

ANALISIS PEMASARAN KARET POLA SWADAYA DI KECAMATAN PANGKALAN KURAS KABUPATEN PELALAWAN

ANALYSIS OF RUBBER MARKETING AT SELF-SUPPORTING PATTERN IN PANGKALAN KURAS DISTRICT PELALAWAN REGENCY

Nooky Anggita Sari¹⁾, Evy Maharani²⁾, Eliza²⁾
Hp: 082385711309; Email: nookyanggita@gmail.com

Agriculture Marketing is all commerce agent activities who connective the movement of agriculture food materials processed and raw material and also supply and demand, starting from agriculture conducting until to final consumer, where this activities have an effect on to farmer, commission agent and factory. The purposes of this research are to analyse: rubber marketing channel, margin, and efficiency at self-supporting farmers in Pangkalan Kuras District Pelalawan Regency. This research started from February 2015 till July 2015. The research method who used in this research is survey method. The samples in this research used purposive sampling method with criteria of rubber crop age ranging from 17-19 years old. Intake of sample to compiler and rubber factory used snowball sampling method by following it marketing channel. The result showed that only there were one marketing channel at self-supporting pattern that was from farmer - small compiler/agent - big compiler - factory. Ojol price buy which have been accepted by self-supporting rubber farmers equal to Rp.6.172,32/Kg. Total value of margin marketing equal to Rp.1.527,68/Kg with total cost of marketing equal to Rp.1.538,83/Kg and marketing efficiency equal to 19,98 percent.

Keywords: *Self-supporting pattern, marketing channel, margin, efficiency.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor, salah satunya adalah subsektor perkebunan. Pertanian karet (*Havea brasiliensis*) memainkan peran yang cukup penting bagi perekonomian Negara Indonesia. Banyak penduduk yang hidup dengan mengandalkan komoditi tanaman penghasil getah tersebut. Pengembangan perkebunan karet di

Indonesia memiliki banyak pola, di Kabupaten Pelalawan khususnya di Kecamatan Pangkalan Kuras terdapat pola pengembangan karet secara swadaya yang dilakukan oleh masyarakat lokal. Pola swadaya merupakan usahatani pengembangan komoditi karet yang dilakukan dan dibiayai secara swadaya segala kebutuhannya oleh petani yang melakukan kegiatan usahatani.

1) Mahasiswa Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau.

2) Staf pengajar Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Riau.

Data Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Pelalawan tahun 2013 menunjukkan bahwa Kecamatan Pangkalan Kuras merupakan kecamatan yang memiliki luas dan produksi karet yang tertinggi jika dibandingkan dengan kecamatan lain. Dengan luas perkebunan dan hasil produksi karet yang tinggi tersebut diharapkan tercipta pemasaran yang optimal sehingga kesejahteraan petani karet mampu terpenuhi dengan baik.

Petani menjual getah karet miliknya kepada pedagang pengumpul dalam bentuk ojol. Pemasaran ojol yang dilakukan oleh petani karet melibatkan dua lembaga pemasaran sebelum sampai akhirnya ke pabrik. Adanya rantai pemasaran yang lebih panjang akan mempengaruhi biaya dan efisiensi pemasaran. Kemudian adanya potongan kadar air karet dan potongan harga yang diberikan pedagang pengumpul kepada petani membuat harga yang diterima petani lebih rendah.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis saluran, margin dan efisiensi pemasaran karet pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada petani karet pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan, terdiri dari Desa Sorek Dua dan Desa Sorek Satu, yang dilaksanakan pada bulan Februari 2015 sampai dengan bulan Juli 2015 meliputi kegiatan pengumpulan data,

analisis data dan penulisan hasil penelitian.

Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer berupa data hasil survei serta wawancara langsung dengan sampel petani karet pola swadaya yang berjumlah 28 orang, pedagang pengumpul kecil/agen yang berjumlah 5 orang, pedagang pengumpul besar hingga ke pabrik. Data sekunder berupa data monografi Desa Sorek Satu dan Desa Sorek Dua, data luas perkebunan dan produksi karet Kabupaten Pelalawan menurut kecamatan dan kriteria *grade* karet.

Analisis Data

Saluran pemasaran karet pola swadaya diidentifikasi dengan mengamati lembaga pemasaran yang ditelusuri dari petani, pedagang pengumpul kecil/agen, pedagang pengumpul besar sampai ke pabrik di lokasi penelitian.

