

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN DAN TRANSMISI HARGA KARET  
(*Hevea brasiliensis*) PADA PETANI SWADAYA DI DESA PULAU JAMBU  
KECAMATAN KUOK KABUPATEN KAMPAR**

**AN ANALYSIS OF MARKETING CHANNEL AND PRICE TRANSMISSION  
OF RUBBER (*Hevea brasiliensis*) AT RUBBER FARMER OF PULAU JAMBU  
VILLAGE OF KUOK DISTRICT OF KAMPAR REGENCY**

**Tanti Oktaria<sup>1</sup>, Ermi Tety<sup>2</sup>, Evy Maharani<sup>2</sup>**  
**Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau**  
***oktha.bummie@yahoo.com;082381774471***

**ABSTRACT**

This research aim is to know and analyze: 1. The channel, margin of karet marketing and karet marketing efficiency. 2. The correlation between the price of karet from factory and the price of karet in farmer level. 3. The influence of karet price changing of factory to farmer level at Pulau Jambu Village of Kuok District of Kampar Regency. The research method is used of survey method. The sampling method is purposive sampling of 40 farmers. And the second sampling of merchant is using snowball sampling method that come to marketing channel. The research result shows that in Pulau Jambu Village of Kuok District of Kampar Regency have one rubber marketing channel (homogeneity). That is farmer to collector merchant to factory. The lowest price in farmer level is Rp. 7.075/kg, and the highest price level is Rp. 11.450/kg. Then the lowest price of factory is Rp. 9.350/kg. And the highest price level of factory is Rp. 13.250/kg. The average price level of the farmer level on period Juli 2013 up to Juni 2014 is Rp. 9.096,53 and the average price level on factory is Rp. 11.267,57. The margin level of marketing channel between the price farmer level and factory is Rp. 2.171,04 and marketing efficiency is 4,49%. The correlation value between the price in farmer level and factory level is 0,95%. The value of the elasticity of price transmission between the price received from farmers and the price of karet by factory was 0,95%.

**Keywords : Marketing Channels, Marketing Margins, Price Transmission  
Elasticity, Rubber Farmers**

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau

<sup>2</sup> Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Riau



## PENDAHULUAN

Sejak awal pembangunan peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Pembangunan sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, serta mendorong kesempatan berusaha (Soekartawi, 2005).

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang memiliki luas areal terbesar dan produksi tertinggi di Indonesia. Pada tahun 2004 luas perkebunan karet-rakyat di Riau mencapai 359.091 ha atau 12,97 % dari luas total perkebunan rakyat Indonesia. Sementara luas perkebunan rakyat di Indonesia mencapai sekitar 86 % dari seluruh luas perkebunan karet total 3,26 juta hektar (Sadikin, 2008). Tahun 2012 jumlah total luas areal perkebunan karet di Provinsi Riau mencapai 395.917 ha dengan total produksi sebesar 446.447 ton yang terdiri dari luas areal perkebunan rakyat sebesar 359.023 ha dengan jumlah produksi sebesar 395.422 ton sedangkan luas areal untuk Perkebunan Besar Negara mencapai 14.642 ha dengan jumlah produksi 15.206 ton serta luas areal Perkebunan Besar Swasta mencapai 22.252 ha dengan jumlah produksi 35.819 ton (Statistik Karet Indonesia, 2011).

Desa Pulau Jambu merupakan salah satu desa di Kecamatan Kuok yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian pokok sebagai petani karet. Jumlah penduduk berdasarkan pendataan pada hasil

rekapitulasi data tahun 2008 berjumlah 2.859 jiwa dengan jumlah kepala keluarga (KK) adalah 684 KK yang terbagi dalam 4 dusun (Sungai Betung, Kampung Baru, Kampung Panjang dan Pulau Jambu), yang terdiri 16 rukun tetangga dan 7 rukun warga dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani karet. Desa Pulau Jambu memiliki luas lahan karet yaitu 1.517 ha dengan total produksi 954kg/ha/th.

