

**PEMASARAN KARET (KAJIAN STRUKTUR, PERILAKU DAN  
PENAMPILAN PASAR) DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI  
PROVINSI RIAU**

**RUBBER MARKETING (STRUCTURE ANALYZE, CONDUCT AND  
MARKET PERFORMANCE) AT KUANTAN SINGINGI AREA, RIAU  
PROVINCE**

**Jeny Setiawan<sup>1</sup>, Novia Dewi<sup>2</sup>, Didi Muwardi<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)**  
**[jenvsetiawan14@yahoo.com](mailto:jenvsetiawan14@yahoo.com)**

**ABSTRACT**

Objective of this research are to analyze market structure and market conduct at Kuantan Singingi area. Survey method and sample determination of this research in accordance with *purposive sampling* by using criteria 1-3 ha area with rubber plants life around 10-30 years. Market seller determined by using *Snow ball Sampling* method with sample 48 farmer.

The result, ojol market acces at Kuantan Singingi area mostly consist of from two acces. Farmer sell the ojol through tauke and cooperative. Market structure at tauke level has oligopsoni conduct at moderate concentration with concentration rasio below 80% that is 69,69% and market structure at factory level has oligopsoni conduct at high concentration that is 84,04% and index Herfindahl value <1. Market conduct from market integrity show uncomplete, while transmittion elasticity has value around 0,865 that show inelastis because it's <1 and that's show oligopsoni strength and it's caused price increment.

***Key words:*** Market Structure, Market Conduct, oligopsoni.

---

**PENDAHULUAN**

Sektor pertanian hingga kini tetap memiliki peranan yang strategis dalam pembangunan nasional, baik bagi pertumbuhan ekonomi maupun pemerataan pembangunan. peranan strategis sektor pertanian bagi pertumbuhan ekonomi antara lain ditujukan oleh sektor pertanian sebagai kontributor penting dalam pembentukan produk Domestik Bruto, Penyediaan dan peningkatan devisa negara melalui ekspor hasil

pertanian serta penyediaan bahan baku industri.

Harga produksi bokar yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi tidak selalu tetap, harga bisa naik dan juga bisa turun sesuai dengan kondisi cuaca serta kualitas bokar yang akan dijual pada pedagang. Kualitas bokar petani yang bagus atau tidak bagus, pedagang akan membeli dengan harga yang telah ditetapkan. Kondisi cuaca yang baik seperti tidak hujan dan panas berkepanjangan

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

harga bokar akan baik. Harga bokar itu sendiri ditetapkan oleh pedagang sesuai dengan kondisi bokar yang dihasilkan.

Pemasaran karet rakyat dalam bentuk bokar ke pabrik dilakukan petani melalui lembaga pemasaran yang ada baik itu melalui pedagang pengumpul maupun pedagang besar. Jalur tataniaga karet alam rakyat ini banyak pihak yang terlibat dan berperan didalamnya, sehingga para petani menempati posisi yang relatif kurang menguntungkan dalam transaksi yang dilakukan di sentra-sentra produksi karet rakyat. Posisi petani menjadi lemah karena jumlah petani yang lebih banyak tergantung kepada jumlah pedagang yang hanya sedikit.

Menurut Tohir (1991) bahwa suatu usahatani dapat dikatakan berhasil dari segi finansial, apabila usahatani tersebut: a) telah menghasilkan penerimaan yang dapat menutupi semua biaya atau pengeluarannya; b) telah menghasilkan penerimaan tambahan untuk membayar bunga modal yang dipakai, baik modal sendiri maupun modal yang dipinjam; dan c) telah memberikan balas jasa pengelolaan yang wajar kepada petani. Kenyataannya, harga di tingkat petani relatif rendah jika dibandingkan dengan harga di tingkat pedagang pengumpul dan pedagang besar. Hal ini mengakibatkan pendapatan petani relatif rendah dan kemampuan investasi juga rendah.