Selanjutnya untuk menganalisis margin pemasaran menurut Sudiyono (2001) dengan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr = harga ditingkat pabrik (Rp/Kg)

Pf = harga ditingkat pedagang pengumpul (Rp/Kg)

Efisiensi pemasaran dianalisis dengan menggunakan rumus dari Soekartawi (2002) yaitu:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = efisiensi pemasaran (persen)

TB = total biaya (Rp/Kg)

TNP = total nilai produk (Rp/Kg)

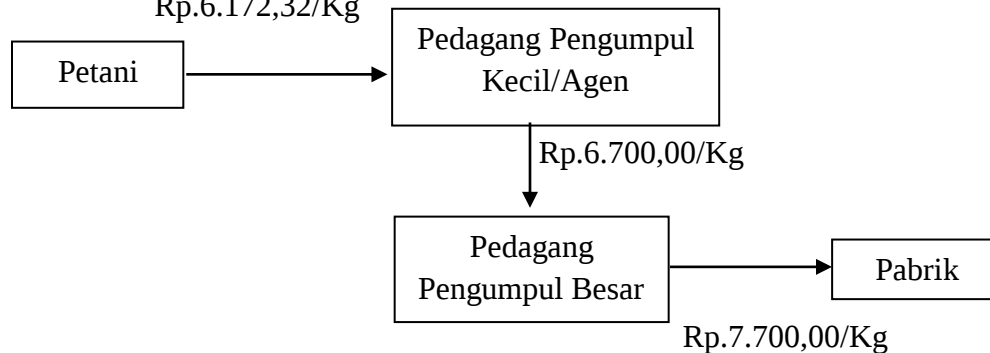
Dengan kriteria: EP sebesar $\leq 50\%$ maka saluran pemasaran dikatakan efisien, dan bila $EP > 50\%$ maka saluran pemasaran kurang efisien (Soekartawi, 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran biasa disebut juga sebagai saluran distribusi. Panjang pendeknya saluran pemasaran

Rp.6.172,32/Kg



Gambar 1. Saluran pemasaran karet pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran ojol pada petani pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan hanya ada satu saluran yaitu dari petani yang menjual hasil ojolnya kepada pedagang pengumpul kecil/agen, kemudian pedagang pengumpul kecil/agen menjual kepada pedagang pengumpul besar dan pedagang pengumpul besar menjual langsung ke pabrik yaitu PT. Tirta Sari Surya di Rengat.

Petani pola swadaya melakukan kegiatan pemanenan dan pemasaran setiap satu minggu sekali. Pedagang pengumpul selaku pembeli ojol melakukan penjemputan ke kebun

yang dilalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung pada beberapa faktor, diantaranya: jarak antara produsen dan konsumen, cepat tidaknya produk rusak, skala produksi, dan terakhir posisi keuangan pengusaha (Hanafiah dan Saefuddin, 1986) dalam Amir (2005).

Saluran pemasaran karet pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.

petani dan menimbang hasil ojol di kebun milik petani. Sistem pembayaran ojol karet milik petani karet pola swadaya dilakukan secara tunai/pembayaran dilakukan ditempat oleh pedagang pengumpul kecil/agen setelah ojol selesai ditimbang.

Kemudian bila terdapat petani yang memiliki hutang pada pedagang kecil/agen maka pedagang kecil/agen yang bersangkutan akan memberikan harga beli (potongan harga) yang lebih rendah dari harga petani yang tidak memiliki hutang. Biasanya pembayaran hutang ini dilakukan dengan cara dicicil yang diperoleh dari potongan harga yang telah ditetapkan oleh pedagang kecil/agen dalam setiap kegiatan pemasaran.

Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Karet

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima petani produsen. Efisiensi pemasaran merupakan rasio yang mengukur keluaran atau produksi komoditas pertanian suatu sistem atau proses untuk setiap unit masukan dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran (*output*) yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran komoditas pertanian.

Suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila: (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya; (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran (Mubyarto, 1986 dalam Rahim dan Hastuti, 2007).

Besarnya nilai efisiensi pemasaran turut dipengaruhi oleh nilai dari margin pemasaran, semakin besar nilai margin pemasaran yang ada, maka semakin tidak efisien begitu pula sebaliknya. Semakin tinggi nilai persentase efisiensi pemasaran, maka pemasaran tersebut tidak efisien, dan sebaliknya semakin kecil nilai persentase efisiensi pemasaran, maka pemasaran semakin efisien (Vermila, 2011). Untuk melihat perhitungan dari analisis margin dan efisiensi pemasaran pola swadaya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis margin dan efisiensi saluran pemasaran karet pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan

No	Keterangan	Pola swadaya		
		Harga	Biaya	Persentase
		(Rp/Kg)		(%)
1.	Petani			
	1. Harga jual	6.172,32		30,00
	2. Biaya			
	a. Penyusutan 6,07%		374,75	
	Total biaya		374,75	24,35
	Keuntungan	5.797,57		
2.	Pedagang pengumpul kecil/agen			
	1. Harga beli	6.172,32		30,00
	2. Biaya pemasaran			
	a. Transportasi		62,63	
	b. Upah muat dan timbang		94,63	
	c. Penyusutan 5%		335,00	
	Total biaya		491,63	31,95
	3. Harga jual	6.700,00		32,57
	4. Margin	527,68		
	5. Keuntungan	36,05		
3.	Pedagang pengumpul besar			
	1. Harga beli	6.700,00		32,57
	2. Biaya pemasaran			
	a. Transportasi		25,45	
	b. Upah muat dan timbang		100,00	
	c. DO		6,00	
	d. Upah bongkar di pabrik		2,00	
	e. Penyusutan 7%		539,00	
	Total biaya		672,45	43,70
	3. Harga jual	7.700,00		37,43
	4. Margin	1.000,00		
	5. Keuntungan	327,55		
4.	Pabrik			
	1. Harga beli	7.700,00		37,43
5	Total margin	1.527,68		
6	Total biaya pemasaran		1.538,83	
7	Efisiensi pemasaran			19,98

Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran karet pola swadaya yang terjadi di Kecamatan Pangkalan Kuras merupakan saluran pemasaran tingkat dua (*two level channel*) dimana rantai pemasaran terdiri dari petani-pedagang pengumpul kecil/agen-pedagang pengumpul besar-pabrik.

Harga jual ojol petani swadaya adalah Rp.6.172,32/Kg. Berdasarkan Tabel 1 pada saluran pemasaran karet pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras memiliki total biaya pemasaran sebesar Rp.1.538,83/Kg, total margin

pemasaran sebesar Rp.1.527,68/Kg dan efisiensi pemasaran sebesar 19,98 persen. Selain biaya-biaya yang telah dijelaskan sebelumnya pedagang pengumpul juga menanggung penyusutan dari karet yang dibelinya dari petani dari berat awal hingga saat sampai di pedagang pengumpul besar dan pabrik, sehingga pedagang menetapkan potongan kadar air pada hasil ojol milik petani dengan rata-rata 6,07 persen. Potongan ini dianggap mampu memberikan keuntungan sebagai akibat dari penyusutan pada ojol yang terjadi selama proses pemasaran pedagang.

Pemasaran ojol karet pada pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan ini dapat dikatakan sudah efisien dan baik. Hal ini dapat dilihat dari nilai efisiensi pemasaran sebesar ≤ 50 persen yaitu sebesar 19,98 persen dan selisih harga yang tidak terlalu besar antara pabrik dengan petani dan tidak ada diskriminasi/penekanan harga sepihak oleh pabrik maupun pedagang pengumpul sehingga harga yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran dapat dikatakan sudah adil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Saluran pemasaran karet pada pola swadaya di Kecamatan Pangkalan Kuras hanya terdapat satu saluran pemasaran, dimana rantai saluran pemasaran yang terjadi adalah petani-pedagang pengumpul kecil/agen-pedagang pengumpul besar-pabrik.

Harga beli ojol yang diterima oleh petani pola swadaya dari pedagang pengumpul kecil/agen adalah Rp.6.172,32/Kg dan memiliki

total biaya pemasaran sebesar Rp.1.538,83/Kg, total margin pemasaran sebesar Rp.1.527,68/Kg dan efisiensi pemasaran sebesar 19,98 persen.

Saran

Perlu adanya kebijakan harga dasar getah karet dari pemerintah berdasarkan *grade* dan kualitasnya sehingga harga karet pola swadaya mampu bersaing dengan pola plasma atau pola yang lain.

Sebaiknya pemerintah mengupayakan pendirian pabrik karet di Kabupaten Pelalawan, karena hingga saat ini belum ada pabrik karet yang beroperasi di daerah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M.T. 2005. **Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan**. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Pelalawan. 2013. **Luas Perkebunan dan Produksi Karet di Kabupaten Pelalawan Menurut Kecamatan**. Pangkalan Kerinci.
- Rahim dan Hastuti. 2007. **Pengantar, Teori dan Kasus: Ekonomika Pertanian**. PT Penebar Swadaya, Depok.
- Soekartawi, 2002. **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasinya**. PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi, 2003. **Teori Ekonomi Produksi**. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. **Pemasaran Pertanian**. Aspenerbit

Universitas Muhammadiyah
Malang (UMM Press).
Malang.

Vermila, C. V.M . 2011. **Studi Agribisnis Jamur Merang (Kasus Pada UD. Volva Agroindo) di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.** Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Pekanbaru.