

**ANALISIS PEMASARAN DAN TRANSMISI HARGA PADA  
PETANI KARET POLA SWADAYA DI DESA GOBAH  
KECAMATAN TAMBANG KABUPATEN KAMPAR**

**MARKETING ANALYSE AND PRICE TRANSMISION ON RUBBER FARMER  
SWADAYA IN GOBAH VILLAGE TAMBANG DISTRICT  
KAMPAR REGENCY**

**Riat Shuhada<sup>1</sup>, Ermi Tety<sup>2</sup>, Suardi Tarumun<sup>2</sup>**  
**Kampus Bina Widya, Jalan H.R. Soebrantas Km 12,5 Panam-Pekanbaru**  
**Telp. (0761) 63270, Fax : 63271**  
**Website : unri.ac.id, email : faperta.unri.ac.id**  
**(Department of Agribusiness Faculty of Agriculture, University of Riau)**  
**Riat.suhada@gmail.com**

**ABSTRACT**

The purpose of this research is to know and analyse : 1) Channel, margin, marketing efficiency and farmer income; 2) Correlation between bokar payment from factory with price to farmer 3) Price influence (price transmission elasticity) bokar at factory level and price at farmer level 4) Market structure. This research using survey method. Doing sampling by *purposive sampling* on 20 rubber farmer with life plant around 15-25 years old. Doing sampling on seller and factory by using *snowball sampling* method with follow it's marketing channel. The result at Gobah Village Tambang District kampar Regency there is on marketing channel (homogen). Farmer to the seller and the seller to factory. The lowest price at farmer level Rp.5.550 /kg, the highest price at farmer level Rp. 9.400/kg, the lowest price at factory level Rp. 7.025/kg, the highest price at factory level Rp. 10.925/kg. Farmer income marketing margin which price payed by factory to the seller since Febuari 2014-Januari 2015 around Rp.1,58,33 and farmer income around 75.25% marketing efficiency around 16.88%. Correlation value at farmer level and price at factory level 0,924%. Price transmission elasticity at farmer level and at factory level around 0.850%. Market structure are dominan market with kr 68,1%.

***Keywords : Marketing, Margin, Price Transmision, Elasticity and market structure***

---

**PENDAHULUAN**

Sejak awal pembangunan peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia tidak perlu diragukan lagi. Pembangunan sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produktifitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan kebutuhan industri dalam negri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja, serta

mendorong kesempatan berusaha (Soekartawi, 2005).

Di dalam sektor pertanian terdapat salah satu subsektor yaitu perkebunan yang merupakan pendukung utama sektor pertanian dalam menghasilkan devisa negara. Salah satu subsektor di dalam bidang perkebunan adalah tanaman karet. Tanaman karet merupakan salah satu komoditas ekspor perkebunan andalan. Bahkan Indonesia pernah menjadi

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau
2. Dosen Fakultas Pertanian Universitas Riau

produsen karet alam nomor satu di dunia yang sebagian besar tanaman ini diusahakan oleh rakyat. Namun, kedudukan Indonesia sebagai produsen karet alam dunia kini telah diduduki oleh Malaysia dan Thailand. Hal ini diakibatkan oleh luas areal yang dimiliki tidak seimbang jumlah produksi dan mutu (Barani, 2012).

Karet merupakan komoditi perkebunan yang menjadi salah satu sumber mata pencarian utama perekonomian masyarakat di Kabupaten Kampar dan telah diusahakan secara turun temurun oleh masyarakat setempat. Ketergantungan ekonomi masyarakat terhadap komoditas karet tersebut dapat dilihat dari dominannya luas tanaman kebun karet rakyat, yakni mencapai 92.168 ha pada tahun 2012 dari total luas perkebunan karet yang ada di Provinsi Riau per kabupatennya yang berjumlah 480.929 ha. Maka dari data tersebut Kabupaten Kampar adalah kabupaten terbesar dalam mengusahakan perkebunan karet.

Desa Gobah merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Desa Gobah memiliki areal perkebunan karet yang cukup luas yaitu 1.093 ha pada tahun 2013 dari total 4.891 ha perkebunan karet yang ada di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Oleh sebab itu, sebagian besar penduduk bermata pencarian pokok sebagai petani karet.

Adapun tujuan dari Penelitian ini (1). Menganalisis saluran, margin, biaya pemasaran, bagian yang diterima petani dan efisiensi pemasaran bokar. (2) Mengetahui korelasi atau hubungan antara harga bokar yang dibayarkan pabrik dengan harga yang diterima petani bokar. (3). Menganalisis pengaruh perubahan harga (transmisi harga) bokar ditingkat pabrik dengan harga ditingkat petani. (4). Menganalisis struktur pasar yang ada.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat Dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Lokasi penelitian ini ditentukan

secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan karena Desa Gobah menghasilkan produksi karet yang terbanyak di Kecamatan Tambang yang luas produksi 1.093 ha dari total 4.891 hektar di tahun 2013. Kecamatan Tambang merupakan desa atau daerah pengembangan pertanian khususnya perkebunan karet. Jumlah petani yang ada sebanyak 515 KK.

Waktu penelitian ini dilakukan selama enam bulan, mulai dari Bulan Desember 2014 sampai dengan Bulan Maret 2015, dengan tahapan kerja pembuatan proposal, pelaksanaan, dan penyusunan laporan skripsi.

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

Penelitian ini menggunakan metode survey. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* terhadap petani karet pola swadaya di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Kreteria pengambilan sampel berdasarkan umur tanaman 15-25 tahun dan luas tanaman 1-3 ha, jumlah sampel untuk petani ditentukan dari jumlah populasi yaitu 515 KK petani swadaya. Sehingga petani sampel yang diambil adalah sebanyak 20 KK 4 persen dari populasi petani karet swadaya di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Pengambilan sampel terhadap pedagang dan di pabrik melalui metode *snow ball sampling* dengan mengikuti 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 serta dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder yang diambil adalah data daerah penelitian yang meliputi letak, keadaan geografis, serta data-data lain yang mendukung penelitian yang didapatkan dari instansi yang berkaitan dengan penelitian ini.