Permasalahan pemasaran karet alam lebih terasa pada perkebunan karet rakyat karena para petani karet menempati posisi yang kurang menguntungkan dalam transaksi yang dilakukan di sentra-sentra produksi karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi. Jual beli karet dengan pedagang

pengumpul, petani mempunyai posisi yang paling lemah. Pada umumnya pedagang pengumpul juga merangkap sebagai pemberi dana pinjaman untuk kebutuhan sehari-hari para petani. Mereka bersedia meminjamkan dana dengan sistem bayar belakang.

Desa Koto Rajo, Desa Jaya Kopah dan Desa Muara Lembu merupakan lokasi produksi bokar yang letaknya tidak begitu jauh dari pabrik pengolahan karet. Jarak Desa Koto Rajo dengan pabrik pengolahan karet yaitu  $\pm 70$  km, sementara jarak Desa Jaya Kopah dengan pabrik pengolahan karet yaitu  $\pm 30$  km dan jarak Desa Muara Lembu dengan pabrik pengolahan karet yaitu  $\pm 20$  km. Jarak lokasi produksi dengan pabrik pengolahan karet sangat menentukan struktur, perilaku dan kinerja pasar karet yang ada.

Lokasi produksi karet yang letaknya jauh dari pabrik pengolahan karet, sehingga keadaan ini memberikan kesempatan kepada pihak lain seperti pedagang pengumpul dan pedagang besar untuk menyampaikan bokar ke pabrik. Permasalahan yang sering dihadapi petani karet adalah sistem pemasaran bokar dianggap masih belum efisien dan pembentukan harganya kurang transparan sebagai akibat lemahnya kelembagaan pemasaran di pedesaan. Harga bokar yang dijual petani kepada pedagang akan menentukan tinggi atau rendahnya pendapatan yang diterima oleh petani karet.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis struktur pasar karet di Kabupaten Kuantan Singingi. (2) Menganalisis perilaku pasar karet di Kabupaten Kuantan Singingi.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kuantan Singingi. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja dan dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu daerah penghasil karet di Provinsi Riau.

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2014 sampai dengan bulan Juli 2015 meliputi penyusunan proposal, pengumpulan data, dan pengolahan data serta penulisan skripsi.

### **Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data**

Data yang diambil terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan petani sampel menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) meliputi identitas petani sampel dan Lembaga Pemasaran (umur, lama pendidikan, pengalaman, jumlah anggota keluarga).

Data sekunder yang diperlukan diperoleh dari instansi terkait yaitu dari Kantor Desa, Dinas Perkebunan Provinsi Riau dan Kabupaten Kuantan Singingi, Biro Pusat Statistik (BPS), Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kuantan Singingi serta literatur-literatur lainnya yang terkait dengan penelitian. Data sekunder yang diperlukan meliputi keadaan daerah penelitian, jumlah penduduk, pendidikan, mata pencaharian, sarana dan prasarana serta lembaga-lembaga penunjang.

### **Teknik Penarikan Sampel**

Penelitian ini menggunakan metode survei, yaitu suatu cara memperoleh data tentang sesuatu yang ingin diteliti secara sensus atau sampel. Sasaran dari penelitian ini

adalah petani karet yang ada di Desa Koto Rajo, Desa Jaya Kopah, Desa Muara Lembu dan sampel lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bokar sampai ke pabrik. Penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan kriteria memiliki luas lahan 1-3 ha dengan umur tanaman karet 10-30 tahun. Sampel diambil pada 3 kecamatan, yaitu Kecamatan Singingi, Kecamatan Kuantan Tengah dan Kecamatan Kuantan Hilir Seberang, karena ketiga kecamatan merupakan sentra produksi karet di Kabupaten Kuantan Singingi. Untuk masing-masing kecamatan dipilih satu desa, yaitu Desa Muara Lembu di Kecamatan Singingi, Desa Jaya Kopah di Kecamatan Kuantan Tengah, dan Desa Koto Rajo di Kecamatan Kuantan Hilir Seberang, dimana masing-masing desa mewakili desa lain dengan jumlah populasi petani karet yang terbanyak.

Jumlah sampel petani karet keseluruhannya dalam penelitian ini adalah 48 petani sampel, dimana Desa Muara Lembu sebanyak 16 petani sampel, Desa Jaya Kopah sebanyak 16 petani sampel dan Desa Koto Rajo sebanyak 16 petani sampel.

