

**ANALISIS PEMASARAN KARET (*Hevea brasiliensis*)
DI KELURAHAN PANGKALAN BUNUT KECAMATAN BUNUT
KABUPATEN PELALAWAN**

**ANALYSIS OF MARKETING RUBBER (*Hevea brasiliensis*) IN SUB BASE
BUNUT DISTRICT OF BUNUT PELALAWAN REGENCY**

Sitri Ningsih¹, Ir. Eliza, M.Si², Kausar, S.Sos, M.Si²
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau
Jln. HR. Subrantas KM 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28294
E-mail: *sitri.ningsih07gmail.com*

ABSTRACT

The purpose of this study was to (1) determine the rubber marketing channels and institutions involved in the marketing process, (2) analyze the cost, margin, profit on each bokar marketing agency, part received by farmers and marketing efficiency bokar, (3) determine the relationship between farmers' patron-client with rubber traders in Sub Base Bunut. This study uses survey and sampling method is purposive sampling farmers with the following requirements: age 20-25 years old rubber trees, varieties of local varieties and land area of 1 ha. Sampling methods Snaw Ball merchants. Total sample farmers and traders of 30 people by 4 people. The results obtained by the channel 1 from farmers to traders or 43.33% then traders to large merchant wholesalers continued to plant. Channel 2 from farmers to wholesalers and then to the factory. Total margin marketing channel 1 is Rp 3.500.00 / kg, marketing profit of Rp. 10.812,34 / kg, the share of the farmer is 74.075% and 19.91% efficiency which is marketing. Marketing channel 2 margin of Rp. 3.000.00 / kg, marketing profit of Rp. 11.823,72 / kg, the share of the farmers are 77.78% and 12.42% efficiency which is marketing. The relationship between farmers and traders the dominant concerns of family connections, so that farmers have a high dependence on traders.

Keywords: Marketing Channels, Patron-Client, Rubber Farmers, Traders.

PENDAHULUAN

Perkebunan merupakan pendukung utama sektor pertanian dalam menghasilkan devisa Negara. Tanaman karet merupakan salah satu komoditas ekspor perkebunan andalan. Indonesia pernah menjadi produsen karet alam nomor satu di Dunia yang sebagian besar tanaman ini diusahakan oleh rakyat. Jumlah perkebunan karet rakyat ini bila dihimpun akan menghasilkan jumlah yang besar. Perkebunan rakyat mempunyai peranan yang cukup menentukan bagi

dunia perkaretan Nasional (Tim Penulis penebar swadaya,2012)

Perkebunan karet rakyat di Propinsi Riau sudah membudaya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Umumnya diusahakan oleh petani dalam skala kecil (sempit) dengan sistem tradisional. Data luas produksi tanaman perkebunan tahun 2012 yang didapatkan dari dinas perkebunan Propinsi Riau menunjukkan luas tanaman komoditi karet yakni 504.139 ha dengan total produksi 333.069 ton (Dinas Perkebunan Riau

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

2012). Tingkat pendapatan disektor perkebunan komoditas utama di Propinsi

Riau pada tahun 2010 dan 2011, dapat dilihat dari Tabel 1:

Tabel 1. Tingkat Pendapatan Petani Komoditas Utama di Provinsi Riau tahun 2010 dan 2011

No	Komoditas	2010 Rp/KK	2011 Rp/KK	Persentase (%)
1	Kelapa sawit	39.526.001	46.311.176	17,17
2	Karet	12.802.263	18.279.092	42,78
3	Kelapa	9.665.058	12.262.056	26,87
	Rata-rata	20.664.441	25.617.440	23,97

Sumber : Dinas Perkebunan Riau, 2012

Tingkat pendapatan petani komoditas utama pada tahun 2010 dan 2011, dapat diketahui pendapatan petani mengalami kenaikan terutama untuk komoditi karet dari Rp 12.802.263/KK pada 2010 menjadi Rp 18.279.092/KK atau meningkat sebesar 42,78%, pada tingkat kedua komoditas kelapa sawit yakni dari Rp 39.526.001/KK pada 2010 menjadi Rp 46.311.176/KK pada tahun 2011.

Harga produksi bokar yang ada di Kelurahan Pangkalan Bunut tidak selalu tetap, harga bisa naik dan juga bisa turun sesuai dengan kondisi cuaca serta kualitas bokar yang akan dijual kepada pedagang. Kualitas bokar petani yang bagus atau tidak bagus, pedagang akan membeli dengan harga yang telah ditetapkannya. Kondisi cuaca yang baik seperti tidak hujan dan panas berkepanjangan harga bokar akan baik. Petani memiliki posisi tawar atau harga jual yang tinggi (kuat) jika petani langsung menjual bokar ke pabrik.

Pemasaran bokar yang dilakukan petani berhubungan langsung dengan pedagang sehingga adanya hubungan saling ketergantungan antara petani dengan pedagang dalam pemasaran hasil panen karet. Terbentuklah suatu hubungan *patron-client*, pedagang sebagai *patron* dan petani sebagai *client*. Untuk melihat dan memastikan bagaimana sistemnya, ada baiknya dilakukan penelitian yang lebih lanjut, sehingga penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “**Analisis Pemasaran Karet (*Havea***

***Brasiliensis*) di Kelurahan Pangkalan Bunut Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan”.**

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kelurahan Pangkalan Bunut Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan. Pemilihan lokasi ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Pangkalan Bunut merupakan salah satu desa yang paling banyak kebun karet di Kecamatan Bunut. Mata pencarian masyarakat di daerah ini adalah petani sekitar 273 orang

Penelitian ini terhitung Bulan Agustus 2013 – Januari 2015 yang meliputi pengumpulan data dan pengolahan data serta penulisan skripsi.