## Analisis Data

Dari data yang diperoleh di daerah penelitian kemudian ditabulasi serta dianalisis disesuaikan dengan tujuan penelitian lalu diolah menggunakan metode analisis dengan rumus sebagai berikut:

### Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (Sudiyono, dalam Fitria Ningsih 2013).

$$MP = Pr - pf$$

Keterangan:

Mp = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat Pabrik (Rp/Kg)

Pf = Harga di tingkat pedagang pengumpul/petani (Rp/kg)

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari aktifitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan dengan mengetahui tingkat kompetisi dari pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi.

Menurut Silitonga (1999), karena dalam margin pemasaran terdapat dua komponen, yaitu komponen biaya dan komponen keuntungan lembaga pemasaran, maka:

$$MP = c + \pi$$

$$Pr - Pf = c + \pi$$

$$Pf = Pr - c - \pi$$

Keterangan:

C = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

$\Pi$  =Keuntungan lembaga pemasaran (Rp/Kg)

### Efisiensi Pemasaran

Menurut Shepherd dalam Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, dapat dirumuskan :

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

Keterangan :

EPs = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total nilai produk (Rp/Kg)

Artinya, semakin rendah atau kecil persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin efisien. Sebaliknya, semakin tinggi nilai persentase efisiensi pemasarannya maka semakin tidak efisien (Soekartawi, 2002).

### Bagian yang diterima Petani

Menurut Hanafiah dan Saefudin dalam Eldi (2009), untuk menghitung bagian yang diterima petani di gunakan rumus:

$$LP = \frac{HP}{HK} \times 100\%$$

Keterangan:

LP = Bagian atau persentase yang diterima petani (%)

HP = Harga yang diterima petani (Rp/kg)

Hk = Harga yang di terima pedagang pengumpul (Rp/kg)

### Analisis Korelasi Koefisien Harga

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 pabrik dengan harga ditingkat petani

Pr =Harga ditingkat pabrik/pedagang (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat Petani (Rp/Kg)

### Analisis Transmisi Harga

Analisis transmisi harga bertujuan untuk mengetahui penampakan pasar antara pasar tingkat produsen dan pasar tingkat konsumen (Azzaino, 1982 dalam Suharyanto, 2005). Pada penelitian ini, analisis transmisi harga diukur dari harga ditingkat petani dan PKS dengan menggunakan model regresi sederhana sebagai berikut:

$$Pf = \beta_0 P_r^{\beta_1} e$$

Jika ditransformasikan dalam bentuk linier:

$$L_n P_f = L_n \beta_0 + \beta_1 L_n P_r + e$$

Keterangan:

$\beta_0$  = Intersep

$\beta_1$  = Koefisien elastisitas transmisi harga

$P_r$  = Harga rata-rata ditingkat pengecer (Rp)

$P_f$  = Harga rata-rata ditingkat produsen (petani)(Rp)

$E$  = Gangguan stokhastik atas kesalahan (disturbance term)

Nilai koefisien regresi  $b_1$  menggambarkan besarnya elastisitas transmisi harga antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen. Jika  $b = 1$ , berarti perbedaan harga tingkat produsen dan konsumen hanya dibedakan oleh margin pemasaran yang tetap. Jika  $b > 1$ , persentase kenaikan harga tingkat konsumen lebih tinggi jika dibandingkan dengan tingkat produsen. Jika  $b < 1$ , persentase kenaikan harga tingkat konsumen lebih kecil dibanding tingkat produsen.

### Analisis Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara kuantitatif, yaitu menganalisis jumlah dan ukuran lembaga pemasaran dengan menghitung konsentrasi rasio. Konsentrasi rasio ( $K_r$ ) adalah perbandingan antara jumlah barang yang dibeli oleh pedagang. Kemudian dikalikan dengan 100% (Martin dalam Yuprin, 2009). Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$K_r = \frac{\text{Jumlah barang dibeli pedagang}}{\text{Jumlah barang dijual semua pedagang}} \times 100$$

Apabila ada satu pedagang yang memiliki nilai  $K_r$  minimal 95% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar monopsoni. Apabila ada empat pedagang memiliki nilai  $K_r$  minimal 80% maka pasar tersebut di katakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi tinggi. Apabila ada delapan pedagang memiliki nilai  $K_r$  minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni

konsentrasi sedang (Hay dan Marris dalam Yuprin, 2009)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Umum Daerah Penelitian

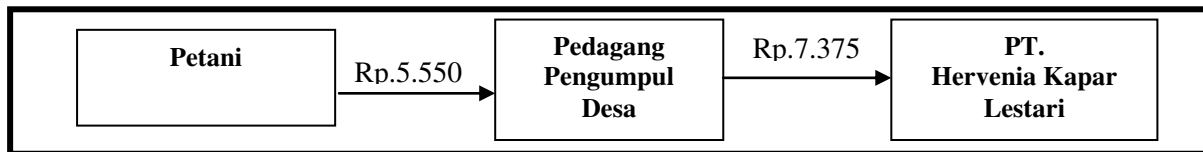
Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Gobah yang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar luas Desa Gobah sendiri 2400 ha. Wilayah administrasi desa dibagi menjadi empat dusun, yaitu Dusun Gobah, Dusun Tanjung, Dusun Ujung Pandang dan Dusun Padang Ateh. Berdasarkan orbisitas Desa Gobah berada pada jarak a) dari Ibu kota Kecamatan 8 km b) dari Ibu Kota Kabupaten 32 km dan c) dari Ibu kota Provinsi 32 km.

### 2. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran juga disebut dengan saluran distribusi dapat digambarkan sebagai suatu rute atau jalur. Saluran pemasaran bokar merupakan rantai atau aliran pemasaran karet dari petani sebagai produsen sehingga sampai kepada pabrik sebagai konsumen. Lembaga pemasaran adalah lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran bokar hingga sampai ke pabrik. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin (Sudiyono, 2001).