Petani karet rakyat di Desa Pulau Jambu pada umumnya digolongkan menjadi tiga kelompok petani yaitu : petani pemilik, petani penyadap dan petani pemilik penyadap. Kelompok petani pemilik adalah petani karet yang umumnya memiliki areal perkebunan karet yang cukup luas sehingga membuat petani tersebut tidak mampu untuk memanen (menyadap) sendiri lahan perkebunan karet yang dimilikinya. Kelompok ini umumnya berperan dalam persiapan tanam serta melakukan perawatan seperlunya hingga tanaman karet siap untuk disadap lalu buruh potong yang menyadap tanaman karet tersebut.

Sistem bagi hasil merupakan pola yang umum dilakukan dalam jalinan kemitraan antara pemilik dan penyadap biasanya dengan pola-pola 1:2 dan 1:3. Pada sistem bagi hasil 1:2 (50:50) artinya, hasil yang diperoleh dibagi dua antara petani pemilik dan penyadap. Namun disini, penyadap hanya melakukan pekerjaan menyadap saja. Kemudian pada sistem bagi hasil 1:3 (70:30) artinya, hasil yang diperoleh 70% untuk penyadap dan 30% untuk petani pemilik. Pekerjaan yang dilakukan oleh penyadap yaitu menyadap dan membersihkan kebun karet milik petani pemilik.

Kelompok petani karet rakyat kedua adalah petani penyadap yang umumnya adalah petani yang tidak memiliki lahan karet sendiri. Fenomena yang ditemukan dalam usaha perkebunan karet rakyat khususnya yang dikelola dengan sistem bagi hasil adalah penguasaan teknologi yang kurang oleh buruh potong sebagai tenaga sadap dan pengolahan getah menjadi bokar yang siap dipasarkan. Dan kelompok ketiga adalah petani pemilik penyadap, dimana dalam hal ini petani memiliki lahan sendiri dan melakukan panen (menyadap) sendiri tanpa diupahkan kepada orang lain. Tidak hanya dalam hal penyadapan, perawatan kebun karet juga dilakukan sendiri oleh pemilik lahan perkebunan karet.

Kondisi harga jual karet yang terjadi pada komoditi karet rakyat di Desa Pulau Jambu selalu berfluktuasi. Dengan kata lain dari waktu ke waktu perubahan harga ojol sering terjadi dari pedagang ke petani karet. Pada Desa Pulau Jambu, terjadi penurunan harga ojol. Harga normal biasanya berkisar antara Rp. 15.000 – Rp. 16.000/ kg. Namun pada kenyataannya sekarang harga ojol turun drastis menjadi Rp. 8.000/ kg. Menurut keterangan yang didapat di lapangan, hal ini disebabkan oleh hari raya Cina (Imlek). Karena, pada waktu hari raya Cina (imlek) sebagian besar pabrik karet yang berada di Kota Pekanbaru dan Bangkinang ditutup. Penutupan pabrik karet ini berlangsung antara 4 – 5 hari. Sehingga pada saat pabrik buka kembali pasokan ojol yang dikirim ke pabrik sangat banyak dan hal ini adalah salah satu penyebab turunnya harga ojol.

Petani karet seperti pada usahatani lainnya sangat berespon terhadap harga jualnya. Harga yang layak membuat petani lebih bergairah dalam meningkatkan produktivitasnya agar dapat meningkatkan pendapatannya. Sebaliknya jika harga rendah petani cenderung kurang merawat tanamannya karena memperhitungkan biaya yang dikeluarkan. Persoalan harga ditingkat petani erat kaitannya dengan masalah transmisi harga dari lembaga pemasaran di atasnya. Kedudukan petani yang lemah dan selaku penerima harga seringkali tidak mendapatkan harga yang layak karena masalah transmisi harga.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar Provinsi Riau terhitung Bulan Maret 2014 sampai dengan Desember 2014.

### **Metode Pengambilan Sampel dan Data**

Penelitian ini menggunakan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* terhadap petani karet pola swadaya di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Jumlah keseluruhan petani karet yang terdapat pada Desa Pulau Jambu adalah 503 orang (4 Dusun). Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 40 orang petani karet dengan catatan masing – masing dusun diambil 10 orang petani karet. Pengambilan sampel terhadap pedagang dan di pabrik karet melalui metode *snowball*

*sampling* dengan mengikuti arah saluran pemasarannya.