Metode Pengambilan Sampel dan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* terhadap petani karet yang tanaman karetnya berumur 20-25 tahun dan jenis bibit karet yang sama yakni varitas lokal serta luas lahan 1 ha pada petani karet di Kelurahan Pangkalan Bunut. Jumlah sampel untuk petani ditentukan sebanyak 11% dari jumlah populasi yaitu 273 orang petani karet sehingga petani sampel yang diambil adalah 30 orang petani karet di Kelurahan Pangkalan Bunut. Sampel pedagang di ambil 4 orang dimana pedagang besar 1 orang dan pedagang pegumpul 3 orang.

Pengambilan sampel terhadap pedagang dan di pabrik melalui metode snow ball sampling dengan mengikuti saluran pemasaran.

Data yang diambil terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada petani dan pedagang sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuisioner serta dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder yang diperlukan diperoleh dari instansi terkait dan literatur-literatur lainnya yang terkait dengan penelitian.

Analisis Data

Data primer yang dapat ditabulasikan kemudian disajikan dalam bentuk tabel, dilanjutkan dengan analisa. Data dianalisa dengan margin pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran dan bagian yang diterima petani. Tujuan 3 dari penelitian ini dijawab menggunakan analisa secara deskriptif. Rumus-rumus yang digunakan dalam analisis data adalah sebagai berikut:

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus (Sudiyono, 2001).

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

- MP = Margin pemasaran (Rp/Kg).
- Pr = Harga ditingkat pabrik(Rp/Kg).
- Pf = Harga ditingkat pedagang pengumpul(Rp/Kg).

Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran atau dirumuskan :

$$\Pi = M - B \dots\dots\dots(2)$$

Dimana:

- Π = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)
- M = Margin pemasaran (Rp/kg)

B = Biaya pemasaran (Rp/kg)

Efisiensi Pemasaran

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

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

Dimana:

- EP = 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 atau besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien (Soekartawi, 2002).

Bagian Yang Diterima Petani

Rumus *farmer's share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir dan dinyatakan dalam persentase Rosmawati (2011), dengan rumus:

$$FS = Pf / Pr \times 100\%$$

$$Fs = \text{Farmer's share}$$

$$Pf = \text{Harga ditingkat petani (Rp/kg)}$$

$$Pr = \text{Harga ditingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)}$$

Distribusi Margin

Bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j adalah:

$$SB_{ij} = [cij / (pr - pf)] [100\%]$$

$$cij = H_{jj} - H_{bj} - I_{ij}$$

keuntungan lembaga pemasaran ke-j

$$Skj = [Pij / (pr - pf)] [100\%]$$

$$Pij = H_{jj} - H_{bj} - cij$$

Dimana :

S_{bij} = bagian yang untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

C_{ij} = biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

Pr = harga ditingkat pengecer

pf = harga ditingkat petani
 Hjj = harga jual lembaga pemasaran ke-j
 Hbj = harga beli lembaga pemasaran k-j
 Pij = keuntungan lembaga pemasaran ke-j
 Skj = bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-j

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Petani Sampel

Identitas petani sampel merupakan gambaran secara umum mengenai kondisi dan kemampuan petani dalam mengelola usahatani yang mencakup umur petani, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga. Umur petani terbanyak berada pada kelompok umur 40-49 tahun yaitu sebanyak 15 jiwa atau 50% sedangkan jumlah petani terkecil terdapat pada kelompok umur 60-79 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau 20%. Tingkat pendidikan petani sampel kebanyakan tamatan SD yaitu dengan jumlah 14 jiwa atau 47%. Petani karet memiliki jumlah tanggungan yang kebanyakan berada pada kisaran 1-2 jiwa dengan jumlah 17 jiwa atau 57 %, Petani yang menjadi sampel sudah memiliki pengalaman berusahatani lebih dari 15 tahun (30 persen),

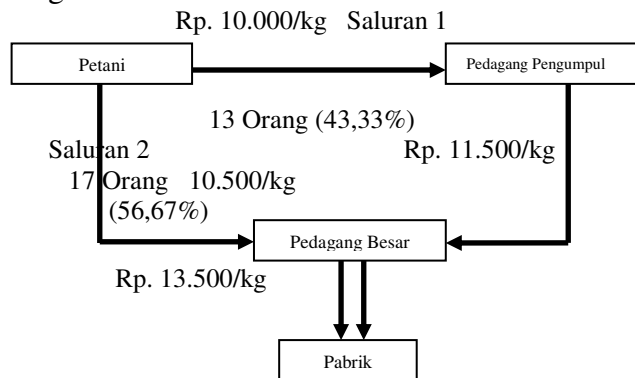
Sampel Pedagang

Umur pedagang sampel yang dominan berada pada usia produktif yang berjumlah 4 orang pedagang sampel. Tingkat pendidik yang paling tinggi berada pada SLTA yang berjumlah 3 orang pedagang (75%). Besarnya jumlah tanggungan keluarga pedagang sampel berada pada tingkat sedang yaitu antara 1-5 jiwa. Pengalaman berdagang akan mempengaruhi banyaknya petani karet yang menjual karetnya kepada pedagang yang sudah mengenali sejak lama.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang juga disebut dengan saluran distribusi atau saluran pemasaran perdagangan dapat digambarkan sebagai suatu *route* atau

jalur. Saluran pemasaran yang digunakan harus merupakan alat yang efisien untuk mencapai sasaran. Memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen maka salah satu faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Berdasarkan hasil penelitian, saluran karet yang ada di Kelurahan Pangkalan Bunut ada 2 bentuk saluran pemasaran yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Di Kelurahan Pangkalan Bunut