Sistem pemasaran karet rakyat pada dasarnya belum terorganisir dengan baik dan belum efisien. Hal ini disebabkan karena lokasi kebun rakyat yang tersebar, serta mutu atau kualitas bokar yang beragam. Penyebab lainnya adalah sistem penjualan bokar masih didasarkan atas berat basah, sehingga bokar yang diperdagangkan hanya berkadar 40-50%, selebihnya adalah air dan kotoran. Secara langsung kondisi ini menyebabkan biaya angkut yang tinggi dan ada resiko susut yang harus ditanggung lembaga pemasaran, dan pada akhirnya berpengaruh terhadap harga yang diterima petani. Dengan semakin besar biaya dan jasa pemasaran, maka bagian harga yang

diterima petani akan semakin rendah (Barani,2012).



**Gambar 1. Saluran Pemasaran Bokar oleh Petani Karet di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar pada Bulan Januari 2015.**

Gambar: 1. menunjukkan saluran pemasaran bokar yang ada di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Hasil penelitian diketahui saluran pemasaran bokar di Desa Gobah adalah bersifat homogen atau hanya terdapat satu saluran dimana dari petani menjual kepedagang pengumpul Desa kemudian pedagang pengumpul Desa langsung menjual ke pabrik yaitu PT. Hervenia Kampar Lestari.

Proses pemasaran bokar biasanya petani yang ada di Desa Gobah menjual bokarnya langsung ke pedagang dengan langsung mengantar hasil bokarnya ke tempat penimbangan dipedagang. Biasanya petani karet akan ramai menjual bokarnya pada hari selasa karna bertepatan dengan hari pasar di Desa Gobah. Pemasaran selanjutnya pedagang yang mengumpulkan bokar dari petani akan menjual langsung ke pabrik seminggu sekali pada hari kamis ke PT. Hervenia Kampar Lestari.

Saat rotasi panen tiba, pedagang pengumpul menunggu petani yang biasa menjual hasil bokar nya ke pedagang pengumpul yang sering membeli karet petani tersebut. Pemasaran yang dilakukan pedagang biasanya mengantar ke pabrik, setelah bokar terkumpul susai target sebanyak 2 - 4 ton dan langsung akan dijual ke pabrik. Dalam memasarkan bokar pedagang pengumpul tidak memakai nama DO (Delivery Order), hal ini dikarenakan jarak tempuh ke pabrik tidak terlalu jauh sehingga pedagang pengumpul tidak memerlukan biaya DO tersebut. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran karet yang terjadi di

Desa Gobah adalah saluran pemasaran tingkat satu (*one level channel*).

Sistem pendistribusian bokar dari pedagang pengumpul ke pabrik dilakukan secara langsung setelah pedagang pengumpul mengumpulkan bokar dari masing-masing petani kemudian langsung mengantarkan bokar ke pabrik. Dalam pemanenan bokar oleh petani mereka melakukan pemanenan secara sendiri tanpa diupahkan kepada orang lain. Adapun harga jual petani kepada pedagang pengumpul pada bulan Januari 2015 adalah Rp. 5.550,00/kg sedangkan pedagang pengumpul menjual ke pabrik karet dengan harga Rp. 7.375,00/kg.

Sistem pembayaran pada petani bokar yang ada di Desa Gobah adalah dengan cara pembayaran tunai. Pembayaran langsung atau tunai adalah pembayaran yang dilakukan secara langsung oleh pedagang pengumpul kepada petani saat Petani mengantar bokar ke pedagang.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dari tempat penimbangan atau rumah pedagang, sampai kepabrik adalah berupa biaya transportasi dimana rata-rata biaya transportasi adalah sebesar Rp. 83,33/Kg, besarnya biaya transportasi dilihat dari jarak pengambilan hasil panen karet dari pabrik. Kemudian biaya bongkar muat di pabrik sebesar Rp.50.00/kg dan rata-rata biaya pos masuk ke pabrik yaitu sebesar Rp. 5,00/Kg. serta pe--nyusutan Rp.1.106,00/kg dengan penyusutan kadar air 15 persen (Tabel 2). Sementara untuk biaya DO pedagang tidak dikenakan biaya sedikitpun. Rata-rata berat bokar dalam satu kali pemasaran oleh pedagang

pengumpul ke pabrik berkisar 2 – 4 ton saja. Pedagang pengumpul yang ada di Desa Gobah tidak memakai DO dari pabrik, karena dalam pembuatan DO berat minimal karet satu kali pemasaran ke pabrik berkisar 10-15 ton, oleh sebab itulah pedagang pengumpul memakai nama DO dari pedagang pengumpul dalam skala besar atau telah lama menjadi supplier pabrik. Jadi saat pedagang pengumpul mengantarkan bokar ke pabrik pedagang pengumpul memakai nama DO dari pedagang besar tadi.

Berdasarkan hasil penelitian rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul tidak jauh berbeda. Dikarnakan setiap pedagang mempunyai modal transportasi yang sama dimana setiap pedagang mempunyai kendaraan dan tenaga kerja dalam keluarga. Adapun yang

membedakan dari masing-masing pedagang pengumpul adalah dari jumlah hasil bokar yang didapat dari petani.

Karena dalam margin pemasaran terdapat dua komponen, yaitu komponen biaya dan komponen penerimaan lembaga pemasaran, maka margin pemasaran pada pemasaran bokar pada bulan Januari 2015 pada Tabel 2 dilihat dari segi biaya dan penerimaan. Margin pemasaran yang diperoleh adalah sebesar Rp. 1,825.00. Dalam pendistribusian bokar ke pabrik pedagang biasanya mengalami penyusutan sekitar 15 % dari muatan. Untuk melihat analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran serta rincian biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Analisis Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, dan Efisiensi Pemasaran pada Petani Karet di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar, Pada Bulan Januari Tahun 2015.**