Data yang diambil terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada petani dan pedagang sampel serta pabrik dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu serta dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder yang diperlukan diperoleh dari instansi terkait yaitu Dinas Perkebunan Provinsi Riau dan Kabupaten Kampar, Biro Pusat Statistik (BPS) serta literatur-literatur lainnya yang terkait dengan penelitian.

### Analisis Data

Menurut Sudiyono (2011) secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat pabrik (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat pedagang pengumpul (Rp/kg)

Menurut Sheperd dalam Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya dengan total nilai aproduk yang dipasarkan, sehingga dapat dirumuskan kedalam bentuk:

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

Keterangan:

EPs = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Untuk mencari korelasi antara harga yang dibayarkan pabrik dengan

harga yang diterima petani, dihitung dengan menggunakan rumus (Sudiyono, 2001):

$$r = \frac{\sum Pr \cdot \sum Pf}{(\sum Pr^2 \cdot \sum Pf^2)^{0,5}}$$

Keterangan:

r = Korelasi antara harga ditingkat pabrik dengan harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat pabrik (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran

PT Bangkinang (Bangkinang) berada di Jalan M. Yamin Kabupaten Kampar. PT. Bangkinang (Bangkinang) berdiri pada tahun 1950. PT. Bangkinang (Bangkinang) memiliki karyawan sebanyak 100 orang yang bergerak dalam bidang pengolahan karet menjadi bahan setengah jadi untuk diekspor yang memiliki kapasitas 5000 Kg per jam. PT. Bangkinang (Bangkinang) mengelola karet yang berasal dari kebun petani dari daerah sekitar Kampar. Pabrik ini juga memberikan penetapan pada pemberian grade pada karet yang diterima untuk dibelinya. Bagi pabrik, karet dengan grade A yang memiliki kualitas terbaik harganya lebih tinggi dibanding karet dengan grade B dengan ciri-ciri terdapat tatal kayu, tanah batu, dan tinggi kandungan airnya, karet dengan grade B diberikan harga lebih rendah.

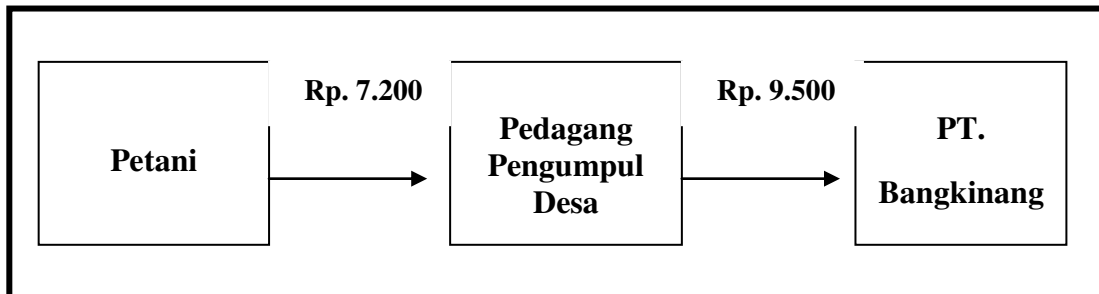
Menurut Taufik (2005) menjelang barang sampai ke tangan konsumen, produsen biasanya menyalurkan lewat beberapa tahapan perantara pemasaran. Tahapan ini kita

sebut dengan istilah level yang terdiri dari:

- a. zero level channel (*direct marketing*), produsen manufaktur langsung ke pelanggan
- b. one level channel (produsen – peritel - konsumen)
- c. two level channel (produsen – wholesaler – peritel – konsumen)

Pada saat panen tiba, pedagang pengumpul menjemput langsung hasil panen karet petani ke masing – masing lahan petani. Sehingga petani tidak

perlu mengantar hasil panennya ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul tidak terikat dengan lembaga yang lain. Setelah menjemput hasil panen petani dan membelinya, pedagang pengumpul langsung mengantar karet tersebut ke pabrik Maka dapat disimpulkan saluran pemasaran yang terjadi pada Desa Pulau Jambu adalah saluran pemasaran tingkat dua (*one level channel*).



Gambar diatas menunjukkan saluran pemasarann karet yang ada di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian dilapangan diketahui bahwa saluran pemasaran karet pada petani karet di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar yaitu dari petani menjual kepedagang pengumpul desa kemudian pedagang pengumpul desa langsung menjual ke pabrik yaitu PT. Bangkinang (Bangkinang).