Sampel lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran karet sampai ke pabrik ditentukan dengan metode *snow ball sampling*, yakni penentuan sampel lembaga pemasaran yang mula-mula berdasarkan informasi dari satu petani sampel, tetapi karena dengan satu informasi belum cukup, maka peneliti mencari lembaga pemasaran lain yg dipandang lebih tahu dan dapat melengkapi data yang diberikan dari lembaga pemasaran tersebut sampai dengan titik kejenuhan didapat berdasarkan

lembaga pemasaran yang ditunjuk oleh petani sampel (Sugiyono, 2011).

### Analisis Data

Analisis data dilakukan secara berurutan, yakni analisis struktur pasar, perilaku pasar, dan penampilan pasar sesuai dengan model S-C-P (*Structure-Conduct-Performance*).

Menjawab tujuan penelitian yang pertama struktur pasar dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan menjelaskan (1) ada tidaknya diferensiasi produk, (2) hambatan lembaga pemasaran masuk pasar. Selain itu struktur pasar juga dianalisis secara kuantitatif, yaitu dengan menganalisis jumlah dan ukuran lembaga pemasaran dengan menghitung *market share*, konsentrasi rasio, dan Indeks Herfindhal (HI).

Pangsa pasar menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualannya. Masing-masing perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda-beda yaitu antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar suatu industri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100$$

Dimana:

$MS_i$  = Pangsa pasar perusahaan i (%),

$S_i$  = Penjualan perusahaan i (Rp),

$S_{tot}$  = Penjualan total seluruh perusahaan (Rp).

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

Jika ada satu pedagang yang memiliki nilai Kr minimal 95%, maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar monopsoni. Jika ada empat pedagang yang memiliki nilai

Kr minimal 80%, maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi tinggi. Jika ada delapan pedagang yang memiliki nilai Kr minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi sedang (Hay dan Moris, 1991).

$$HI = (S1)^2 + (S2)^2 + \dots + (Sn)^2$$

Keterangan:

$S1, S2, \dots, Sn$  = pangsa pembelian bokar dari pedagang ke 1, 2, ..., n

Kriteria:

Jika  $HI = 1$  maka pasar karet mengarah pada monopsonistik.

Jika  $HI = 0$  maka pasar mengarah pada persaingan sempurna

Jika  $0 < HI < 1$  maka pasar karet mengarah pada oligopsonistik

Menjawab tujuan kedua perilaku pasar dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan menjelaskan praktik penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang. Di samping itu perilaku pasar juga dianalisis secara kuantitatif, yaitu (1) analisis korelasi untuk melihat keterpaduan pasar secara horizontal, (2) analisis elastisitas transmisi harga untuk melihat keterpaduan pasar secara vertikal.

$$r = \frac{\{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)\}}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

$r$  = Korelasi harga slab pada pasar X dan pasar Y

$n$  = Jumlah sampel

$X_i$  = Harga slab pada pasar X (Rp/kg)

$Y_i$  = Harga slab pada pasar Y (Rp/kg)

Selanjutnya keterpaduan pasar dihitung pada persamaan:

$$Pf = d_0 + d_1 Pf_{t-1} + d_2 (Pr - Pr_{t-1}) + d_3 (Pr_{t-1}) + e_i$$

Keterangan :

$P_f$  = Harga slab di tingkat petani pada saat  $t$

$P_{f_{t-1}}$  = Harga slab di tingkat petani pada tahun sebelumnya

$P_r$  = Harga slab di tingkat pedagang pengumpul pada tahun  $t$

$P_{r_{t-1}}$  = Harga slab di tingkat pedagang pengumpul pada tahun sebelumnya

$d_0$  = Konstanta

$d_1, d_2, d_3$  = Koefisien regresi

$e_i$  = Galat

Selanjutnya indeks keterpaduan pasar (*index of market integration*) yang menggambarkan perbandingan dari koefisien pasar di tingkat petani dengan koefisien pasar dihitung seperti pada persamaan.

$$IMC = \frac{1 + d_1}{d_3 - d_1}$$

Jika  $IMC < 1$  menunjukkan adanya integrasi pasar yang tinggi dalam arti bahwa harga di tingkat petani memiliki pengaruh dominan terhadap pembentukan harga di tingkat pasar. Bila  $IMC > 1$  menunjukkan tidak tercapainya keterpaduan pasar, artinya harga di tingkat petani tidak memiliki pengaruh terhadap pembentukan harga pada tingkat eksportir hal ini merupakan suatu indikasi terjadinya pasar monopsoni.