| No       | Lembaga Pemasaran dan Komponen Margin | Jumlah (Rp/kg) | Persentase (%) |
|----------|---------------------------------------|----------------|----------------|
| <b>1</b> | <b>Petani</b>                         |                |                |
|          | 1. Harga Jual                         | 5.550,00       |                |
|          | 2. Penyusutan 7%                      | 385,50         |                |
|          | 3. Penerimaan                         | 5.161,50       |                |
| <b>2</b> | <b>Pedagang pengumpul</b>             |                |                |
|          | 1. Harga Beli                         | 5.550,00       | 42,94          |
|          | 2. Harga Jual                         | 7.375,00       | 57,06          |
|          | 3. Biaya Pemasaran                    | 1.243,25       |                |
|          | a. Biaya Transportasi                 | 82,00          | 6,60           |
|          | b. Biaya pos masuk                    | 5,00           | 0,40           |
|          | c. Biaya bongkar muat dan penimbangan | 50,00          | 4,02           |
|          | e. Penyusutan 15%                     | 1.106,25       | 88,98          |
|          | 4. Penerimaan                         | 581,75         |                |
| <b>3</b> | <b>PABRIK</b>                         |                |                |
|          | A. Harga Beli                         | 7,375,00       | 57,06          |
| <b>4</b> | <b>Margin Pemasaran</b>               | 1,825,00       |                |
|          | <b>Bagian yang di Terima Petani</b>   |                | 75,25          |
| <b>5</b> | <b>Efisiensi Pemasaran</b>            |                | 16,88          |
| <b>6</b> | <b>Total Nilai Produk</b>             | 7,375,00       |                |

Semakin pendek saluran pemasaran yang dilalui maka akan semakin efisien pemasaran bokar yang akan dipasarkan. Ini dikarenakan semakin pendek saluran

pemasaran yang akan dilalui maka petani tidak akan terlalu ditekan dengan harga yang terlalu rendah. Semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui maka

bagian yang akan diterima petani semakin sedikit. Hasil penelitian di Desa Gobah saluran pemasaran yang terjadi adalah saluran pemasaran tingkat satu. Artinya para pedagang pengumpul membeli bokar kepada petani dan langsung mengantar ke pabrik tujuan yaitu PT. Harvenia Kampar Lestari. Petani bokar di Desa Gobah menggunakan saluran pemasaran yang ada karena mereka tidak mempunyai opsi lain untuk memasarkan bokarnya ke pabrik.

Harga jual bokar ditingkat petani ditentukan dari mutu atau kualitas bokar yang dihasilkan petani, begitu juga dengan harga bokar tingkat pedagang di pabrik. Pada PT. Hervenia Kampar Lestari harga bokar dibagi menjadi tiga grade yaitu grade A, B dan C, akan tetapi pedagang pengumpul hanya membeli bokar yang bergrade A dan B dari petani yang ada di Desa Gobah. Dalam hal ini, grade A adalah yang mempunyai kualitas yang terbaik yaitu yang bersih dan tidak dimasukkan tatal atau tanah dan berat basahnya tidak terlalu tinggi. Sedangkan grade B adalah bokar yang kandungan airnya banyak dan terdapat kotoran seperti tatal dan tanah. Pabrik memberikan harga yang lebih tinggi terhadap grade A dibandingkan dengan grade B.

Pemotongan penyusutan dari pabrik ke pedagang pengumpul sesuai dengan grade yang telah ditetapkan pabrik. Pemotongan penyusutan dari pedagang ke petani setiap kali pemasaran adalah 7 % dari berat bokar yang dipanen, pemotongan ini dilakukan apabila petani memanen minimal satu hari sebelum pemasaran. Apabila petani memanen saat hari pasar atau mengantar bokar ke pedagang maka potongan penyusutan akan lebih tinggi yaitu 10-18 %, hal ini dilakukan karena bokar yang dipanen petani mengandung kadar air yang cukup tinggi.

Dalam pemanenan bokar petani karet di Desa Gobah pada umumnya jarang yang memberikan tatal kayu atau tanah

pada bokar yang mereka hasilkan, ini dikarenakan pedagang pengumpul telah memberi tahu da pengecekan, apabila ada bokar yang ketahuan mengandung banyak tatal atau tanah maka akan dihargai dengan harga yang murah bahkan bisa juga tidak jadi dibeli oleh pedagang pengumpul. Sebelum bokar ditimbang dan diangkat ke mobil biasanya pedagang pengumpul memeriksa bokar terlebih dahulu baru dilakukan penimbangan. Faktor penting yang menyebabkan harga bokar menjadi berbeda-beda adalah kualitas itu sendiri.

Pedagang pengumpul tidak dikenakan biaya DO (*delivery order*) dalam menjual bokarnya ke pabrik. Disini pedagang cukup mempunyai pegangan DO untuk memasarkan bokar kedalam pabrik. Pedagang bisa mendapatkan izin DO dengan memakai DO dari dalam pabrik atau pedagang dalam skala besar yang menjual bokar ke pabrik. Pada umumnya di Desa Gobah pedagang pengumpul memakai nama DO dari pedagang dengan skala besar yang telah terjalin sejak lama bersama karna ada satu ikatan kekerabatan. Selain berperan sebagai lembaga pemasaran bokar pedagang pengumpul juga menawarkan kepada petani berupa pinjaman sebelum waktu panen atau pemasaran tiba. Hal ini dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan petani sehingga petani tetap menjual hasil bokarnya kepada pedagang pengumpul tersebut.

Pada kenyataannya petani memiliki hak penuh untuk menjual hasil bokarnya kepada pedagang yang mereka kehendaki. Hal ini dikarenakan antara pedagang pengumpul dan petani di Desa Gobah tidak memiliki kontrak secara tertulis. Sehingga sebenarnya petani bisa menjual bokar kepada pedagang pengumpul yang membeli bokar lebih mahal. Dilain pihak pedagang pengumpul juga bebas menjual bokar ke pabrik manapun, tetapi berhubung pabrik yang terdekat adalah PT. Hervenia Kampar Lestari maka pedagang

pengumpul yang ada di Desa Gobah hanya menjual ke pabrik tersebut meskipun tidak ada kontrak secara tertulis yang mereka sepakati. Dalam pemasaran bokar ditingkat petani, pedagang pengumpul menentukan harga sendiri terhadap bokar yang dibelinya dari petani. Harga di pabrik ditentukan sesuai dengan harga yang ada dipasaran internasional. Fenomena yang terdapat di lapangan dimana kondisi harga karet mengalami penurunan tiap bulanya, yang mengakibatkan penurunan produksi karet dan berkurangnya pedagang pengumpul. Pedagang yang awalnya 6 orang pedagang menjadi 3 pedagang. Alasan pedagang antara lain mengalami kerugian terus menerus dimana produksi karet petani yang menjual ke pedagang tertentu berkurang sedangkan biaya yang dikeluarkan pedagang sampai ke pabrik tinggi.

