih.

Bahan baku yang digunakan oleh UD. Ketel Parigi diperoleh dari Desa Ubung, Jikumerasa, dan Sawa, Kecamatan Lilialy, Kabupaten Buru. Bahan baku berupa daun kayu putih dibeli dengan harga Rp. 1.200/kg, kemudian diolah melalui proses penyulingan hingga menghasilkan minyak kayu putih yang siap dipasarkan. Pemasaran dilakukan oleh UD. Ketel Parigi masih berfokus pada pemasaran dalam daerah. Media promosi pemasaran yang digunakan melalui media sosial, khususnya facebook. Sedangkan saluran pemasaran yang digunakan yaitu pemasaran langsung, dimana konsumen berinteraksi langsung (pemasaran tunggal) dengan produsen dalam melakukan transaksi tanpa melalui pedagang perantara. Dalam kegiatan pemasarannya, UD. Ketel Parigi. Berbeda dengan menggunakan cara distribusi yang dilakukan bersama dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Kupang dalam memasarkan produk minyak kayu putih.

Perusahaan mengadakan penjualan minyak kayu putih baik secara per liter maupun per botol. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan bergantung pada ketersediaan bahan baku. Apabila bahan

Received: 03 Juli 2026; Revised: 31 Agustus 2026; Accepted: 01 September 2026; Published: 12 September 2026

Vol. 3 No. 6. September 2026 | **MARSEGU: Jurnal Sains dan Teknologi**

632

baku minyak kayu putih yang diterima tidak langka, maka harga yang ditetapkan akan mengikuti harga standar. Namun apabila bahan baku yang diperoleh langka, harga yang ditetapkan akan lebih tinggi daripada harga standar.

Tabel 1. Harga data pemasaran minyak kayu putih dari tahun 2020-2024

Tahun	Harga Minyak Kayu Putih 600 ml. (Rp)
2020	120.000
2021	125.000
2022	125.000
2023	170.000
2024	200.000

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 1. diatas terlihat bahwa harga pemasaran minyak kayu putih terus mengalami peningkatan sejak 5 tahun terakhir. Harga pemasaran terendah ada pada tahun 2020 yaitu Rp. 120.000 untuk satu botol 600 ml. sedangkan harga pemasaran tertinggi terjadi pada tahun 2024 yaitu Rp. 200.000. Hal ini disebabkan Karena kondisi lahan tanaman kayu putih yang sering mengalami kebakaran akibat cuaca panas.

Produksi Minyak Kayu Putih

a. Bahan Baku (Daun Kayu Putih)

Daun kayu putih merupakan bahan baku utama dalam proses produksi minyak kayu putih. Ketersediaan bahan baku yang memadai serta harga yang relatif stabil sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses produksi dan besarnya biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan. Oleh karena itu, analisis terhadap perkembangan harga bahan baku perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat fluktuasi harga yang terjadi. Fluktuasi harga bahan baku daun kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama tahun 2020–2024 dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Fluktuasi Harga Bahan Baku (Daun Kayu Putih)

Tahun	Harga (Rp/Kg)	Index Harga (%)	Perubahan (%)
2020	500	100	0
2021	800	160	60
2022	1.000	200	100
2023	1.100	220	120
2024	1.200	240	140

Sumber : Analisis Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 2, harga bahan baku daun kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020-2024 menunjukkan kecenderungan meningkat. Dengan menggunakan tahun 2020 sebagai tahun dasar, indeks harga pada tahun 2021 mencapai 160, yang berarti terjadi kenaikan harga sebesar 60% dibandingkan tahun dasar. Pada tahun 2022 indeks harga meningkat menjadi 200, yang menunjukkan harga bahan baku telah naik 100% dibandingkan tahun 2020. Selanjutnya, pada tahun

2023 indeks harga mencapai 220 atau meningkat 120%, sedangkan pada tahun 2024 menjadi 240, yang berarti harga bahan baku telah mengalami kenaikan sebesar 140% dibandingkan tahun dasar.

Peningkatan harga bahan baku tersebut menunjukkan bahwa biaya pengadaan daun kayu putih semakin tinggi dari tahun ke tahun. Kondisi ini dipengaruhi oleh semakin terbatasnya ketersediaan bahan baku, terutama akibat musim kemarau yang panjang, kebakaran lahan, serta meningkatnya permintaan daun kayu putih untuk kegiatan penyulingan. Kenaikan harga bahan baku tersebut berdampak pada meningkatnya biaya produksi UD. Ketel Parigi sehingga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi harga jual minyak kayu putih dan perkembangan produksi perusahaan.