Saluran pemasaran satu mulai dari petani menjual karetnya kepada pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual bokarnya kepada pedagang besar selanjutnya pedagang besar menjual ke pabrik karet. Saluran pemasaran satu terdapat tiga belas orang petani dengan tiga orang pedagang pengumpul dan satu orang pedagang besar. Harga yang diterima petani dari pedagang pengumpul yaitu Rp 10.000,00/kg. Tiga orang pedagang pengumpul membeli bokar dengan harga yang sama. Petani telah mengetahui harga bokar sebelum menjual. Petani menjual bokar kepada pedagang pengumpul karena antara petani dengan pedagang pengumpul sudah terjalin hubungan baik, hubungan kekerabatan, dan petani mendapatkan pinjaman. Pinjaman akan sangat diperlukan pada musim penghujan, dimana petani tidak bisa memanen karet sedangkan kebutuhan pokok harus dipenuhi. Petani yang memiliki hutang akan terikat untuk menjual lateksnya kepada pedagang pengumpul yang

memberikan pinjaman. Apabila petani telah bisa memanen karet maka sebagian hasil panen akan digunakan untuk membayar hutang. Walaupun sebagian hasil panen tersebut tidak menutupi semua hutang petani.

Saluran pemasaran 2, petani menjual langsung hasil panennya kepada pedagang besar lalu pedagang besar menjual ke Pabrik. Beberapa alasan petani mau menjual ke pedagang besar karena petani mendapatkan pelayanan yang baik seperti ketepatan berat/volume penimbangan hasil panen, penimbangan yang tidak begitu merugikan petani, serta potongan yang standar (potongan berat sebesar 5% karena jumlah kadar air yang ada pada bokar) dan kedekatan yang telah terbina dengan baik antara petani dengan pedagang.

Pedagang besar terlibat langsung dengan pihak pabrik bokar. Tiga orang pedagang pengumpul dan petani tidak terlibat langsung ke pabrik bokar atau sebanyak 0%, ini disebabkan karena pabrik hanya mau menerima karet dalam jumlah besar. Pabrik juga berada sangat jauh dari kebun tempat karet berproduksi maka pedagang besar yang menjual karet ke Pabrik bokar. Pedagang tidak mau bokar yang mereka antar terlalu lama dipenumpukan dan diperjalanan karena akan berkurang beratnya serta akan semakin banyak penyusutan berat bokar yang telah diprediksi. Pedagang besar langsung mengantarkan bokarnya setelah satu hari pembelian lateks. Pembelian latek dilakukan dua kali dalam satu minggu dan harinya telah ditentukan yaitu hari rabu dan sabtu. Sehingga bokar bisa terkumpul sebanyak 5 ton dan petani bisa membeli kebutuhan pokoknya di hari minggu. Pasar Kelurahan Pangkalan Bunut beraktivitas pada hari minggu maka sebelum hari minggu bokar sudah harus terjual untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Hasil wawancara dengan petani menunjukkan bahwa semua petani menjual bokar kepada pedagang yang ada di

Kelurahan Pangkalan Bunut, tidak ada petani yang menjual langsung ke Pabrik. Kegiatan transaksi jual beli ini terjadi di kebun petani ataupun di rumah pedagang dan petani yang melakukan transaksi jual beli di kebun maka sistem pembayaran cash (tunai) ataupun bon, kemudian bon dapat langsung ditukar di rumah pedagang yang bersangkutan.

Ketergantungan petani dengan pedagang bisa saja dikurangi dengan cara pembentukan suatu lembaga atau organisasi pemasaran bokar sehingga petani bisa secara bersama-sama mengumpulkan bokar dan menjual langsung ke pabrik Tirta Sari Surya. Tetapi di tempat penelitian tidak ada atau belum membentuk lembaga pemasaran karena petani berpendapat membuang-buang waktu dan tidak akan ada manfaatnya bagi petani.

Analisis Pemasaran (Biaya, Margin, Keuntungan dan Efisiensi)

Analisis biaya pemasaran menurut fungsi distribusi adalah suatu kegiatan pemasaran yang memerlukan pengeluaran biaya. Analisis biaya pemasaran menurut fungsi ini bertujuan untuk pengendalian biaya dan berguna untuk analisis biaya pemasaran menurut cara penerapan usaha pemasaran. Biaya pemasaran bokar ditanggung oleh masing-masing lembaga pemasaran. Analisis pemasaran meliputi biaya pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran.