Menurut Azzaino (1981), elastisitas transmisi harga menunjukkan efisiensi sistem tataniaga, semakin besar nilai elastisitas transmisi harga, semakin efisien sistem tataniaga tersebut. Elastisitas transmisi harga ( $E_t$ ) seperti pada persamaan.

$$E_t = \frac{1}{b_1} \cdot \frac{P_r}{P_f}$$

Keterangan :

$E_t$  = Elastisitas transmisi harga

$P_f$  = Harga di tingkat petani

$P_r$  = Harga di tingkat pedagang pengumpul atau pabrik

$b_1$  = Koefisien regresi

Ada tiga kriteria dalam penentuan elastisitas transmisi harga. Pertama, jika  $E_t = 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat petani sama dengan laju perubahan di tingkat pedagang pengumpul atau pabrik/ koperasi. Kedua, jika  $E_t > 1$  maka laju perubahan harga di tingkat petani lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul atau pabrik/koperasi. Ketiga, jika  $E_t < 1$  berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul atau pabrik/koperasi. Hal ini menunjukkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada lembaga tataniaga sehingga kenaikan harga hanya dinikmati oleh pedagang pengumpul atau pabrik. Parameter tersebut dapat diduga menggunakan model regresi linier sederhana seperti pada persamaan.

$$P_f = b_0 + b_1 P_r + e_1$$

Keterangan :

$P_f$  = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

$P_r$  = Harga di tingkat koperasi atau pabrik (Rp/kg)

$b_0$  = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi

$e_1$  = Galat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

Rata-rata umur petani sampel adalah 51 tahun. Sebagian besar petani sampel masih tergolong penduduk usia produktif (15-64 tahun), yaitu sebanyak 48 orang atau 100%. Usia >65 tahun hanya 0 orang petani atau 0% dikategorikan sebagai petani sampel dengan kisaran usia nonproduktif (> 65 tahun). Pedagang ojol tergolong penduduk usia produktif yaitu dengan kisaran umur 15 sampai dengan 64 tahun yaitu 90 persen sebanyak 9 orang dan untuk penduduk usia non produktif yaitu 10 persen sebanyak 1 orang. Rata-rata umur pedagang ojol yaitu 50 tahun.

Petani sampel berada dalam tingkat jenjang pendidikan SD sebanyak 48% kemudian disusul oleh tingkat pendidikan SLTP sebanyak 29%, SLTA sebanyak 19% dan S1 sebanyak 4%. Jenjang pendidikan formal yang ditempuh petani relatif terbatas maka pengelolaan usahatani karet hanya dijalankan secara sederhana sesuai dengan kebiasaan yang selama ini dilakukan dan informasi yang didapatkan antar petani. Pedagang ojol berada dalam tingkat jenjang pendidikan SD sebanyak 6 orang dengan persentase 60% kemudian disusul oleh tingkat pendidikan SLTP sebanyak 1 orang dengan persentase 10%, pada tingkat SLTA sebanyak 2 orang dengan persentase 20% dan pada jenjang Perguruan Tinggi (PT) sebanyak 1 orang dengan persentase 10%.

Petani sampel yang memiliki pengalaman usahatani yang terbanyak adalah >10 tahun sebanyak 46 orang yaitu 96% dan yang paling sedikit adalah 5-10 tahun sebanyak 2 orang yaitu 4%. Rata-rata pengalaman petani sampel berdasarkan pengalaman usahatani

adalah selama 26 tahun. Tingkat pengalaman usahatani pedagang ojol 5-10 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 30% dan pada tingkat pengalaman usahatani pedagang ojol >10 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 70%. Rata-rata tingkat pengalaman usahatani pedagang ojol yaitu 18 tahun.