Tabel 3. Perkembangan Persediaan Bahan Baku (Daun Kayu Putih)

Tahun	Nilai Persediaan Bahan Baku (Rp)	Indeks Perkembangan (%)	Perubahan (%)
2020	36.000.000	100,00	0,00
2021	76.800.000	213,33	113,33
2022	57.600.000	160,00	60,00
2023	79.200.000	220,00	120,00
2024	92.160.000	256,00	156,00

Sumber : Analisis Data Primer 2025

Berdasarkan Tabel 3, nilai persediaan bahan baku daun kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020–2024 menunjukkan perkembangan yang berfluktuasi namun cenderung meningkat. Dengan menggunakan tahun 2020 sebagai tahun dasar, perkembangan nilai persediaan pada tahun 2021 mencapai 213,33, yang berarti terjadi peningkatan sebesar 113,33% dibandingkan tahun dasar. Pada tahun 2022 indeks menurun menjadi 160,00%, namun masih lebih tinggi dibandingkan tahun dasar. Selanjutnya, pada tahun 2023 indeks kembali meningkat menjadi 220,00%, sedangkan pada tahun 2024 mencapai 256,00. Perkembangan nilai persediaan bahan baku tersebut dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu perubahan harga daun kayu putih dan jumlah bahan baku yang diperoleh setiap tahun

Persediaan bahan baku minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama 5 tahun terakhir ini yaitu mulai tahun 2020-2024 mengalami perubahan yang disebabkan oleh faktor-faktor berikut ini :

1. Tahun 2021 terhadap tahun 2020, mengalami kenaikan sebesar 113% karena menyuplai bahan baku yang lancar. Jumlah persediaan alat yang ada seimbang dengan jumlah tenaga kerja dan adanya bahan baku yang cukup menyebabkan proses produksi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik sehingga perusahaan dapat mencapai target yang lebih dari permintaan konsumen yang ada.
2. Tahun 2022 terhadap tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 60% yang disebabkan oleh kondisi cuaca panas ekstrem. Kondisi tersebut mengakibatkan lahan tanaman kayu putih mengalami kekeringan, sehingga ketersediaan bahan baku menurun dan berdampak pada berkurangnya persediaan bahan baku minyak kayu putih.

Received: 03 Juli 2026; Revised: 31 Agustus 2026; Accepted: 01 September 2026; Published: 12 September 2026

Vol. 3 No. 6. September 2026 | **MARSEGU: Jurnal Sains dan Teknologi**

634

3. Tahun 2023 terhadap tahun 2022, mengalami kenaikan sebesar 120% yang disebabkan oleh mulai membaiknya kondisi cuaca serta meningkatnya ketersediaan bahan baku kayu putih. Kondisi tersebut berdampak pada meningkatnya proses produksi, sehingga persediaan bahan baku minyak kayu putih kembali mengalami peningkatan
4. Tahun 2024 terhadap tahun 2023 mengalami kenaikan sebesar 156% yang disebabkan oleh meningkatnya ketersediaan bahan baku kayu putih serta tingginya permintaan pasar. Kondisi tersebut mendorong peningkatan aktivitas produksi, sehingga persediaan bahan baku minyak kayu putih mengalami peningkatan.

b. Jumlah Produksi Minyak Kayu Putih

Hasil produksi minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi tidak pernah sama setiap tahunnya, seperti pada tahun 2020 lalu , UD. Ketel Parigi dapat memproduksi hingga 5.250 botol. Sedangkan pada tahun 2024 mereka hanya memproduksi 4.205 botol. Selain bergantung pada kualitas pemesanan, produksi minyak kayu putih juga bergantung pada cuaca, Bila masuk musim hujan produksi dapat terganggu.