Biaya pengangkutan tidak dikenakan kepada petani tapi setiap bokar yang dijual petani ke pedagang dikenakan potongan rata-rata sebesar 5% untuk keseluruhan biaya pemasaran pada pedagang bokar. Petani berusaha untuk tetap menjaga kualitas bokar supaya pedagang merasa senang untuk membeli bokar tersebut. Untuk melihat analisis pemasaran pada saluran 1 dan saluran 2 serta rincian biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dan pedagang besar dapat dilihat pada Tabel 2 dan 3 berikut:

Tabel 2. Analisis Pemasaran Bokar Saluran 1 di Kelurahan Pangkalan Bunut

No	Keterangan	Jumlah (Rp/Kg)	Distribusi margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual	10.000,00		74,07
	Biaya Pemasaran	500,00	14,29	
	Potongan 5%	500,00	14,29	
	Biaya Usahatani	4.385,70*		
	Pendapatan Petani	5.614,30		
	Keuntungan Pemasaran	9.500,00		
2	Pedagang Pengumpul			
	Harga Beli	10.000,00		
	Harga Jual	11.500,00		85,19
	Biaya Pemasaran	1.181,94		
	.-Biaya Transportasi	459,89	13,14	
	.-Biaya lansir	98,41	2,81	
	.-Biaya Penimbangan	147,62	4,22	
	.-Biaya Muat/bongkar	246,02	7,03	
	.-Biaya Penyusutan Ojol 2%	230,00	6,57	
	Margin Pemasaran	1.500,00		
	Keuntungan Pemasaran	318,06		
3	Pedagang Besar			
	Harga Beli	11.500,00		
	Harga Jual	13.500,00		100
	Biaya Pemasaran	1.005,72		
	.-Biaya Transportasi	691,41	19,75	
	.-Biaya Muat	145,56	4,16	
	.-Biaya Penyusutan Ojol 1,25%	168,75	4,82	
	Margin Pemasaran	2.000,00		
	Keuntungan Pemasaran	994,28		
4	Pabrik			
	Harga beli	13.500,00		
5	Total Biaya Pemasaran	2.687,66		
6	Total Margin Pemasaran	3.500,00		
7	Keuntungan Pemasaran	10.812,34		
8	Bagian Yang Diterima Petani			74,07
9	Efisiensi Pemasaran		19,91	

*Skripsi Mahfuzah R. (2013)

Sumber : Data Olahan, 2014

Petani yang memilikil bokar tidak bagus atau tergolong mutu C dengan ciri-ciri; banyak terdapat kayu, sampah-sampah dan kadar air yang tinggi. Pedagang tetap mau membeli bokar petani lantaran tidak mau mengecewakan petani dan merasa kasihan tetapi dibeli dengan harga yang sangat rendah. Bokar tersebut akan dibelah terlebih dahulu oleh pedagang pengumpul kemudian sampah dan kayu yang ada didalam bokar dibersihkan (dibuang). Bokar yang benar-benar bersih dan tidak ada kayu yang tersisa didalamnya barulah dibawa pedagang ke pabrik pengolahan bokar.

Petani menjual bokarnya kepada pedagang pengumpul dan pedagang besar kemudian pedagang besar menjual

bokarnya ke pabrik Tirta Sari Surya (PT. TSS) di Rengat. Petani memasarkan bokarnya tanpa adanya biaya pengangkutan. Biaya pemasaran timbul pada pedagang baik di pedagang pengumpul maupun pedagang besar ke pabrik bokar. Pedagang pengumpul langsung mengangkat bokar petani sehingga tidak ada biaya pengangkutan bagi petani, tetapi menimbulkan biaya sebesar Rp. 500,00/kg untuk potongan bokar petani saluran satu dan saluran dua mengeluarkan biaya Rp. 525,00/kg untuk potongan bokar.

Pada saluran satu terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Alur yang terjadi pada saluran

satu adalah petani menjual ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 10.000,00/kg. Pedagang akan mengambil bokar petani ditempat petani mengumpulkan hasil (TPH) bokar. Tempat pengumpulan hasil bokar petani terletak jauh dari jalan utama dankadar air yang tinggimengharuskanpetani mengeluarkan biaya tambahan (biaya lansir). Potongan sebesar 5% dari berat total penjualan oleh pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar dengan harga Rp. 11.500,00/kg maka pedagang pengumpul mendapatkan margin sebesar Rp. 1.500,00/kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp.1.181,94/kg. Keuntungan pemasaran yang diperoleh oleh pedagang pengumpul adalah Rp. 318,06/kg. Pedagang besar menjual ke pabrik dengan harga Rp. 13.500,00/kg dengan margin yang diterima adalah sebesar Rp. 2.000,00 dan biaya pemasaran sebesar Rp. 1.005,72/kg. Keuntungan pemasaran yang diperoleh oleh pedagang besar adalah Rp.994,28/kg. Dalam pemasaran bokar saluran satu di Kelurahan Pangkalan Bunut bagian yang diterima petani (*farmer's share*) sebesar 74,07%. Margin pemasaran karet sama dengan harga karet ditingkan pabrik (Rp 13.500,00 per kg) dikurangi denga harga karet ditingkat petani (Rp 10.000,00 per kg) atau sama dengan Rp 3.500,00 per kg. Keuntungan pemasaran yang terdapat pada saluran satu ini sebesar Rp. 10.812,34/kg dan efisiensi sebesar 19,91%.

Penelitian Priyandi (2013), pada saluran pemasaran satu juga terdapat dua perantara yaitu pedagang kecil dan pedagang besar dengan margin total Rp. 8.500,00. Keuntungan pemasaran sebesar Rp. 14.511,00/kg dengan jumlah bagian yang diterima petani sebesar Rp. 5.013,89 (27,85%). Efisiensi saluran satu sebesar 18,20%.

Distribusi margin untuk biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang pengumpul (Rp 459,89/kg) dikalikan 100% kemudian dibagi dengan margin total (Rp 3.500,00 per kg) maka distribusi margin transportasi 14,60%. Sedangkan distribusi margin untuk biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang besar adalah 19,75%.