Petani sampel memiliki luas lahan 1 ha, yaitu sebesar 31% dari total petani sampel atau sebanyak 15 orang. Selanjutnya di susul oleh petani sampel yang memiliki luas lahan 2 ha, yaitu sebesar 61% dari total petani sampel atau sebanyak 29 orang. Sedangkan petani sampel yang memiliki luas lahan 3 ha, yaitu sebesar 8% dari total petani sampel atau sebanyak 4 orang. Artinya, dalam teori Hernanto petani sampel dalam penelitian merupakan golongan petani sedang (0,5-2 ha). bahwa luas lahan yang dimiliki pedagang ojol dengan luas lahan berkisar antara 0,5-2 ha sebanyak 3 orang dengan persentase 30% dan luas lahan yang dimiliki pedagang ojol dengan luas lahan >2 ha sebanyak 7 orang dengan persentase 70%. Artinya pedagang sampel merupakan golongan petani luas (>2 ha).

Jumlah tanggungan keluarga yang tergolong dalam kelompok kecil, yaitu sekitar 21% atau sebanyak 10 orang. Jumlah tanggungan keluarga yang tergolong dalam kelompok sedang adalah sebanyak 79% atau 38 orang. Petani yang memiliki sedikit tanggungan akan lebih banyak mengalokasikan modalnya untuk menyediakan sarana produksi, akan tetapi bagi petani yang memiliki banyak tanggungan alokasi modal untuk penyediaan sarana produksi akan sangat terbatas karena banyaknya biaya yang

dikeluarkan untuk pengeluaran rumah tangga. Jumlah tanggungan keluarga pada tingkat pedagang ojol yang tergolong dalam kelompok kecil berkisar antara 0-2 sebanyak 1 orang dengan persentase 10%. Jumlah tanggungan keluarga pada tingkat pedagang ojol yang tergolong dalam kelompok sedang berkisar antara 3-5 sebanyak 9 orang dengan persentase 90%.

## 1. Struktur Pasar

### Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran timbul karena lokasi produksi ojol terdapat di pedesaan yang letaknya jauh dari pabrik pengolahan karet. Hal ini terkait dengan jarak pabrik pengolahan karet  $\pm 70$  km dari Desa Koto Rajo,  $\pm 30$  km dari Desa Jaya Kopah dan  $\pm 20$  km dari Desa Muara Lembu. saluran pemasaran ojol yang terjadi di Desa Koto Rajo, terdiri dari satu macam saluran. Terdapat satu macam saluran pemasaran ojol di Desa Koto Rajo, untuk melihat saluran pemasaran yang paling efisien (dilihat dari margin pemasaran terkecil) dan saluran pemasaran yang kurang efisien (dilihat dari margin pemasaran terbesar).

Saluran pemasaran ojol yang terjadi di Desa Jaya Kopah, terdiri

### Market Share dan Konsentrasi Rasio

Petani sampel sebanyak 16 orang memberi keterangan bahwa di Desa Koto Rajo terdapat 3 tauke. Petani sampel untuk Desa Jaya Kopah sebanyak 16 orang, 1 koperasi, 4 pedagang besar, dimana 1 pedagang besar dapat diwawancarai dan 3 pedagang besar tidak dapat diwawancarai dikarenakan pedagang besar tersebut berasal dari luar daerah dan jarang mengikuti lelang

dari satu macam saluran, hanya satu saluran pemasaran dikarenakan pemasaran melalui koperasi dan margin pemasaran yang efisien.

Saluran pemasaran ojol yang terjadi di Desa Muara Lembu terdiri dari 2 macam saluran. Terdapat dua macam saluran pemasaran ojol di Desa Muara Lembu, untuk melihat saluran pemasaran yang paling efisien (dilihat dari margin pemasaran terkecil) dan saluran pemasaran yang kurang efisien (dilihat dari margin pemasaran terbesar).