Lama penyimpanan karet sebelum dibawa ke pabrik biasanya 1 minggu, dan yang paling cepat adalah setelah pedagang pengumpul membeli menjemput karet langsung diantar ke pabrik. Dalam saluran pemasaran ini, tidak ada petani yang mengeluarkan biaya upah. Karena semua responden mengerjakan lahannya masing –

masing tanpa diupahkan baik dalam hal pemanenan maupun perawatan lahan karet. Harga jual karet dari petani ke pedagang pengumpul pada minggu ke dua bulan Juni 2014 adalah Rp. 7.200,00/kg sedangkan harga jual pedagang pengumpul ke pabrik pada minggu dan bulan yang sama adalah Rp. 9.500,00/kg. Sistem pembayaran pada pemasaran karet di Desa Pulau Jambu yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah dibayar secara langsung/ tunai setelah dilakukan penimbangan hasil panen karet petani.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul antara lain adalah biaya transportasi dimana biaya rata – rata yang dikeluarkan adalah sebesar Rp. 167,74/Kg, biaya transportasi dapat diketahui dari berat atau jumlah karet yang dibawa ke pabrik dan juga dari

jarak tempuh ke pabrik tersebut. Kemudian, selain biaya transportasi pedagang pengumpul juga mengeluarkan biaya penimbangan dan bongkar muat yaitu sebesar Rp. 135,56/Kg, biaya bongkar muat dan penimbangan dapat diketahui melalui harga yang ada dipasaran. Biaya lainnya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya pos masuk ke pabrik yaitu sebesar Rp. 0,50/Kg. Pedagang pengumpul tidak menggunakan biaya DO (Delivery Order), hal ini dikarenakan jarak tempuh ke pabrik tidak terlalu jauh sehingga pedagang pengumpul tidak memerlukan biaya DO tersebut.

Apabila rantai saluran pemasaran yang dilakukan semakin pendek maka pemasaran karet yang akan dipasarkan semakin efisien. Hal ini dikarenakan dengan pendeknya saluran pemasaran, petani tidak terlalu ditekan dengan harga yang rendah oleh pedagang pengumpul. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terjadi di Desa Pulau Jambu adalah saluran pemasaran tingkat satu dimana pedagang pengumpul akan mengambil hasil panen petani dan dilakukan penimbangan kemudian diantar langsung ke pabrik tanpa melalui perantara pedagang lainnya.

**Tabel1. Analisis saluran pemasaran, Margin Pemasaran, dan Efisiensi Pemasaran pada Petani Karet di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok**

No	Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin	Jumlah (Rp/kg)	(%)
<b>1</b>	<b>Petani</b>		
	1. Harga Jual	9.096,53	44,67
	2. Penyusutan 6%	545,79	
	3. Keuntungan	8.550,53	
<b>2</b>	<b>Pedagang pengumpul</b>		
	1. Harga Beli	9.096,53	44,67
	2. Harga Jual	11.267,57	55,33
	3. Biaya Pemasaran	167,74	
	a. Biaya Transportasi	31,68	0,16
	b. Biaya pos masuk	0,50	
	c. Biaya bongkar muat & penimbangan	135,56	0,67
	4. Penyusutan 3%	338,03	
	5. Keuntungan	1.665,27	
<b>3</b>	<b>PABRIK</b>		
	A. Harga Beli	11.267,57	
<b>4</b>	<b>Margin Pemasaran</b>	2.171,04	
<b>5</b>	<b>Efisiensi Pemasaran</b>		4,49
<b>6</b>	<b>Total Nilai Produk</b>	11.267,57	

Sumber: Data Olahan 2014

### Efisiensi Pemasaran

Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran. Potensi-potensi perbaikan efisiensi dapat dilakukan dengan mengacu pada perbandingan output pemasaran dan biaya pemasaran ini. Efisiensi pemasaran dapat dilihat dan diketahui dengan melihat panjang pendeknya saluran pemasaran dalam memasarkan karet. Semakin panjang saluran

pemasaran yang akan di lewati semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, maka semakin kecil efisiensi pemasaran. Selain itu efisiensi juga dapat dilihat dari margin, biaya dan keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran yang ada dalam lembaga pemasaran tersebut. Pada Tabel 1, efisiensi pemasaran yang didapatkan adalah 4,49%. Hal ini karena terdapat satu saluran pemasaran karet dan juga biaya pemasaran karet yang dikeluarkan tidak tinggi pada Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar.