Saluran dua pemasaran bokar di Kelurahan Pangkalan Bunut yaitu petani menjual bokarnya kepada pedagang besar kemudian pedagang besar menjual bokarnya ke pabrik Tirta Sari Surya di Rengat. Petani memasarkan bokarnya tanpa adanya biaya pengangkutan tetapi menimbulkan biaya penyusutan bokar sebesar 5%. Sedangkan pada penelitian Renaldi (2011) menyatakan saluran 2 pemasaran karet di desa Batu Belah Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar adalah petani menjual karet kepada pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual karetnya ke pedagang besar selanjutnya pedagang besar menjual karet ke pabrik.

Pembayaran di saluran dua secara tunai (ada barang ada uang) maka petani memperoleh pendapatan sebesar Rp. 6.114,30/kg. Keuntungan yang diperoleh petani dalam memasarkan karet adalah Rp. 9.975,00/kg. Pedagang besar menjual lateks ke pabrik seharga Rp. 13.500,00/kg dengan margin yang diterima Rp. 3.000,00/kg dan biaya pemasaran sebesar Rp. 1.151,28/kg yang terdiri dari biaya transportasi, biaya penimbangan, biaya muat dan penyusutan bokar 1,25% yaitu 168,75/kg. Perlakuan yang dilakukan untuk mengurangi penyusutan adalah pedagang tidak menumpukkan lateks didalam mobil tetapi disusun rapi, diberi penyangga antara lateks yang dibawah dan atas.

Tabel 3. Analisis Pemasaran Karet Saluran 2 di Kelurahan Pangkalan Bunut

No	Keterangan	Jumlah (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	Harga Jual	10.500,00		77,78
	Biaya Pemasaran	525,00		
	Potongan 5 %	525,00		
	Biaya Usahatani	4.385,70*		
	Pendapatan Petani	6.114,30		
	Keuntungan Pemasaran	9.975,00		
2	Pedagang Besar			
	Harga Beli	10.500,00		
	Harga Jual	13.500,00		100
	Biaya Pemasaran	1.151,28		
	.-Transportasi	691,41	23,05	
	.-Biaya lansir	72,78	2,43	
	.-Biaya Penimbangan	72,78	2,43	
	.-Biaya Muat	145,56	4,85	
	.-Penyusutan Ojol 1.25%	168,75	5,63	
	Margin Pemasaran	3.000,00		
	Keuntungan Pemasaran	1.775,94		
	Harga Beli Pabrik	13.500,00		
3	Total Biaya Pemasaran	1.848,72		
4	Total Margin Pemasaran	3.000,00		
5	Keuntungan Pemasaran	11.823,72		
6	Bagian yang Diterima Petani			
7	Efisiensi Pemasaran		12,42	

*Skripsi Mahfuzah R. (2013)

Sumber : Data Olahan, 2014

Keuntungan pemasaran yang diperoleh oleh pedagang besar adalah Rp. 1.848,72/kg. Pembayaran langsung yang dilakukan pabrik ke pedagang besar. Saluran pemasaran 2 bokar di Kelurahan Pangkalan Bunut Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan total marginnya adalah Rp. 3.000,00/kg. Keuntungan pemasaran sebesar Rp. 11.823,72/kg dengan jumlah bagian yang diterima petani sebesar 77,78%. Efisiensi saluran dua (2) sebesar 12,42%. Saluran pemasaran dua ini lebih efisien daripada saluran pemasaran satu karena persentase saluran 2 lebih rendah dari saluran 1 yaitu 12,42% dan 19,91%. Saluran 2 rantai saluran pemasarannya lebih pendek dari saluran 1. Berarti penggunaan input di saluran 2 lebih kecil sehingga pendapatannya besar. Bokar yang dijual pedagang besar ke pabrik dalam jumlah yang cukup besar karena yang dikumpulkan dari petani sekitar 1 sampai 5 ton bokar dengan menggunakan mobil pick up.

Pedagang besar membeli lateks dari petani dengan harga Rp 10.500,00/kg

dan menjual kepada pabrik dengan harga Rp 13.500,00/kg. Margin pemasaran antara pedagang besar dan pabrik adalah sebesar Rp 3.000,00/kg. Biaya ini digunakan untuk biaya transportasi, biaya lansir, biaya penimbangan, biaya muat dan biaya penyusutan. Distribusi margin untuk biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang besar adalah 23,05%.

Harga Pemasaran Karet

Harga di masing-masing lembaga pemasaran antara pedagang pengumpul dan pedagang besar bervariasi tergantung dari besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran. Harga jual karet saluran satu di Kelurahan Pangkalan Bunut yaitu Rp 10.000/kg dan harga beli dari pabrik Terta Sari Surya di Rengat dengan harga Rp 13.500/kg. Perbedaan harga ditingkat petani khususnya tidak menanggung resiko penyusutan jadi harga yang diberikan kepada petani adalah harga tanpa penyusutan. Harga jual karet saluran dua di Kelurahan Pangkalan Bunut yaitu Rp

10.500/kg dan perbedaan harga beli pabrik bokar sebagai konsumen akhir, dimana harga beli dari pabrik Terta Sari Surya di Rengat dengan harga Rp 13.500/kg. Adanya margin Rp.3000,00 di petani oleh pedagang besar merupakan biaya potongan.