Tabel 4. Perkembangan Produksi Minyak Kayu Putih

Tahun	Produksi Minyak Kayu Putih (ml)	Indeks Produksi (%)	Perubahan (%)
2020	3.150.200	100	0
2021	2.183.000	69	-31
2022	1.921.100	61	-39
2023	2.319.400	74	-26
2024	2.523.000	80	-20

Sumber : Analisis Primer 2025

Berdasarkan Tabel 4, jumlah produksi minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020–2024 mengalami fluktuasi dengan kecenderungan menurun dibandingkan tahun dasar 2020. Pada tahun dasar 2020, produksi minyak kayu putih mencapai 3.150.200 ml dengan indeks produksi 100. Pada tahun 2021 produksi menurun menjadi 2.183.000 ml dengan indeks 69, yang berarti terjadi penurunan sebesar 31% dibandingkan tahun dasar. Penurunan produksi berlanjut pada tahun 2022 menjadi 1.921.100 ml dengan indeks 61, atau turun 39% dibandingkan tahun 2020. Angka indeks tertinggi terjadi pada tahun 2024. Pada tahun 2023 produksi meningkat menjadi 2.319.400 ml dengan indeks 74, namun masih berada 26% di bawah produksi tahun dasar. Selanjutnya pada tahun 2024 produksi kembali meningkat menjadi 2.523.000 ml dengan indeks 80 , meskipun masih lebih rendah 20% dibandingkan produksi pada tahun 2020.

Produksi minyak kayu putih mengalami fluktuasi yang signifikan pada tahun 2021 menjadi sebanyak 2.183.000 ml (Indeks 69%), yang berarti terjadi penurunan sebesar 31% dibandingkan

tahun dasar 2020. Dan titik terendah terjadi pada tahun 2022 dengan volume produksi sebesar 1.921.100 ml (Indeks 61%), atau mengalami penurunan hingga 39% dibandingkan tahun 2020.

Fluktuasi produksi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain ketersediaan bahan baku daun kayu putih, kondisi cuaca, serta kapasitas proses penyulingan. Pada musim hujan, kadar air daun yang tinggi dapat mempengaruhi kualitas bahan baku dan menurunkan rendemen minyak yang dihasilkan. Selain itu, perubahan permintaan pasar dan ketersediaan tenaga kerja juga dapat mempengaruhi jumlah produksi setiap tahunnya.

Perkembangan jumlah produksi minyak kayu putih UD. Ketel Parigi selama 5 tahun terakhir yaitu mulai tahun 2020-2024 mengalami perubahan yang sangat menonjol yang disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Tahun 2021 terhadap tahun 2020, mengalami penurunan yang disebabkan oleh Virus Covid-19 sehingga aktivitas tenaga kerja dikurangi dan dibatasi.
2. Tahun 2022 terhadap tahun 2021, kembali mengalami penurunan yang disebabkan oleh belum stabilnya kondisi pasca pandemi, keterbatasan bahan baku, serta belum optimalnya kapasitas produksi sehingga jumlah produksi menurun dibandingkan tahun sebelumnya.
3. Tahun 2023 terhadap tahun 2022, mengalami kenaikan yang disebabkan oleh mulai stabilnya kondisi tenaga kerja, kelancaran pasokan bahan baku, serta perbaikan dan optimalisasi alat produksi sehingga proses penyulingan dapat berjalan lebih efektif.
4. Tahun 2024 terhadap tahun 2023, kembali mengalami kenaikan yang disebabkan oleh meningkatnya permintaan pasar, ketersediaan bahan baku yang lebih baik, serta manajemen produksi yang semakin optimal sehingga jumlah produksi meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Dalam menghadapi terjadinya perubahan jumlah produksi yang oleh kendala dan persaingan maka UD. Ketel Parigi berusaha memproduksi minyak kayu putih dengan mutu dan kualitas produk yang lebih baik. Selain mempertahankan kualitas produksi UD. Ketel Parigi juga melakukan teknik pengemasan dengan disertai label produksi.

Pemasaran Minyak Kayu Putih

Pemasaran merupakan tahap akhir dan kegiatan perusahaan untuk mencapai laba atau keuntungan, jumlah, harga dan nilai produksi minyak kayu putih yang dipasarkan selama 5 tahun terakhir ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 5. Perkembangan Jumlah, Harga dan Nilai Pemasaran Minyak Kayu Putih
(*Melaleuca Leucandendron*)

Tahun	Produksi (ml)	Harga Jual (Rp/600)	Penerimaan (Rp)	Indeks Penerimaan (%)	Perubahan (%)
2020	3.150.000	120.000	630.000.000	100	0
2021	2.183.000	125.000	454.791.667	72,19	-27,81
2022	1.921.100	125.000	400.229.167	63,53	-36,47
2023	2.319.400	170.000	657.163.333	104,31	4,31
2024	2.523.000	200.000	841.000.000	133,49	33,49

