

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS KARET DI KABUPATEN ROKAN HULU

Yulfita Aini¹, Eksa Rusdiyana²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Univ. Pasir Pengaraian

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Univ. Pasir Pengaraian

Email; Yulfitaaini@gmail.com

ABSTRAK

Kabupaten Rokan Hulu merupakan Salah satu kabupaten yang menghasilkan karet alam di propinsi Riau. Pemasaran komoditas karet ini di kab. Rokan Hulu belum tertata dengan baik, ada yang melalui mekanisme pasar konvensional dan ada juga yang mekanisme sistem lelang. Namun kedua mekanisme tersebut masih memiliki kekurangan-kekurangan yang membuat masyarakat petani karet merasa dirugikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pemasaran yang berpihak kepada masyarakat petani karet Rokan Hulu, sehingga diharapkan ada perbaikan mekanisme pasar untuk komoditas karet. Pendekatan yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi serta FGD. Validitas data ditentukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya kualitas karet petani, tekanan harga tauke serta panjangnya rantai pemasaran karet menyebabkan pemasaran karet tidak efektif. Strategi pemasaran karet yang perlu dilakukan antara lain perbaikan aspek kualitas karet petani, penguatan kelembagaan pasar lelang menjadi Unit Pengolahan dan Pemasar Bahan Olahan Karet (UPPB), serta dukungan pemerintah daerah berkaitan dengan pembinaan dan regulasi karet di Rokan Hulu.

Kata Kunci : Karet, Pasar Lelang, Rokan Hulu, Strategi pemasaran

PENDAHULUAN

Karet (*Hevea brasiliensis*) adalah komoditi yang mempunyai hubungan erat dengan kebutuhan sehari-hari manusia. Hasil olahan yang menggunakan bahan dasar karet 73 persennya berupa ban, sedangkan sisanya dalam bentuk alat kesehatan, mainan anak-anak, peralatan otomotif, sol sepatu sandal dan sebagainya (Hendratno, 2008). Ragimun (2010) mengatakan bahwa Indonesia merupakan negara pengekspor komoditas karet. Senada dengan itu Lastinawati (2014) juga mengatakan bahwa Indonesia pernah menguasai produk karet dunia dengan mengungguli hasil dari negara-negara lain. Namun (Suryaningrum, 2013) mengatakan bahwa memasuki tahun 2007 ekspor karet mengalami penurunan sampai pada tahun 2009 sebesar 394,306.6 ton. Hal ini

dikarenakan dampak dari krisis yang melanda AS. Penjualan otomotif di AS mengalami penurunan dan mempengaruhi turunnya permintaan karet oleh industri ban termasuk yang menggunakan karet Indonesia.

Kabupaten RokanHulu merupakan salah satu kabupaten yang menghasilkan karet alam di propinsi Riau. Kondisi alam yang berada di daerah tropis yang langsung dipengaruhi oleh garis khatulistiwa, membuat tanaman karet tumbuh subur dan berkembang di Rokan Hulu. Sebagian besar Masyarakat Rokan Hulu bermata pencaharian sebagai petani karet. Dari data BPS Rokan Hulu (2015) nyatakan bahwa jumlah areal tanaman perkebunan karet di Rokan Hulu 48.796 Ha, ini menunjukkan bahwa masyarakat Rokan Hulu sebagian besar

bermata pencaharian sebagai petani karet. Tabel 1 berikut menunjukkan keadaan pertanian di Kabupaten Rokan Hulu.