Saluran pemasaran yang ada di Kelurahan Pangkalan Bunut pada saluran 1 dan 2 tersebut terlihat bahwa petani tidak bisa langsung menjual hasil panennya ke pabrik karena petani tidak memiliki Surat Pengantar Bokar sebagai syarat untuk mengantarkan bokar ke pabrik. Selain itu, hasil panen dari petani tidak begitu banyak. Surat Pengantar Bokar hanya dimiliki oleh orang-orang yang sudah memiliki kontrak kerja dengan pabrik dan setiap orang bisa saja membuat Surat Pengantar Bokar tetapi harus memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh pabrik. Ketentuan dari pabrik untuk mendapatkan Surat Pengantar Bokar tersebut antara lain sebagai berikut :

- a) Harus mampu memenuhi kapasitas minimal sebesar 1 ton/minggu sebagai pemasok bahan baku untuk proses pengolahan pabrik tersebut.
- b) Kualitas karet yang diantar minimal harus berada pada tipe B, dimana ojol karet yang masuk tidak terdapat kayu atau kotoran untuk membuat karet menjadi lebih berat dalam penimbangan.

Beberapa hal yang menyebabkan pedagang pengumpul tidak mau membuat Surat Pengantar Bokar adalah:

- a) Pedagang pengumpul tidak mau terikat dengan pabrik karet yang bersangkutan.
- b) Setiap bulan harus mampu memenuhi kapasitas tonase bokar yang telah ditetapkan oleh Pabrik Bokar, sedangkan karet yang dihasilkan petani berfluktuasi kadang banyak kadang sedikit.
- c) Persaingan dari setiap pabrik dapat mengakibatkan berbedanya harga beli

bokar yang di tawarkan oleh setiap pabrik.

Mekanisme Pembentukan Harga

Harga merupakan yang paling penting untuk dilihat, informasi harga dari pabrik yang disampaikan oleh pemilik Surat Pengantar Bokar dan harga ditingkat petani bisa saja berubah-ubah berdasarkan harga yang ditetapkan dalam transaksi jual beli. Pedagang menetapkan harga ke petani tentunya terlebih dahulu mengetahui harga dari pabrik. Harga pada pedagang pengumpul dan pedagang besar berbeda satu sama lainnya. Pada kenyataannya petani tetap siap menjual hasil panennya kepada masing-masing pedagang dan sebagian petani tidak akan mau pindah ke pedagang yang lain walaupun pedagang lain menawarkan harga yang lebih tinggi kepada petani. Hal ini terjadi karena petani berhutang kepada pedagang pengumpul, petani juga merasa sudah cocok dengan pedagang. Pedagang bisa menciptakan hubungan yang baik dengan petani bahkan petani sudah menganggap pedagang seperti keluarga sendiri.

Hubungan antara Petani Karet dengan Pedagang Karet

Masyarakat Kelurahan Pangkalan Bunut terdiri dari masyarakat asli (melayu daratan) dan minoritas suku Jawa dan Batak. Termasuk petani dan pedagang karet bersuku melayu daratan. Masyarakat Kelurahan Pangkalan Bunut merupakan masyarakat yang banyak membudidayakan tanaman karet sehingga banyak pedagang yang ingin membeli hasil panen dari tanaman karet tersebut. Awal mula terjadinya hubungan antara petani dengan pedagang disebabkan petani ingin menjual panen karetnya. Petani tidak bisa membawa langsung lateks ke pabrik karena lateks petani tidak mencukupi untuk dibawa ke pabrik pengolahan karet. Petani membutuhkan pedagang agar hasil panen karet bisa terjual. Pedagang berharap hasil panen dari petani akan di jual kepadanya dan tidak ke pedagang

lainnya yang belum ada hubungan sebelumnya akan selalu berharap mereka akan selalu mendapat

bantuan apabila mereka terdesak akan sesuatu kebutuhan yang mendada.

Tabel 4. Alasan Petani Menjual Bokar ke Pedagang di Kelurahan Pangkalan Bunut

No	Hubungan petani dengan pedagang	Jumlah petani (jiwa)	Persentase (%)
1	Jarak kebun dengan pedagang dekat	2	6,67
2	Tidak ada hubungan apa-apa	3	10,00
3	Suka membantu/peminjaman uang	4	13,32
4	Sudah lama kenal	5	16,65
5	Sudah merasa nyaman	3	10,00
6	Saudara jauh	1	3,33
7	Sepupu jauh	1	3,33
8	Saudara dekat	2	6,67
9	Sudah lama menjalin hubungan baik	5	16,65
10	Teman dekat	4	13,32
Jumlah		30	100,00

Sumber : Data Olahan, 2014.

Tabel 4 menunjukkan bahwa bentuk hubungan antara petani dengan pedagang karet di Kelurahan Pangkalan Bunut paling banyak hubungan sudah lama kenal dan sudah lama menjalin hubungan baik yaitu 5 petani atau sebesar 16,65%. Hubungan antara petani dengan pedagang yang terkecil yaitu saudara jauh dan sepupu jauh sebanyak 1 petani atau sebesar 3,33%.

Hubungan *patron-client* di Kelurahan Pangkalan Bunut telah berlangsung lama dalam masyarakat petani karet, segala aktifitas masyarakat petani karet dalam upaya pemasaran hasil karetnya membutuhkan pedagang sebagai patronnya. Hubungan yang terjadi antara petani dengan pedagang karet lebih mengarah kepada hubungan kerjasama yang saling menguntungkan dan bersifat khusus. Munculnya suatu interaksi sosial yang mengarah pada hubungan kerjasama yang bersifat lebih khusus tersebut disebut dengan *patron-client* dimana *patron* akan selalu berusaha memberikan bantuan dan perlindungan terhadap *clientnya*. Hubungan ini yang akan menyebabkan *client* tergantung kepada pedagang (*patron*) ketergantungan di mulai dari satu aspek dan akan berkembang ke aspek yang

lebih luas dan mencakup beberapa aspek kehidupan sosial lainnya.