Alasan mengapa biaya pemasaran karet yang dikeluarkan tidak tinggi adalah pemasaran dikatakan efisien apabila telah memenuhi dua syarat, yaitu mampu menyampaikan hasil atau produk dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah – murahnya dan mampu melakukan pembagian yang adil kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk tersebut (Sudiyono, 2011).

### Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen. Komponen dari margin pemasaran adalah biaya-biaya yang diperlukan lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran (Sudiyono, 2001).

Dalam penelitian ini didapatkan margin pemasaran sebesar Rp. 2.171,04/kg. Pembahasan mengenai biaya pemasaran dan

keuntungan lembaga pemasaran tidak dirinci karena data yang digunakan adalah data time series (data berkala) yaitu dari Juni 2013 sampai dengan Juni 2014. Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga yang dibayarkan oleh pabrik dengan harga yang diterima oleh petani swadaya yang kemudian dihitung rata – rata margin pemasaran karet di Desa Pulau Jambu kecamatan Kuok. Untuk data yang lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 2

**Tabel 2. Harga Rata - rata Karet di Tingkat Pedagang Pengumpul dan Petani Serta Margin Pemasaran Selama Periode Juli Tahun 2013 – Juni Tahun 2014 (dalam satuan Rp/Kg)**

No	Bulan	Harga rata -rata Pedagang (Pf)	Harga rata - rata Pabrik (Pr)	Selisih (Pr - Pf)
1	Juli	9,600.00	11,466.67	1,866.67
2	Agustus	8,950.00	11,250.00	2,300.00
3	September	11,025.00	13,212.50	2,187.50
4	Oktober	11,450.00	13,250.00	1,800.00
5	November	10,666.67	12,800.00	2,133.33
6	Desember	10,175.00	12,525.00	2,350.00
7	Januari	9,100.00	11,556.67	2,456.67
8	Februari	8,350.00	10,875.00	2,525.00
9	Maret	7,966.67	9,900.00	1,933.33
10	April	7,450.00	9,625.00	2,175.00
11	Mei	7,075.00	9,400.00	2,325.00
12	Juni	7,350.00	9,350.00	2,000.00
<b>Total</b>		<b>109,158.34</b>	<b>135,210.84</b>	<b>26,052.50</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>9,096.53</b>	<b>11,267.57</b>	<b>2,171.04</b>

Sumber: Data Olahan 2014

Pada Tabel 2, dapat diketahui bahwa harga terendah ditingkat petani



berada pada bulan Mei 2014 yaitu Rp. 7.075,00/Kg dan harga tertinggi ditingkat petani berada pada bulan Oktober 2013 yaitu Rp. 11.450,00/Kg. Selanjutnya, harga terendah ditingkat pedagang berada pada bulan Juni 2014 yaitu Rp. 9.350,00/Kg sedangkan harga tertinggi berada pada bulan Oktober 2013 yaitu Rp. 13.250,00/Kg.

### Analisis Korelasi Harga

Korelasi adalah salah satu teknis statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang sifatnya kuantitatif. Keeratan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya biasa disebut dengan koefisien korelasi yang ditandai dengan ' $r$ '. Koefisien korelasi ' $r$ ' merupakan taksiran dari korelasi populasi dengan kondisi sampel normal (acak). Koefisien korelasi dapat digunakan untuk memberikan penafsiran sampai berapa jauh pembentukan harga suatu komoditas pada suatu tingkat pasar dipengaruhi oleh pasar lainnya. Untuk menentukan tingkat keeratan hubungan dalam analisis korelasi harga dapat diketahui dengan pedoman seperti pada tabel 5.