Sumber : Analisis data primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5, nilai pemasaran minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020–2024 mengalami fluktuasi. Dengan menggunakan tahun 2020 sebagai tahun dasar (indeks = 100), nilai penerimaan pada tahun 2021 memiliki indeks 72,19, yang berarti mengalami penurunan sebesar 27,81% dibandingkan tahun dasar. Penurunan tersebut berlanjut pada tahun 2022 dengan indeks 63,53, atau turun 36,47% dibandingkan tahun 2020. Penurunan penerimaan ini dipengaruhi oleh menurunnya volume produksi minyak kayu putih, meskipun harga jual mengalami peningkatan.

Pada tahun 2023, nilai penerimaan meningkat menjadi Rp 657.163.333 dengan indeks 104,30, yang menunjukkan peningkatan sebesar 4,31% dibandingkan tahun dasar. Peningkatan tersebut berlanjut pada tahun 2024 dengan nilai penerimaan mencapai Rp841.000.000 dan indeks 133,49, atau meningkat 33,49% dibandingkan tahun 2020. Kenaikan penerimaan pada dua tahun terakhir dipengaruhi oleh meningkatnya harga jual minyak kayu putih dari Rp170.000 menjadi Rp200.000 per 600 ml, serta meningkatnya jumlah produksi yang berhasil dipasarkan.

Tabel 6. Perkembangan Pemasaran Minyak Kayu Putih

Tahun	Pemasaran (ml)	Indeks Pemasaran (%)	Perubahan (%)
2020	3.050.000	100,00	0,00
2021	2.000.000	65,57	-34,43
2022	1.300.000	42,62	-57,38
2023	2.175.000	71,31	-28,69
2024	2.353.000	77,15	-22,85

Sumber : Analisis data primer 2025

Berdasarkan Tabel 6, volume pemasaran minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020–2024 mengalami fluktuasi. Dengan menggunakan tahun 2020 sebagai tahun dasar

Received: 03 Juli 2026; Revised: 31 Agustus 2026; Accepted: 01 September 2026; Published: 12 September 2026

Vol. 3 No. 6. September 2026 | **MARSEGU: Jurnal Sains dan Teknologi**

637

(indeks = 100), volume pemasaran pada tahun 2021 mencapai 2.000.000 ml dengan indeks 65,57, yang berarti mengalami penurunan sebesar 34,43% dibandingkan tahun dasar. Pada tahun 2022, volume pemasaran kembali menurun menjadi 1.300.000 ml dengan indeks 42,62, atau turun 57,38% dibandingkan tahun 2020. Selanjutnya, pada tahun 2023 volume pemasaran meningkat menjadi 2.175.000 ml dengan indeks 71,31, namun masih berada 28,69% di bawah tahun dasar. Pada tahun 2024, volume pemasaran kembali meningkat menjadi 2.353.000 ml dengan indeks 77,15, atau masih lebih rendah 22,85% dibandingkan tahun 2020.

Fluktuasi volume pemasaran tersebut dipengaruhi oleh perubahan jumlah produksi, permintaan pasar, serta kemampuan perusahaan dalam mendistribusikan minyak kayu putih kepada konsumen. Meskipun volume pemasaran pada tahun 2023 dan 2024 mengalami peningkatan dibandingkan dua tahun sebelumnya, jumlah pemasaran tersebut belum mampu melampaui volume pemasaran pada tahun dasar 2020.

Jika dibandingkan dengan produksi maka terdapat perbedaan-perbedaan antara jumlah produksi dan jumlah pemasaran dimana pada tahun 2020, 2022, dan 2023 terdapat sisa produk penjualan yang jumlah produksi dengan perbedaan sebagai berikut :

Tabel 7. Perkembangan Produksi dan Pemasaran

Tahun	Jumlah Produksi (ml)	Stock (ml)	Jumlah Pemasaran (ml)	Tersisa (ml)
2020	3.150.200	3.050.000	3.050.000	100.200
2021	2.183.000	2.283.200	2.000.000	283.200
2022	1.921.100	2.204.300	1.300.000	904.300
2023	2.319.400	3.223.700	2.175.000	1.048.700
2024	2.523.000	3.571.700	2.353.000	1.218.700