Hubungan khusus yang terjadi pada petani karet dengan pedagang di Kelurahan Pangkalan Bunut bermula dari hubungan sudah lama kenal dan telah menjadi teman dekat. Petani tidak memiliki Surat Pengantar Bokar yang merupakan syarat untuk menjual hasil panen ke Pabrik bokar, petani sangat membutuhkan pedagang untuk menjual hasil produksinya ke Pabrik bokar dan petani tidak memiliki areal kebun yang luas sehingga hasil panennya berjumlah sedikit. Petani berpendapat bahwa akan rugi apabila menjual langsung ke Pabrik. Para pedagang akan berusaha agar hasil panen dari petani akan di jual ke pedagang dan memberikan apa saja yang menjadi kebutuhan dari petani.

Petani Kelurahan Pangkalan Bunut dalam memasarkan hasil panennya tidak mengalami hambatan, karena banyaknya pedagang di tempat petani menjual hasil produksi karetnya mulai dari pedagang pengumpul maupun pedagang besar. Banyaknya jumlah pedagang, jika petani telah terikat dengan hutang-hutangnya pada pedagang, petani tidak bisa menjual hasil produksi karet pada pedagang lainnya karena sudah terikat hutang. Hutang-

hutang tersebut di bayar petani pada saat menjual bokar pada pedagang tanpa adanya bunga.

Hubungan yang terjalin antara petani dengan pedagang tidak hanya dalam pemasaran saja, tetapi juga peminjaman uang. Petani karet dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari juga tergantung kepada pedagang untuk kebutuhan yang mendadak dalam jumlah yang relatif besar,

sehingga petani biasanya meminjam uang kepada pedagang yang membeli bokarnya. Hal ini akan memperkuat posisi pedagang terhadap petani, para pedagang untuk mempererat hubungan ini akan menganggap petani sebagai keluarganya sehingga petani akan merasa lebih nyaman dan dihargai oleh pedagang yang sebagai *patron*.

Tabel 5. Ciri-Ciri Hubungan *Patron-Client* di Kelurahan Pangkalan Bunut

No	Ciri-ciri hubungan <i>Patron-client</i>	Jumlah petani (jiwa)	Persentase (%)
1	Ketidakseimbangan	5	16,67
2	Resiporitas	4	13,33
3	Loyalitas	8	26,67
4	Personal	13	43,33
Jumlah		30	100

Sumber: Data olahan, 2014

Sumberdaya ekonomi yang tidak seimbang antara petani dengan pedagang di Kelurahan Pangkalan Bunut ada 5 petani dengan persentase 16,67 persen. Ketidakseimbangan sumberdaya ekonomi terjadi dalam pemasaran, yaitu petani tidak memiliki akses untuk menjual hasil panen secara langsung ke Pabrik, pemenuhan standar minimal menjual ke Pabrik tidak terpenuhi sedangkan pedagang besar memiliki akses untuk menjual hasil panen petani ke Pabrik. Selain itu juga petani tidak memiliki transportasi yang berupa truk untuk menjual hasil panen ke Pabrik dan pedagang besar memilikinya. Adanya hubungan ini jelaslah bahwa semua kendala itu akan teratasi dan semakin lama hubungan kerjasama ini menimbulkan rasa kekeluargaan antara petani dengan pedagang.

Hubungan resiprositas di Kelurahan Pangkalan Bunut terjalin sebanyak 13,33 persen atau empat orang petani dimana petani akan meminjam uang pedagang pada saat musim penghujan dan pedagang akan meminjamkan uang kepada petani kapanpun petani membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari serta biaya pendidikan. Petani yang

melakukan peminjaman uang pada pedagang telah terikat dengan hutang sehingga petani yang terikat dengan hutang-hutangnya ke pedagang tidak dapat lagi berpindah menjual bokar ke pedagang lainnya. Petani tidak merasa keberatan menjual bokar kepada pedagang yang meminjamkan uangnya walaupun harga ditetapkan sepihak oleh pedagang, petani tidak merasa dirugikan. Harga yang ditetapkan pedagang tidak terlalu rendah dengan harga pabrik dan harga yang ditetapkan pedagang sesuai dengan kualitas bokar petani. Berarti dapatlah dikatakan bahwa hubungan *patron-client* merupakan hubungan perlindungan antara kedua belah pihak yang saling membutuhkan.

Loyalitas adalah kesetiaan atau kepatuhan. Hubungan loyalitas dimaksud disini adalah suatu tindakan dari para petani selaku *client* kepada pedagang pengumpul selaku *patron*, untuk membalas jasa atas apa yang telah mereka terima selama ini. Petani Kelurahan Pangkalan Bunut yang menunjukkan hubungan loyalitas kepada pedagang terjalin sebanyak delapan orang petani atau 26,67 persen. Petani dan pedagang berupaya mempertahankan hubungannya dengan

cara petani tetap menjual lateks ke pedagang tempat petani biasa menjual lateks karena petani merasa dengan cara ini petani dapat menunjukkan rasa loyalitas ke pedagang yang telah banyak membantu petani. Pedagang juga berupaya mempertahankan hubungan dengan petani yaitu pedagang berusaha memberikan bantuan ke petani jika sewaktu-waktu petani membutuhkan bantuan dan pedagang juga membeli lateks petani yang kurang bagus agar petani tidak kecewa.