Secara keseluruhan petani Desa Koto Rajo, maupun petani Desa Muara Lembu, petani menjual hasil produksinya (ojol) melalui tauke, karena petani sudah berhutang dalam bentuk uang untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak, seperti untuk membayar biaya pendidikan anaknya ataupun berhutang dalam bentuk barang untuk memenuhi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari, sehingga petani memiliki keterikatan dan harus menjual ojol kepada tauke. Keterikatan inilah yang membuat petani pada posisi tawar menawar (*bergaining position*) yang lemah.

sehingga data yang diperoleh berasal dari koperasi. Petani sampel untuk Desa Muara Lembu sebanyak 16 orang, 5 tauke, 1 pedagang besar dan 1 pabrik. Pedagang yang terbatas ini akan beroperasi terhadap petani yang banyak dan bersifat individual, akan mempengaruhi struktur pasar. Pedagang besar memiliki volume transaksi yang tinggi, karena persaingannya kurang ketat dibandingkan pedagang yang berada pada level dibawahnya. Demikian

pedagang pada level atas mempunyai pasar. peluang besar untuk mempengaruhi

**Tabel 1. Perhitungan *Market Share* dan Konsentrasi Rasio pemasaran ojol tingkat tauke dan pedagang besar Kabupaten Kuantan Singingi**

No	Tingkat Penjualan Karet (Kg)	<i>Market Share</i> (%)	Konsentrasi Rasio (%)
<b>Pedagang Besar</b>			
1	816000	0,2857	28,57*
2	576000	0,2017	20,17*
3	480000	0,1681	16,81*
4	528000	0,1849	18,49*
5	456000	0,1597	15,97
<b>Jumlah</b>	<b>2400000</b>	<b>1,0000</b>	<b>100,00</b>
<b>Tauke</b>			
1	240000	0,1515	15,15*
2	288000	0,1818	18,18*
3	384000	0,2424	24,24*
4	72000	0,455	4,55
5	192000	0,1212	12,12*
6	144000	0,909	9,09
7	144000	0,909	9,09
8	120000	0,758	7,58
<b>Jumlah</b>	<b>1584000</b>	<b>1,0000</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan perhitungan *market share* dan konsentrasi rasio dapat diketahui bahwa *market share* dari pedagang besar sebesar 0,8404 dengan konsentrasi rasio 84,04% sehingga struktur pasar yang terjadi mengarah pada oligopsoni konsentrasi tinggi, demikian pula dari 4 pedagang pengumpul desa diperoleh *market share* sebesar 0,6969 dengan konsentrasi rasio sebesar 69,69% menunjukkan struktur pasar yang terjadi mengarah pada oligopsoni konsentrasi sedang.

Tauke yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi memiliki tingkat kekuasaan yang sedang untuk mempengaruhi pasar. Hal ini menunjukkan adanya peranan pedagang perantara dalam menentukan harga pembelian ojol dari petani. Struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran ojol di Kabupaten Kuantan Singingi

mengakibatkan penentuan harga yang didominasi oleh pedagang ditingkat atas, atau pedagang ditingkat bawah tunduk kepada harga yang ditentukan oleh pedagang ditingkat atas. Hal ini berarti petani berada pada posisi yang paling lemah.

### Indeks Herfindahl

Analisis ini bertujuan mengetahui derajat konsentrasi pembeli di lokasi penelitian sehingga dapat diketahui gambaran umum kekuatan posisi tawar petani terhadap pembeli.

**Tabel 2. Nilai Indeks Herfindahl**

No	Jumlah Penjualan (Kg)	<i>Market Share</i>	IH
1	Pedagang Besar	0,8404	0,7063
2	Pedagang Pengumpul	0,6969	0,4857

Berdasarkan perhitungan indeks Herfindahl dapat diketahui bahwa nilai indeks Herfindahl



pedagang besar 0,7063 dan pedagang pengumpul 0,4857 sehingga struktur pasarnya mengarah pada oligopsonistik.

## 2. Perilaku Pasar Ojol

Perilaku pasar dapat dijelaskan dengan keterpaduan pasar secara horisontal dan vertikal serta praktik penentuan harga yang diuraikan sebagai berikut:

### Keterpaduan Pasar secara Horizontal

Berdasarkan dari hasil analisis korelasi sederhana (r) didapat korelasi antara harga ojol di pabrik dengan harga ojol ditingkat petani untuk Kabupaten Kuantan Singingi (r) adalah 0,457.