Sumber : Analisis data primer, 2025

1. Tahun 2020 jumlah produksi sebesar 3.150.200 ml, sedangkan jumlah pemasaran sebesar 3.050.000 ml maka tersisa 100.200 ml
2. Tahun 2021 jumlah produksi sebesar 2.183.000 ml + sisa tahun 2020 sebesar 100.200 ml = 2.283.200 ml, sedangkan jumlah pemasaran sebesar 2.000.000 maka tersisa 283.200 ml
3. Tahun 2022 jumlah produksi sebesar 1.921.100 ml + sisa tahun 2021 sebesar 283.200 ml = 2.204.300 ml, sedangkan jumlah pemasaran sebesar 1.300.000 ml maka tersisa 904.300 ml
4. Tahun 2023 jumlah produksi sebesar 2.319.400 ml + sisa tahun 2022 sebesar 904.300 ml = 3.223.700 ml maka tersisa 1.048.700 ml
5. Tahun 2024 jumlah produksi sebesar 2.523.000 ml + sisa tahun 2023 sebesar 1.048.700 ml = 3.571.700 ml maka tersisa 1.218.700

Perkembangan pemasaran minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020–2024 dipengaruhi oleh perubahan jumlah pemasaran dan harga jual produk. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengetahui perubahan harga jual adalah indeks harga pemasaran. Indeks harga memberikan gambaran mengenai tingkat perubahan harga jual minyak kayu putih pada setiap tahun dibandingkan dengan tahun dasar (2020). Analisis ini penting untuk mengetahui sejauh mana perubahan harga jual memberikan pengaruh terhadap nilai pemasaran minyak kayu putih selama periode penelitian. Perkembangan indeks harga pemasaran minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi tahun 2020–2024 disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Indeks Harga Pemasaran Minyak Kayu Putih

Tahun	Harga (Rp/600 ml)	Indeks Harga (%)	Perubahan (%)
2020	120.000	100,00	0,00
2021	125.000	104,17	4,17
2022	125.000	104,17	4,17
2023	170.000	141,67	41,67
2024	200.000	166,67	66,67

Sumber : Analisis data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 8, harga jual minyak kayu putih pada UD. Ketel Parigi selama periode 2020–2024 menunjukkan kecenderungan meningkat. Dengan menggunakan tahun 2020 sebagai tahun dasar (indeks = 100), indeks harga pada tahun 2021 mencapai 104,17, yang berarti harga jual meningkat sebesar 4,17% dibandingkan tahun dasar. Pada tahun 2022 harga jual tidak mengalami perubahan dibandingkan tahun 2021, sehingga indeks harga tetap sebesar 104,17 atau masih 4,17% lebih tinggi dibandingkan tahun dasar. Selanjutnya, pada tahun 2023 harga jual meningkat menjadi Rp.170.000 per 600 ml, sehingga indeks harga mencapai 141,67, yang menunjukkan kenaikan sebesar 41,67% dibandingkan tahun 2020. Pada tahun 2024 harga jual kembali meningkat menjadi Rp.200.000 per 600 ml dengan indeks 166,67, atau mengalami kenaikan sebesar 66,67% dibandingkan tahun dasar.

Peningkatan harga jual minyak kayu putih tersebut menunjukkan adanya penyesuaian harga sebagai respons terhadap meningkatnya biaya produksi, terutama akibat kenaikan harga bahan baku daun kayu putih, biaya tenaga kerja, serta biaya operasional penyulingan. Di samping itu, meningkatnya permintaan pasar terhadap minyak kayu putih juga turut mendorong perusahaan melakukan penyesuaian harga jual. Kenaikan harga tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai pemasaran dan penerimaan perusahaan, khususnya pada tahun 2023 dan 2024, meskipun volume pemasaran belum sepenuhnya kembali seperti pada tahun dasar.