**Tabel 3. Tingkat Hubungan Dalam Analisis Korelasi**

Nilai $r$	Kriteria Hubungan	Integrasi Pasar
0	Tidak Ada Korelasi	Tidak Sempurna
0-0,5	Korelasi Lemah	Tidak Sempurna
>0,5-0,8	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
>0,8-1	Korelasi Kuat	Tidak Sempurna
1	Sempurna	Sempurna

Hasil perhitungan analisis korelasi harga ditingkat petani dengan

harga ditingkat pabrik dengan menggunakan perhitungan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi harga ( $r$ ) ditingkat petani dengan ditingkat pedagang sebesar positif 0,95. Artinya nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang kuat antara harga di tingkat pabrik dengan harga ditingkat petani. Dengan nilai  $r < 1$ , ini juga berarti kedua pasar berintegrasi tidak sempurna.

Keadaan ini sama halnya seperti yang terjadi di Desa Pulau Jambu, dimana pedagang pengumpul bertindak sebagai satu-satunya pembeli hasil panen karet petani sehingga petani tidak mempunyai opsi lain untuk menjual hasil panennya dan akibatnya petani selalu menerima berapapun harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul atau dengan kata lain petani selalu bertindak sebagai price taker.

### Analisis Transmisi Harga

Elastisitas transmisi merupakan perbandingan perubahan nisbi dari harga ditingkat pengecer dengan perubahan harga ditingkat petani. Apabila elastisitas transmisi lebih kecil dari satu ( $E_t < 1$ ) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% ditingkat petani. Apabila elastisitas transmisi lebih besar dari satu ( $E_t > 1$ ) maka perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga lebih besar dari 1% ditingkat petani. Apabila elastisitas transmisi sama dengan satu ( $E_t = 1$ ) maka perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% ditingkat petani.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien regresi  $b_1$  senilai 0,95. Nilai koefisien regresi ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga. Ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu  $<1$ . Berarti bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik, akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,95% ditingkat petani. Nilai elastisitas transmisi harga ( $b_1$ ) sebesar 0,95 (lebih kecil dari satu)  $<1$  juga mengindikasikan bahwa transmisi harga yang terbentuk antara pasar petani dengan pasar konsumen lemah sehingga struktur pasar yang terbentuk adalah bukan pasar persaingan sempurna (pasar monopsoni).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Pada Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok kabupaten Kampar hanya terdapat satu saluran pemasaran karet pada petani karet atau bersifat homogen. Margin pemasaran rata-rata dari pabrik ke petani selama periode Juli 2013 – Juni 2014 adalah sebesar Rp. 2.171,04 dan efisiensi pemasaran bernilai 4,49%.
2. Nilai korelasi harga untuk ditingkat petani dengan harga ditingkat pabrik adalah sebesar 0,95% yang artinya bahwa nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang tinggi antara harga ditingkat pabrik dengan harga ditingkat petani. Dengan nilai  $r < 1$ , berarti kedua pasar berintegrasi tidak sempurna. Integrasi pasar yang tidak sempurna maka struktur pasar yang terbentuk bukan merupakan pasar persaingan sempurna dan mengarah ke pasar monopsoni.
3. Nilai koefisien regresi  $b_1$  (0,95) nilai koefisien regresi  $b_1$  menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga. Nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ( $b_1 < 1$ ), ini berarti bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat Pabrik akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 95% ditingkat petani.

### Saran

1. Standar kualitas dari bokar yang akan dijual oleh petani sangat diperlukan berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh Pabrik dan bokar sebaiknya bersih dan petani tidak memasukkan tatal kayu atau semacamnya agar menambahkan berat pada bokar tersebut, serta adanya kontrak secara tertulis yang terjalin antara petani dan pedagang sehingga petani tidak lagi menjadi pihak yang dirugikan karena selama ini tidak dapat menentukan harga atau hanya menjadi penerima harga saja.
2. Petani karet khususnya yang ada di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar diharapkan dapat mengikuti perkembangan informasi harga karet yang telah ditetapkan oleh pabrik atau pedagang pengumpul guna menyikapi fluktuasi harga yang terjadi dan penekanan yang terjadi pada petani.
3. Perlu adanya lembaga koperasi yang menaungi hasil produksi karet dari para petani untuk menekan dan

memperkecil selisih margin pemasaran karet di Desa Pulau Jambu agar dapat meningkatkan pendapatan yang diterima petani.