**Tabel 3. Hasil analisis Elastisitas Transmisi harga ojol di Kabupaten Kuantan Singingi**

No	Variabel	b <sub>1</sub>	Se (b <sub>1</sub> )	T	Sign. T
1	Harga Petani	0,865	0,248	3,487	0,001
2	Konstanta	4146,605	1750,353	2,369	0,022
3	Adjusted r <sup>2</sup>				0,192
4	F				12,161
5	Sign. F				0,001

Berdasarkan dari hasil elastisitas transmisi harga ojol yang bernilai 0,865 di Kabupaten Kuantan Singingi. Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif antara harga ojol ditingkat petani dan harga ojol di pabrik. Elastisitas transmisi harga yang berfungsi sebagai ukuran kepekaan atau respon harga ojol ditingkat petani akibat perubahan harga ojol di pabrik, menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan harga pada pabrik sebesar 1% maka harga ditingkat petani meningkat 0,865 di Kabupaten Kuantan Singingi. Artinya elastisitas transmisi harga ini dinamakan tidak elastis atau inelastis karena lebih kecil dari satu.

Koefisien korelasi antara harga ojol ditingkat petani dan harga ojol ditingkat pabrik, yaitu < 0,80, berarti harga ojol ditingkat petani terpadu secara tidak sempurna dengan harga ojol ditingkat pabrik. Kesimpulan ini menggambarkan bahwa tidak ada kerjasama antara pedagang pada pasar yang satu dengan pedagang pada pasar yang lain, yang diduga karena sulitnya informasi dari yang didapat oleh petani sebagai akibat jauhnya lokasi yang tidak ditunjang dengan sarana transportasi dan telekomunikasi yang memadai.

### Keterpaduan Pasar secara Vertikal

Nilai elastisitas transmisi harga ojol lebih kecil dari satu atau inelastis disebabkan: (1) proses penentuan harga tidak transparan dan tidak berdasarkan kualitas; (2) mutu bokar rendah; (3) terbatasnya sarana komunikasi; (4) lokasi kebun yang jauh.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Saluran pemasaran ojol secara keseluruhan terdiri dari 2 saluran. Struktur pasar ditingkat tauke Desa Koto Rajo, Desa Jaya Kopah, dan Muara Lembu bersifat oligopsoni konsentrasi sedang. Struktur pasar ditingkat pedagang besar bersifat oligopsoni konsentrasi tinggi, nilai Indeks Herfindahl < 1 juga menunjukkan pasar tersebut oligopoli yang

memposisikan petani pada pihak yang lemah.

2. Perilaku pasar dilihat dari integrasi pasar bernilai 0,457 menunjukkan tidak sempurna. Elastisitas transmisi harga bernilai 0,865 dimana  $<1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul atau pabrik.

### **Saran**

1. Perlunya koperasi yang dapat berperan membantu petani dalam hal permodalan dan prosedur yang lebih mudah sehingga ketergantungan petani terhadap pedagang dapat dikurangi.
2. Perlu adanya informasi tentang harga karet yang berlaku ditingkat petani, pedagang dan pabrik. Informasi tersebut disebarluaskan sampai ke tingkat petani, sehingga posisi tawar menawar lebih kuat untuk meningkatkan harga ojol ditingkat petani.
3. Perlu peningkatan sarana dan prasarana transportasi dan telekomunikasi untuk menekan biaya transportasi dan meningkatkan aksesibilitas petani.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Azzaino, Z. 1981. **Pengantar Tataniaga Pertanian**. Diktat kuliah Sosial Ekonomi Pertanian IPB. Bogor.
- Hay, D. A & Moris, D., J. 1991. **Industrial Economic & Organization, Theory & Evidence**. Second Edition.
- Sugiyono. 2011. **Metode Penelitian Administrasi**. Alfabeta. Bandung.
- Tohir, K.A. 1991. **Seuntai Pengetahuan Usahatani Indonesia**. Rineka Cipta. Jakarta.