### **3. Bagian yang Diterima Petani**

Untuk menghitung besarnya bagian yang diterima petani karet adalah dengan melihat perbandingan antara bagian harga pada petani dengan harga pada konsumen akhir. Dalam penelitian ini konsumen akhirnya adalah pabrik pengolahan karet (bokar). Dari hasil penelitian diketahui bahwa bagian yang diterima petani adalah sebesar 75,25 % (Tabel 1). Bagian yang diterima petani karet di Desa Gobah berada pada posisi 75,25 % , karena petani yang memasarkan bokar hanya melalui satu saluran saja, karena apabila semakin panjang saluran pemasaran yang dilalui maka semakin kecil bagian yang akan diterima petani.

### **4. Efisiensi Pemasaran**

Kata efisien berarti bagaimana caranya dengan biaya seminimal mungkin dan mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Sedangkan pemasaran dikatakan efisien apabila memenuhi dua syarat, yang pertama mampu menyampaikan hasil produksi kepada konsumen dengan harga yang paling murah dan mampu melakukan pembagian yang adil kepada semua pihak

yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran produk tersebut (Sudiyono, 2001).

Upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai efisiensi pemasaran adalah dengan cara meningkatkan output pemasaran ataupun dengan mengurangi biaya pemasaran yang dilakukan. Jadi efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan melihat pada perbandingan antara output pemasaran dan biaya pemasaran yang dilakukan. Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari panjang pendeknya saluran distribusi atau pemasaran yang dilakukan dalam proses pemasaran bokar. Artinya semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan maka akan semakin kecil efisiensi pemasaran yang dilakukan. Disamping itu efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dari margin pemasaran, biaya serta keuntungan yang didapatkan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Berdasarkan tabel 1, adapun efisiensi yang didapatkan adalah 16,88%. Hal ini dikarenakan lokasi pabrik yang tidak terlalu jauh sehingga biaya yang dikeluarkan tidak terlalu tinggi. Petani karet di Desa Gobah hanya menjual bokar kepada pedagang pengumpul desa dikarenakan petani tidak mempunyai alternatif lain untuk memasarkan bokarnya ke pabrik. Ada pun pedagang dari desa sekitar Gobah dirasa tidak efisien karena jarak yang ditempuh lumayan jauh dan harga yang ditawarkan kurang lebih sama dengan pedagang pengumpul di Desa Gobah.

### **5. Analisis Margin Pemasaran**

Margin adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen, disini yang bertindak sebagai konsumen adalah pabrik dan produsennya adalah petani karet yang ada di Desa Gobah. Adapun komponen dari margin pemasaran adalah seluruh biaya yang diperlukan oleh lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan



lembaga pemasaran (Sudiyono, 2001). Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran, keuntungan dan harga yang diterima petani, dengan kata lain margin pemasaran digunakan untuk mengetahui tingkat kompetensi para pelaku pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

Perlakuan yang tidak sama dari masing-masing lembaga pemasaran yang ada terhadap komoditas yang dipasarkan menyebabkan perbedaan harga jual lembaga pemasaran hingga sampai ke konsumen terakhir, inilah yang dikatakan margin pemasaran. Dalam penelitian yang dilakukan biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran telah dijelaskan secara rinci dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data time series (data berkala) yaitu dari bulan Februari 2013 sampai dengan Januari 2015. Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui selisih harga yang dibayarkan pabrik dengan harga yang diterima oleh para petani. Adapun margin pemasaran bokar yang ada di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dapat dilihat pada tabel 3.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui harga rata-rata terendah ditingkat petani terjadi pada bulan Januari 2015 yaitu berada pada posisi Rp. 5.500/Kg dan harga tertinggi terjadi pada bulan Februari 2014 yaitu sebesar Rp. 9.400/Kg. Selanjutnya harga terendah ditingkat pabrik terjadi pada bulan Februari yaitu sebesar Rp.7.025/Kg. Naik dan turunnya harga karet ditingkat pabrik sangat dipengaruhi oleh harga karet di Indonesia dan Harga Karet Dunia, karena harga yang ditetapkan oleh pabrik disesuaikan dengan harga pasar dunia.

Wakil Menteri Perdagangan (Wamendag) Bayu Krisnamurthi menjelaskan Thailand merupakan salah satu negara produsen karet terbesar di dunia. Akibat krisis politik di Thailand, program subsidi petani atau *farmer support programme* (termasuk karet) yang merupakan kebijakan dari Perdana Menteri Yingluck Shinawatra resmi dihentikan. Akibatnya petani karet Thailand *panic selling* artinya menjual karetnya sangat berlebihan dan tidak terkendali. Hal ini berdampak pada pasokan karet dunia yang sekarang kondisinya sudah berlebihan. Tiongkok sebagai negara pembeli karet terbesar Thailand yang memilih untuk mengurangi jumlah pembelian karet dari Thailand. Anjloknya harga jual karet dunia ini merugikan petani Indonesia. Harga karet dunia kini anjlok hanya US\$ 1,4/kg atau Rp. 17.000/kg dari harga normalnya yang bisa mencapai US\$ 5,7 atau Rp. 57.000/kg. Sedangkan harga ditingkat petani berada dikisaran Rp. 5500 hingga Rp. 6000 per kg (Gapkindo, 2015).