Perkembangan harga pada perusahaan ini untuk tahun 2020-2024 mengalami perubahan akibat faktor-faktor berikut ini :

1. Tahun 2021 terhadap tahun 2020, mengalami perubahan (kenaikan) disebabkan oleh penyesuaian harga jual dengan kualitas dan mutu produk minyak kayu putih yang semakin baik. Selain itu, pada masa pandemic Covid-19 permintaan masyarakat terhadap produk kesehatan dan minyak kayu putih meningkat, meningkat sehingga harga penjualan dinaikkan menjadi Rp.125.000.
2. Tahun 2022 terhadap tahun 2021, tidak mengalami perubahan harga. Hal ini disebabkan karena kondisi pemasaran masih dipengaruhi pandemi Covid-19 sehingga perusahaan mempertahankan harga penjualan agar daya beli konsumen tetap stabil.
3. Tahun 2023 terhadap tahun 2022, mengalami perubahan (kenaikan) disebabkan oleh meningkatnya biaya bahan baku, biaya produksi, dan biaya distribusi setelah masa pandemi. Selain itu, permintaan pasar mulai meningkat sehingga harga penjualan minyak kayu putih naik menjadi Rp.170.000
4. Tahun 2024 terhadap tahun 2023, mengalami perubahan (kenaikan) disebabkan oleh bertambahnya biaya transportasi, bahan baku, dan biaya tenaga kerja. Oleh karena itu harga penjualan minyak kayu putih mengalami kenaikan menjadi Rp.200.000.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi dan Pemasaran Minyak Kayu Putih

Beberapa faktor yang mempengaruhi produksi dan pemasaran usaha penyulingan minyak kayu putih di Desa Sawa sebagai berikut :

1. Bahan Baku

Bahan baku utama dalam proses penyulingan minyak kayu putih berasal dari tanaman kayu putih yang tumbuh di wilayah Pulau Buru. Pulau Buru dikenal memiliki potensi hutan kayu putih yang cukup luas sehingga menjadi salah satu daerah penghasil minyak kayu putih di Maluku. Bahan baku diperoleh dari lahan milik masyarakat maupun lahan yang dikelola sendiri oleh pelaku usaha penyulingan. Namun pada tahun 2020-2024 ketersediaan bahan baku mengalami beberapa hambatan. Pada masa pandemi Covid-19 aktivitas masyarakat dalam pengambilan daun kayu putih menjadi terbatas, selain itu faktor cuaca dan semakin berkurangnya tanaman produktif pada beberapa lokasi juga mempengaruhi jumlah bahan baku yang diperoleh. Kondisi tersebut menyebabkan proses produksi terkadang berjalan lambat dan hasil produksi mengalami penurunan. Untuk meningkatkan kelancaran produksi, usaha penyulingan sebaiknya memiliki lahan tanaman kayu putih sendiri serta melakukan penanaman kembali (reboisasi) agar ketersediaan bahan baku tetap terjaga dan berkelanjutan.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja yang digunakan dalam usaha penyulingan minyak kayu putih di Desa Sawa berasal dari masyarakat sekitar. Keberadaan usaha penyulingan memberikan peluang kerja bagi masyarakat terutama dalam kegiatan pengambilan daun kayu putih, proses penyulingan, pengemasan, hingga pemasaran produk. Pada tahun 2020-2024 kondisi tenaga kerja mengalami kendala akibat pandemi Covid-19. Beberapa pekerja membatasi aktivitas kerja karena alasan kesehatan serta adanya pembatasan aktivitas masyarakat yang berdampak pada kelancaran proses produksi. Selain itu, sebagian tenaga kerja masih menggunakan sistem kerja tradisional sehingga produktivitas kerja belum maksimal. Untuk meningkatkan hasil produksi, pemilik usaha perlu menambah jumlah tenaga kerja, memberikan pelatihan keterampilan, dan meningkatkan sistem kerja agar proses penyulingan dapat berjalan lebih efektif dan efisien.

3. Peralatan

Peralatan yang digunakan dalam proses penyulingan minyak kayu putih di Desa Sawa masih tergolong sederhana, seperti ketel penyulingan, drum, selang air, tungku pembakaran, serta wadah penyimpanan minyak. Penggunaan peralatan tradisional mempengaruhi kapasitas produksi dan kualitas minyak kayu putih yang dihasilkan. Selama tahun 2020-2024 beberapa peralatan mengalami kerusakan akibat umur pakai yang sudah lama dan kurangnya perawatan. Selain itu, keterbatasan modal usaha menyebabkan pelaku usaha belum mampu mengganti peralatan dengan teknologi yang lebih modern. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi minyak kayu putih, pelaku usaha perlu melakukan modernisasi peralatan penyulingan agar proses produksi lebih cepat, efisien, dan menghasilkan kualitas minyak yang lebih baik.