Tabel 5 ciri-ciri hubungan *patron-client* di Kelurahan Pangkalan Bunut menunjukkan bahwa jumlah petani yang terbanyak berjumlah tiga belas orang petani atau 43,33 persen yaitu pada hubungan personal. Hubungan personal merupakan hubungan yang bersifat langsung dan intensif antara *patron* dan *client*, hubungan yang terjadi tidak lagi bersifat semata-mata bermotifkan keuntungan, melainkan juga mengandung unsur perasaan yang biasa terdapat dalam hubungan yang bersifat pribadi seperti saudara dekat, teman dekat, saudara jauh, sepupu jauh dan sudah lama menjalin hubungan baik. Hubungan yang mengandung unsur perasaan yang seperti ini telah menimbulkan rasa saling percaya dan keakraban antara petani dan pedagang. Hubungan yang saling percaya terlihat dari proses penimbangan bokar petani sesuai dengan standar yang ada dan tidak ada kecurangan dalam penimbangan dan biaya pematangan yang dilakukan pedagang sesuai dengan kualitas bokar petani

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pemasaran bokar di Kelurahan Pangkalan Bunut Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran 1 mulai dari petani ke pedagang pengumpul atau 43,33% kemudian pedagang pengumpul ke pedagang besar dilanjutkan pedagang

besar ke pabrik Tirta Sari Surya. Saluran pemasaran 2, petani menjual langsung panennya kepada pedagang besar atau 56,67% lalu pedagang besar menjual ke Pabrik.

- 2) Saluran pemasaran 1 diperoleh margin yaitu Rp 3.500,00/kg, keuntungan pemasaran yaitu Rp 10.812,34/kg, bagian yang diterima petani yaitu 74,07% dan efisiensi pemasaran yaitu 19,91%. Saluran pemasaran 2 margin yaitu Rp 3.000,00/kg, keuntungan pemasaran yaitu Rp 11.823,72/kg, bagian yang diterima petani yaitu 77,78% dan efisiensi pemasaran sebesar 12,42%. Berarti saluran dua (2) di Kelurahan Pangkalan Bunut Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan lebih efisien di bandingkan saluran satu (1).
- 3) Hubungan yang terjadi tidak lagi bersifat semata-mata bermotifkan keuntungan, melainkan juga mengandung unsur perasaan yang biasa terdapat dalam hubungan yang bersifat pribadi seperti saudara dekat, teman dekat, saudara jauh, sepupu jauh dan sudah lama menjalin hubungan baik. Hubungan yang mengandung unsur perasaan yang seperti ini telah menimbulkan rasa saling percaya dan keakraban antara petani dan pedagang.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

- 1) Upaya untuk meningkatkan efisiensi pemasaran karet di Kelurahan Pangkalan Bunut petani tidak perlu lagi menjual hasil panen karet kepada pedagang pengumpul melainkan langsung menjual hasil panen ke pabrik. Untuk memperkecil biaya pemasaran dan meningkatkan harga jual atau penerimaan bagi petani.
- 2) Salah satu cara agar petani tidak meminjam uang dengan pedagang pengumpul adalah membentuk suatu lembaga atau organisasi pemasaran

bokar supaya petani bisa mengumpulkan hasil panennya secara bersama-sama dengan harga sesuai pabrik serta dengan adanya lembaga atau organisasi bisa menyediakan sarana produksi untuk kebutuhan petani dalam berusaha tani.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 2013. **Kecamatan Bunut Dalam Angka 2012**. BPS Kabupaten Pelalawan.,
- Dinas Perkebunan Provinsi Riau. 2012. **Laporan Tahunan Dinas Perkebunan Provinsi Riau Tahun 2011**. Dinas Perkebunan Provinsi Riau. Pekanbaru.
- James, C Scott. 1981. **Hubungan Patron-Client Dalam Masyarakat Modern**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mahfuzah. R. 2012. **Analisis Perbandingan Pendapatan Usahatani Karet di Desa Ujungbatu Timur Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau**. Universitas Riau. (skripsi, tidak dipublikasi).
- Prasetijo, 2008. **Hubungan Patron-Client**. <http://www.etnobudaya.com>. Diakses pada tanggal 6 Juli 2014.
- Priyandi, 2013. **Analisis Sistem Pemasaran Karet (*Havea brasiliensis*) di Pulau Rupa Kabupaten Bengkalis Provinsi Riau**. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau, Pekanbaru.
- Renaldi. 2011. **Analisis Pemasaran Karet (*Havea Brasiliensis*) di Desa Batubelah Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar**. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau, Pekanbaru. (Tidak dipublikasikan)
- Rosmawati, Henny. 2011. **Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu**. Jurnal Agronobis, Volume 3: 1-9.
- Soekartawi. 2002. **Prinsip-prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian: Teori & Aplikasinya**. Penerbit Rajawali Pers. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. **Pemasaran Pertanian**. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Press). Malang.
- Sugiarto.dkk. 2003. **Teknik Sampling**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Syafriyatin, 2013. **Pola Hubungan Antara Petani Karet Dengan Toke (*Patron-Client*) Di Desa Sawah Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar**. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau, Pekanbaru.

1. Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau
- 2.. Staf Fakultas Pertanian Universitas Riau