Keadaan ini akan sangat mempengaruhi tingkat pendapatan petani karet yang ada di Indonesia khususnya petani karet yang ada di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Disamping itu harga bokar yang diekspor dalam bentuk barang mentah seringkali harganya berfluktuasi dipasar dunia. Harga karet tertinggi ditingkat pabrik terjadi pada bulan Februari 2014 yaitu Rp. 10.925/Kg dengan rata-rata harga karet ditingkat pabrik periode bulan Februari 2014 sampai dengan Januari 2015 adalah Rp. 8,247,92/Kg dan rata-rata harga ditingkat petani pada bulan Februari 2014 sampai dengan Januari 2015 adalah sebesar Rp. 6,689.83/Kg.

**Tabel 2. Harga Rata-Rata Karet di Tingkat Petani dan Pabrik Serta Margin Pemasaran Selama Periode Febuari 2014 – Januari 2015 di Desa Gobah (dalam satuan Rp/Kg)**

| No               | Bulan     | Harga Pabrik (Pr) | Harga Petani (Pf) | Selisih (Pr-Pf)  |
|------------------|-----------|-------------------|-------------------|------------------|
| 1                | Febuari   | 10.925.00         | 9.400.00          | 1,525.00         |
| 2                | Maret     | 10.550.00         | 9.175.00          | 1,375.00         |
| 3                | April     | 9.225.00          | 7.850.00          | 1,375.00         |
| 4                | Mei       | 7.675.00          | 6.200.00          | 1.300.00         |
| 5                | Juni      | 7.625.00          | 6.200.00          | 1.425.00         |
| 6                | Juli      | 8.350.00          | 6.800.00          | 1.550.00         |
| 7                | Agustus   | 8.025.00          | 6.500.00          | 1.525.00         |
| 8                | September | 7.025.00          | 5.600.00          | 1.425.00         |
| 9                | Oktober   | 7.100.00          | 5.475.00          | 1.625.00         |
| 10               | November  | 7.825.00          | 6.150.00          | 1.675.00         |
| 11               | Desember  | 7.275.00          | 5.375.00          | 1.900.00         |
| 12               | Januari   | 7.375.00          | 5.550.00          | 1.825.00         |
| <b>Total</b>     |           | <b>98,975.00</b>  | <b>80,275.00</b>  | <b>18,700.00</b> |
| <b>Rata-Rata</b> |           | <b>8,247,92</b>   | <b>6,689,58</b>   | <b>1,58,33</b>   |

**Keterangan:**

**Harga Pabrik (Pr) : Harga yang dibayar pabrik ke pedagang**

**Harga Petani (Pf) : Harga yang dibayarkan pedagang ke petani**

Produksi karet yang tidak stabil dipasar internasional adalah salah satu penyebab terjadinya fluktuasi harga dipasar dunia. Fluktuasi harga yang terjadi seringkali sangat merugikan petani daripada pedagang pengumpul, ini terjadi karena petani tidak dapat mengatur waktu penjualannya untuk mendapatkan harga yang lebih tinggi. Fluktuasi harga juga memberikan kesempatan kepada pedagang pengumpul untuk mengambil keuntungan yang lebih tinggi dengan cara memanipulasi informasi harga ditingkat petani. Apabila harga naik maka pedagang lambat memberitahu kepada petani, sedangkan apabila harga turun informasi akan langsung disampaikan kepada petani dan petani akan ditekan dengan harga yang rendah.

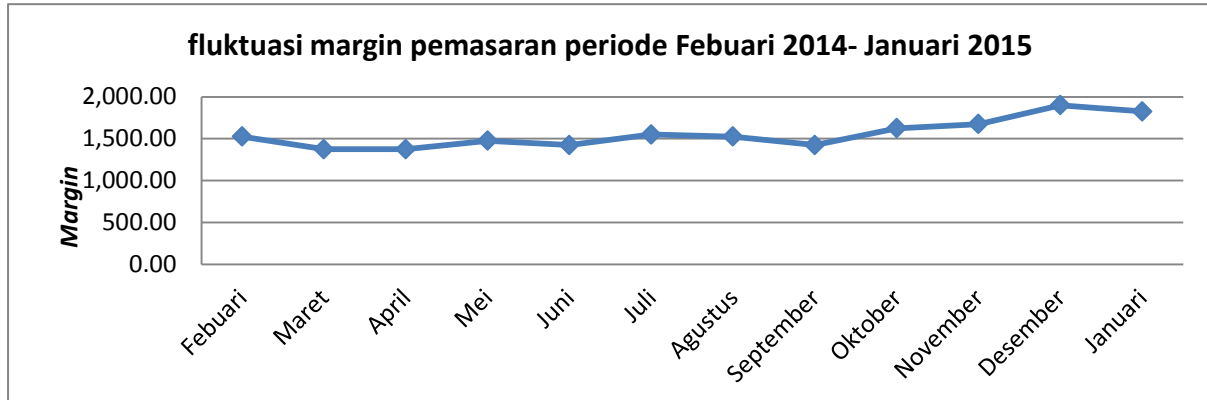
Analisis margin pemasaran diperoleh margin pemasaran rata-rata dari pabrik karet kepada petani karet di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar periode Bulan Febuari 2014 sampai dengan Januari 2015 yaitu sebesar

Rp. 1,58,33/Kg. Margin pemasaran terbesar terjadi pada Bulan Desember 2014 yaitu sebesar Rp. 1,900/Kg. Margin terendah terjadi pada Bulan Mei 2014 yaitu sebesar Rp. 1,300/Kg. Perbedaan margin pemasaran yang terjadi disebabkan oleh fluktuasi harga karet setiap bulannya. Disamping itu biaya pemasaran bokar yang menjadi komponen margin pemasaran merupakan salah satu yang mempengaruhi tinggi rendahnya margin.