4. Harga

Harga minyak kayu putih pada tahun 2020-2024 cenderung mengalami kenaikan setiap tahunnya. Kenaikan harga dipengaruhi oleh meningkatnya biaya produksi, biaya transportasi, serta tingginya permintaan masyarakat terhadap minyak kayu putih terutama pada masa pandemi Covid-19 karena minyak kayu putih banyak digunakan sebagai kebutuhan kesehatan. Kondisi tersebut memberikan peluang ekonomi bagi pelaku usaha penyulingan minyak kayu putih di Pulau Buru untuk meningkatkan pendapatan. Namun demikian, penetapan harga harus dilakukan secara tepat agar produk tetap mampu bersaing di pasaran dan dapat dijangkau oleh konsumen. Selain itu, pengemasan produk juga perlu diperhatikan. Pengemasan minyak kayu putih sebaiknya dibuat lebih menarik dan bervariasi, misalnya dalam bentuk botol kecil, roll on, maupun spray agar lebih praktis digunakan dan dapat menarik minat konsumen.

5. Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran minyak kayu putih. Pada tahun 2020-2024 promosi produk mulai berkembang melalui media sosial dan media elektronik. Pelaku usaha di Desa Sawa mulai memanfaatkan teknologi informasi untuk memperkenalkan produk minyak kayu putih kepada masyarakat yang lebih luas. Promosi dilakukan melalui media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, dan *Instagram*, serta melalui penjualan langsung di pasar maupun kepada pedagang pengumpul. Promosi yang dilakukan secara terus-menerus dapat meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap manfaat minyak kayu putih sehingga dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Oleh karena itu, usaha penyulingan minyak kayu putih di Desa Sawa perlu meningkatkan strategi promosi agar produk minyak kayu putih dari Pulau Buru semakin dikenal dan mampu bersaing dengan produk dari daerah lain.

6. Tempat Usaha

Tempat usaha merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi produksi dan pemasaran minyak kayu putih di Desa Sawa. Lokasi usaha yang dekat dengan sumber bahan baku memudahkan proses pengangkutan daun kayu putih sehingga dapat mengurangi biaya produksi dan mempercepat proses penyulingan. Selain itu, tempat usaha yang mudah dijangkau juga membantu dalam proses pemasaran dan distribusi produk kepada konsumen. Usaha penyulingan minyak kayu putih di Desa Sawa umumnya berada di area dekat dengan hutan kayu putih dan pemukiman masyarakat. Kondisi ini mendukung kelancaran produksi karena bahan baku tersedia dengan mudah dan tenaga kerja dapat diperoleh dari masyarakat sekitar. Tempat usaha yang strategis juga memudahkan pelaku usaha dalam menjalin hubungan dengan pembeli serta memperluas pemasaran produk ke daerah lain.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa produksi minyak kayu putih pada UD.Ketel Parigi terus mengalami penurunan setiap tahunnya sejak tahun 2020 sampai dengan tahun 2024. Produksi tertinggi terjadi pada tahun 2020 yaitu sebanyak 3.150.200 ml dan terendah pada tahun 2022 yaitu sebanyak 1.921.100 ml. Adapun nilai pemasaran terus mengalami peningkatan sejak tahun 2020 dengan harga penjualan Rp. 120.000 dan tertinggi pada tahun 2024 yaitu Rp. 200.000, di mana dinamika perkembangan kedua aspek tersebut secara signifikan dipengaruhi oleh faktor bahan baku, tenaga kerja, peralatan, harga, promosi, serta lokasi tempat usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. 2013. Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam. *Jurnal Lisan Al-Hal*, 7(1), 19–35.
- Anantanyu, S., Permatasari, P., Winarno, J., Suwanto, S., & Wibowo, A. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Digital Marketing Minyak Kayu Putih Pada Kelompok Tani Hutan

Received: 03 Juli 2026; Revised: 31 Agustus 2026; Accepted: 01 September 2026; Published: 12 September 2026