4. Petani diharapkan untuk dapat mengikuti perkembangan informasi harga yang telah ditetapkan guna menyikapi fluktuasi harga yang terjadi dan penekanan yang terjadi pada petani. Informasi harga tersebut dapat diperoleh dari pedagang ataupun langsung dari pihak Pabrik karet.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adha Lestari, G. 2010. **Analisis Transmisi Harga Kelapa Sawit Dari Pabrik Kelapa Sawit (PKS) Ke Petani Swadaya Di Desa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar**. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan).
- Arifin, B. 2001. **Spektrum Kebijakan Pertanian Indonesia**. Penebit Erlangga. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Riau 2011. **Statistik Indonesia 2011**. BPS Provinsi Riau. Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik Riau 2012. **Statistik Indonesia 2012**. BPS Provinsi Riau. Pekanbaru.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar. 2009. **Perkebunan Kampar Dalam Angka**. Bangkinang.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar. 2012. **Perkebunan Kampar Dalam Angka**. Bangkinang.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar. 2013. **Luas Areal Perkebunan Menurut Kecamatan Di Kabupaten Kampar**. Kampar. Bangkinang.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar. 2013. **Produksi Komoditas Perkebunan Karet Menurut Kecamatan di Kabupaten Kampar**. Kampar. Bangkinang.
- Eldi. 2009. **Analisis Pola Pemasaran Sawit Pola Swadaya di Desa Melayu Kecamatan Tanah Putih Tanjung Melawan Kabupaten Rokan Hilir**. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan).
- Herlon, Meki. 2010. **Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Pola Swadaya Di Kecamatan Dayun Kabupaten Siak**. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan).
- Irawan, B. 2007. **Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah**. Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian. Volume 5 No. 4, Desember 2007 : 358-373.  
<http://pse.litbang.deptan.go.id/idn/pdf/files/ART5-4c.pdf>.  
Diakses pada tanggal 20-03-2014 jam 15.03.
- Kotler, Philip. 2007. **Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian**, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Salemba Empat. Jakarta.
- Ningsih, Fitria. 2013. **Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Analisis Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Pada Petani Karet Swadaya Di Desa Sawah Kecamatan Kampar**

- Utara Kabupaten Kampar** .  
Universitas Riau, Pekanbaru  
(Tidak dipublikasikan).
- Rahim. A dan Diah Retno Dwi  
Hastuti. 2007. **Ekonomika  
Pertanian**. Penebar Swadaya.  
Depok.
- Renaldi. 2011. **Analisis Pemasaran  
Karet (*Havea Brasiliensis*) di  
Desa Batubelah Kecamatan  
Kampar Kabupaten Kampar**.  
Universitas Riau, Pekanbaru  
(Tidak dipublikasikan).
- Setiawan, Muhamad. 2011. **Analisis  
Saluran Pemasaran Dan  
Transmisi Harga Tandan  
Buah Segar (Tbs) Kelapa  
Sawit Pada Petani Swadaya  
Di Kelurahan Sorek Satu  
Kecamatan Pangkalan Kuras  
Kabupaten Pelalawan**.  
Universitas Riau, Pekanbaru  
(Tidak dipublikasikan).
- Simanjuntak, 2001. **Pembagian Usia  
Produktif dan Jumlah  
Penduduk**. Penerbit Sinar  
Grafika. Jakarta.
- Soekartawi. 2004. **Agribisnis Teori  
dan Aplikasinya**. Penerbit PT  
RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. **Prinsip Dasar  
Ekonomi Pertanian**. Jakarta.  
PT Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi, 2005. **Agribisnis Teori  
Dan Aplikasinya**. Raja Grafindo  
Persada : Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. **Pemasaran  
Pertanian**. Penerbit Universitas  
Muhammadiyah  
Malang (UMM Press). Malang.
- Suharyanto. 2005. **Analisis  
Pemasaran dan Tataniaga  
Anggur di Bali**.  
[http://ejournal.unud.ac.id/abstra  
k/\(2\)%0soca-](http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/(2)%0soca-)

[suharyanto%20dan%20parwati  
-pemasaran%20anggur\(1\).pdf](#).  
Diakses pada tanggal 20-03-  
2014 jam 15.45.