Adapun biaya-biaya yang dikeluarkan serta margin dan penerimaan oleh pedagang dapat dilihat pada Tabel 2. Selain biaya-biaya diatas pedagang pengumpul juga menanggung penyusutan berat karet hingga sampai ke pabrik dan menanggung pemberian grade sesuai yang telah ditentukan oleh pabrik. Oleh sebab itu pedagang pengumpul memberikan potongan yang tinggi apabila karet yang dihasilkan petani mengandung banyak air dan tatal kayu atau tanah. Selain itu kualitas karet yang dijual oleh petani juga berperan dalam menentukan margin,

karena bokar dengan grade A akan lebih mahal harganya daripada bokar dengan grade B. Margin juga merupakan salah satu cara bagi pedagang pengumpul untuk mendapatkan penerimaan. Untuk

mempermudah melihat margin pemasaran bokar selama periode Februari 2014 sampai dengan Januari 2015 dapat dilihat pada gambar 2.



**Gambar 2: Fluktuasi Margin Pemasaran Bokar di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Periode Febuari 2014 - Januari 2015**

Lebih dari 80% produksi karet Indonesia diekspor dalam bentuk barang mentah, sehingga fluktuasi harga karet dipasar dunia sangat berpengaruh dan merugikan petani karet didalam negeri. Hal ini terjadi karena harga karet di Indonesia ditentukan berdasarkan harga karet internasional. Sehingga apabila terjadi sedikit saja penurunan harga dipasar dunia maka akan mempengaruhi harga karet yang ada didalam negeri. Selain itu krisis ekonomi Eropa juga berpengaruh terhadap permintaan akan karet alam didunia. Kemudian faktor cuaca, faktor bencana alam yang terjadi serta pengaruh peringatan hari-hari penting juga ikut mempengaruhi harga karet (Fitria Ningsih, 2013)

### 6. Analisis Korelasi Harga

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 0,924. 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. Dengan integrasi pasar yang tidak sempurna, dapat dikatakan secara umum bahwa sistem pemasaran yang terbentuk tidak efisien (Suharyanto, 2005).

### 7. Analisis Transmisi Harga

Dalam pemasaran komoditas pertanian transmisi harga dari pasar konsumen kepasar produsen yang relatif rendah merupakan salah satu indikator yang mencerminkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada pedagang. Hal ini karena pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni atau oligopsoni dapat mengendalikan harga beli dari petani sehingga walaupun harga ditingkat konsumen relatif tetap tetapi pedagang tersebut dapat menekan harga beli dari petani untuk memaksimumkan keuntungannya. Begitu pula jika terjadi kenaikan harga ditingkat konsumen maka pedagang dapat meneruskan kenaikan harga tersebut kepada petani secara tidak sempurna, dengan kata lain kenaikan harga yang diterima petani lebih rendah dibanding kenaikan harga yang dibayar konsumen. Pola transmisi harga seperti ini tidak menguntungkan bagi petani karena

kenaikan harga yang terjadi ditingkat konsumen tidak sepenuhnya dapat dinikmati petani, sebaliknya jika terjadi penurunan harga pedagang langsung menyampaikan kepada petani pada saat itu juga.

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

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui persentasi perubahan harga ditingkat produsen akibat perubahan harga ditingkat konsumen, dengan menggunakan model  $\ln p_f = b_0 + b_1 P_r$ . Sudiyono (2001) menyatakan bahwa pada umumnya nilai elastisitas transmisi ini lebih kecil daripada satu, artinya volume dan harga input konstan maka perubahan nisbi harga ditingkat pedagang tidak akan melebihi perubahan nisbi harga ditingkat petani. Selain menunjukkan besarnya perubahan harga ditingkat petani dan pedagang, nilai elastisitas transmisi harga juga dapat menyatakan tingkat kompetensi suatu penampakan pasar atau struktur pasar yang terbentuk.

Berdasarkan dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien regresi  $b_1$  senilai 0,850 persen. Nilai koefisien regresi ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga, yaitu lebih kecil

dari satu  $< 1$ . Ini menunjukkan bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1 persen ditingkat pabrik, akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,850 persen ditingkat petani. Nilai elastisitas transmisi harga ( $b_1$ ) sebesar 0,850 persen (lebih kecil dari satu) juga mengindikasikan bahwa transmisi harga yang terbentuk antara pasar petani dengan pasar konsumen lemah sehingga struktur pasar yang terbentuk adalah pasar persaingan tidak sempurna.

Bentuk transmisi harga seperti ini tidak sempurna dan bersifat asimetris, hal ini terjadi karena setiap ada kenaikan harga dipasar pedagang yang berhadapan langsung dengan konsumen akhir yaitu pabrik tidak diteruskan secara penuh kepada lembaga pemasaran yang berada dibawahnya. Walaupun kenaikan harga tersebut diteruskan, tetapi dilakukan secara tidak sempurna. Begitu juga seterusnya hingga sampai pada petani. Petani selaku produsen yang berada ditingkat paling bawah hanya bisa menerima harga yang diberikan dari pedagang pengumpul desa. Sebaliknya jika terjadi penurunan harga, petani merupakan lembaga yang pertama merasakan penurunan harga yang terjadi.

## 8. Analisis Struktur Pasar

Struktur pasar adalah penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri. Struktur pasar dianalisis dengan melihat aspek konsentrasi pasar, dimana dihitung dari pangsa pasar dan konsentrasi pembelian. Jumlah pembelian dapat mempengaruhi harga yang diukur dengan kekuatan pasar.

Berdasarkan tingkat persaingan yang diindikasikan oleh penguasaan pangsa pasar, struktur pasar dapat di ketahui dalam beberapa poin antara lain sebagai berikut (a) Monopsoni adalah satu

perusahaan menguasai pangsa pasar 95 persen, (b) Pasar Dominan adalah satu perusahaan menguasai pangsa pasar 40-95 persen, (c) Oligopsoni konsentrasi tinggi adalah tiga perusahaan menguasai pangsa pasar lebih 87 persen atau empat perusahaan menguasai pasar lebih 80 persen, (d) Oligopsoni konsentrasi longgar adalah delapan perusahaan menguasai pasar 80 persen, (e) Persaingan

monopolistik adalah banyak perusahaan bersaing dengan masing-masing memiliki *market power* yang tidak sama, (f) Persaingan sempurna adalah banyak perusahaan bersaing dengan masing-masing tidak memiliki *market power*. Perhitungan konsentrasi pasar pada pedagang pengumpul kecil dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Konsentrasi Pasar pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar.**

| No | Pedagang Pengumpul | Pembelian (Kg) | Pangsa Pasar | Kr   | Kr Kumulatif |
|----|--------------------|----------------|--------------|------|--------------|
| 1  | Muhammad Rais      | 11.500         | 0.333        | 33,3 | 33,3         |
| 2  | Jumaris S.E        | 12.000         | 0.348        | 34,8 | 68,1         |
| 3  | Ramlan             | 11.000         | 0.319        | 31,9 | 100          |
|    | Jumlah             | 34.500         | 1            | 100  | -            |