Vol. 3 No. 6. September 2026 | **MARSEGU: Jurnal Sains dan Teknologi**

642

- (KTH) Wonolestari, Desa Wonoharjo Boyolali. *Jurnal Surya Masyarakat*, 5(1), 60-67.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo
- BPS. 2022. Statistik Produksi Kehutanan 2022. *Badan Pusat Statistik*, 32.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2022/07/29/e6e4600abae56ef5d4507463/statistik-produksi-kehutanan-2021.html>
- Donusina K, Bano M, Sinaga P.S, Marimpan L.S., 2024. Kayu Putih (*Melaleuca Leucadendron* Linn) (Studi Kasus di Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Kesatuan Pengelola Hutan (KPH) Wilayah Kabupaten Alor) *Journal Scientific Research of Development*, Vol 6 nomor 1. Universitas Nusa Cendana
- Suyanto, S., Syah, T. Y. R., Hamdi, E., & Sunaryanto, K. 2025. Analisa Faktor Eksternal Pemanfaatan Internet of Things pada Industri Minyak Kayu Putih. *INSOLOGI: Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(4), 907-918.
- Fitriana, R., Zanah, L., Ekonomi, F., Studi, P., Universitas, A., Bandung, B., Kerja, E. M., Manajemen, S. P., Karyawan, K., Kerja, M., Informasi, T., Produksi, P. P., Produksi, K. P., & Pendahuluan, I. 2020. *Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi UNIBBA* 93. 11, 93–114.
- Ghaffar, Vanessa 2007, *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung : Alfabeta
- Ghiffari, R. A., & Santoso, E. B. 2015. Penentuan cluster pengembangan agroindustri pengolahan minyak kayu putih di Kabupaten Buru. *Jurnal Teknik ITS*, 4 (2) :139–143.
<http://doi.org/10.9744/pemasaran.5.1.9-13>
- Hidayat Karepesina. 2015. Studi perkembangan produksi dan pemasaran minyak kayu putih pada cv. Rajawali di desa namlea. Kecamatan Kota Namlea, Kabupaten Buru
- Howard, 1997. *Pemasaran Praktis*. BPFE, Yogyakarta. Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2015). *130802010_File 5*. 19, 7–23.
- Humairoh, L., Garamba, S., & Armansyah, R. 2024. Pengelolaan Manajemen Resiko Dalam Sektor Agribisnis. *Jurnal Agro Nusantara*, 4(1), 18-25.
- Kamarudin, Akutansi manajemen, *Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambilan Keputusan edisi Revisi* Jakarta ; Raja Grafindo persada
- Kotler, A., & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1* Erlangga Jakarta.
- Lutony L.T. Dan Yeyet, 1994. *Produksi dan Perdagangan Minyak Atsiri*, Penerbit Swadaya Jakarta
- Malau, Harman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Nur Aminah. 2013. Analisis Nilai Tambah Dalam Pengolahan Susu Kedelai Pada Skala Industri Rumah Tangga Di Kota Medan. Skripsi Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Pipit Muliyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni

- Sitepu, T. 2020. Buku Produksi. *Journal GEEJ*, 7(2), 24–40.
- Rahmadani, Alum Kusumuah, Rahayu Setianingsih P., Produk, K., & Cv, P. 2025. *Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses*. 4(1), 17–27.
- Reyhan, F., Afif, A., Muslimin, M., & Wahyudi, R. 2024. *Jurnal Produktiva Evaluasi Kelancaran Proses Produksi untuk Meningkatkan Produktivitas di. 01*, 2019–2022.
- Samsir. 2017. Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Terhadap Kelancaran Proses Produksi Perahu Phinisi Di Kecamatan Bonto Bahari Kabupaten Bulukumba. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Souhuwat, R., Ambarawati, I., & Arga, I. W. 2013. Prospek pengembangan agribisnis Minyak Kayu Putih di Kecamatan Seram Barat , Kabupaten Seram Bagian Barat. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 1 (1) : 1–15.
- Supranto, J. 2008. Teori Pemasaran dan Aplikasi jilid 2 edisi 12. Erlangga. Jakarta
- Swastha. B, 1987. Manajemen Barang Dalam Pemasaran, BPFE, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi. 2009. Strategi Pemasaran, Edisi kedua, Cetakan ketujuh. Jakarta.
- Widiyanto Ari dan Mohamad Siarudin, 2006. Sifat fisikokimia Minyak kayu Putih (*Melaleuca cajuputi* subsp. *cajuputi* powell). *Jurnal Penelitian hutan Tanaman* vol.9 No. 4, Desember 2012.
- Winardi, 1991. Marketing dan Perilaku Konsumen. CV. Mandar Maju, Bandung.