Perhitungan struktur pasar karet rakyat di Desa Gobah menggunakan data jumlah pedagang pengumpul dalam satu desa. Terdapat 3 pedagang pengumpul di Desa Gobah. Data pembelian pedagang pengumpul yang digunakan adalah data pembelian pedagang dari petani pada Bulan Januari 2015. Berdasarkan Tabel 5, struktur pasar pedagang pengumpul di Desa Gobah adalah bersifat pasar dominan dimana salah satu pedagan mempunyai Kr kumulatif dari 3 pedagang adalah 68,1 persen dari pangsa pasar total.

Pembelian bokar terbanyak adalah pada pedagang 2 yaitu berjumlah 12.000 kg. Pedagang 2 merupakan pedagang yang menguasai pasar di Desa Gobah. Petani lebih banyak menjual hasil ojolnya kepada pedagang 2 disebabkan karena pedagang 2 meneruskan usaha pemasaran karet dari orangtuanya yang sudah lama berdiri sehingga petani lebih percaya untuk menjual hasilnya kepada pedagang 2. Rata-rata petani yang menjual hasil bokar merupakan petani yang sudah lama tinggal di Desa Gobah. Karena usaha pemasaran karet yang dimiliki pedagang 2 merupakan usaha peninggalan orangtuanya, maka usaha pedagang 2 sukses dan dapat

memberikan bantuan- bantuan kepada petani yang menjual bokar kepadanya

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian mengenai analisis pemasaran dan transmisi harga pada petani karet pola swadaya, yang berada di Desa Gobah Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut.

1. Saluran pemasaran bokar di Desa Gobah hanya terdapat satu saluran pemasaran yaitu petani ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul ke pabrik dengan rata-rata margin pemasaran. Pada bulan Januari 2015 adalah sebesar Rp. 1,825,00 dengan biaya pemasaran Rp. 1.243,25 dan efisiensi pemasaran 16,88%. Dengan Bagian yang di terima petani sebesar 75,25%.
2. Nilai korelasi harga untuk ditingkat petani dengan harga ditingkat Pabrik adalah sebesar 0,924%, artinya nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang tinggi antara harga ditingkat Pabrik karet dengan harga ditingkat petani.

Dengan nilai  $r < 1$ , berarti kedua pasar berintegrasi tidak sempurna. Integrasi pasar yang tidak sempurna mengindikasikan struktur pasar yang terbentuk adalah pasar persaingan tidak sempurna dan lebih mengarah ke pasar monopsoni.

3. Nilai koefisien regresi  $b_1$  (0,850) menunjukkan nilai elastisitas 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 0,850% ditingkat petani.
4. Struktur pasar karet yang ada di Desa Gobah kecamatan Tambang Kabupaten Kampar adalah bersifat dominan dimana Kr kumulatif salah satu pedagang 68,1, dari 3 pedagang pengumpul.

#### Saran

1. Perlu penyediaan informasi mengenai harga karet yang berlaku di tingkat petani, pedagang dan eksportir, serta harus disebarluaskan sampai ke tingkat petani, sehingga posisi tawar menawar lebih kuat untuk meningkatkan harga karet di tingkat petani.
2. Adanya penetapan standar kualitas bokar serta adanya pola kemitraan dan kontrak kerjasama antara petani serta pedagang sehingga dapat meningkatkan posisi petani yang selama ini hanya bertindak sebagai *price taker* (penerima harga) saja.
3. Diperlukan transparansi dan aturan yang jelas dalam melakukan kegiatan transaksi Ekonomi. Agar pedagang pengumpul tidak menetapkan harga secara sepihak dan petani tidak selalu mengalami kerugian. Selain itu diharapkan kepada petani untuk selalu aktif mencari informasi mengenai perubahan harga karet yang terjadi.
4. Perlu adanya lembaga koperasi yang menaungi hasil produksi karet dari para petani untuk menekan dan memperkecil selisih margin pemasaran karet di Desa

Gobah agar dapat meningkatkan pendapatan yang diterima petani.

5. Diperlukan peran pemerintah untuk memperbaiki penyediaan fasilitas kredit kepada petani dan pedagang (untuk modal) sehingga mereka tidak terikat dengan pinjaman kepada pedagang tertentu. Pemotongan penyusutan bokar ditingkat petani diperkecil.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A, D, Yuprin. 2009. **Analisis Pemasaran Karet Di Kabupaten Kapuas**. Wacana Vol. 12 No.3. Anonim. 2008. **Pengertian Dan Defenisi Pemasaran** <http://ngapackers.blogspot.com/2008/10/pengetian-defenisipemasaranmenurut.html>. (Di akses 18 Januari 2015, jam 20.30).
- Sudiyono, A. 2001. **Pemasaran Pertanian**. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Press). Malang.
- Suharyanto. 2005. **Analisis Pemasaran dan Tataniaga Anggur di Bali**. [http://ejournal.inud.ac.id/abstrak/\(2\)%20socasuharyanto%20dan%20prawa%20tipemasara%20anggur\(1\).pdf](http://ejournal.inud.ac.id/abstrak/(2)%20socasuharyanto%20dan%20prawa%20tipemasara%20anggur(1).pdf). Diakses pada tanggal 10-01-2015
- Soekartawi. 2002. **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian**. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soekartawi. 2003. **Agribisnis Teori dan Aplikasinya**. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soekartawi, 2005. **Agribisnis Teori Dan Aplikasinya**. Raja Grafindo Persada. Jakarta.