Tabel 1. Data jumlah petani, luas areal dan jumlah produksi menurut jenis tanaman di Rokan Hulu tahun 2013

| No | Jenis Tanaman | Jumlah Petani | Luas Areal (Ha) | Produksi (Ton) |
|----|----------------------------------|---------------|-----------------|----------------|
| 1 | Karet (<i>Rubber</i>) | 23.775 | 48.796 | 54.394 |
| 2 | Kelapa Sawit (<i>Palm Oil</i>) | 69.175 | 158.241 | 619.757 |
| 3 | Kelapa (<i>Coconut</i>) | 5.258 | 1.090 | 595 |
| 4 | Coklat (<i>Cocoa</i>) | 490 | 195 | 118 |
| 5 | Kopi (<i>Coffe</i>) | 414 | 146 | 111 |
| 6 | Pinang (<i>Arecanut</i>) | 526 | 71 | 29 |
| 7 | Enau (<i>Palm Sugar</i>) | 391 | 9 | 14 |
| 8 | Gambir (<i>Gambier</i>) | 58 | 30 | 7 |

Sumber: BPS Rokan Hulu, 2014

Sejauh ini Rokan hulu belum memiliki industri hilir/pabrik yang bisa mengolah karet menjadi produk setengah jadi, karena pabrik yang berada jauh dari petani karet, hal ini mengakibatkan masyarakat tidak bisa melakukan transaksi langsung dengan pabrik, sehingga petani karet membutuhkan jasa pedagang pengumpul untuk melanjutkan hasil produksinya ke pabrik, dalam hal ini pedagang pengumpul memiliki kewenangan yang besar dalam menentukan harga karet di petani.

Mekanisme pasar komoditas karet di Rokan Hulu, khususnya di Kecamatan Rambah Hilir memiliki dua model: (1) model konvensional dan (2) Model Lelang, dari kedua jenis mekanisme pasar ini masih memiliki kekurangan yang membuat petani karet masih merasa dirugikan. Kondisi di lapangan sekarang ini adalah adanya penurunan harga karet yang begitu drastis yang membuat masyarakat merasa dirugikan. Salah satu penyebabnya adalah sistem pemasaran yang belum tertata bagus sehingga tidak berpihak kepada masyarakat

dalam hal menjual hasil produksi karetnya, tidak adanya kebijakan dari pemerintah yang bisa menaikkan harga karet. Hal ini diperburuk oleh tidak adanya industri hilir yang berada dekat dengan petani karet, sehingga masyarakat tidak mengetahui informasi tentang harga pasar, dan ini juga menimbulkan biaya produksi sehingga mengurangi pendapatan mereka. Dengan melihat kondisi di atas perlu dirumuskan strategi pemasaran yang bisa memperbaiki mekanisme pasar yang sudah ada, agar bisa membantu masyarakat Rokan Hulu dalam memasarkan hasil produksi karetnya.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*puposive*), yaitu Kecamatan Rambah hilir, karena daerah ini merupakan salah satu sentra produksi karet di Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai November 2016.

Metode Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan sengaja berdasarkan peta kebutuhan data dan informasi yang diperlukan. Perencanaan daftar informan penelitian sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Informan dalam Penelitian

| No | Informasi yang diperlukan | Informan |
|----|--|---|
| 1 | Data petani dan lahan karet, pembinaan kelompok petani, regulasi perkebunan karet | Dinas Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Rokan Hulu |
| 2 | Keberjalanan usaha tani karet, pengolahan dan pemasaran karet, permasalahan usaha tani karet | Petani karet |
| 3 | Harga beli karet, pemasaran, jaringan pasar | saluran <i>Tauke</i> kare |
| 4 | Sejarah pasar lelang, petani karet, manajemen pasar | data Pengelola pasar pasar |

| | |
|---|--------------|
| lelang karet | lelang karet |
| 5 Regulasi tentang pengolahan dan pemasaran BOKAR | Akademisi |

Sumber: Data Lapangan, 2016

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari narasumber/responden maupun berdasarkan hasil pengamatan peubah-peubah yang dimiliki suatu objek, dan beberapa *key informan* dari pedagang pengumpul. Data sekunder yang menyangkut kondisi wilayah akan diambil dari instansi terkait.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, diskusi (FGD), observasi, pencatatan, kajian dokumen dan arsip. Mekanisme wawancara (*Indepth Interview*) dengan para narasumber (instansi terkait) dilakukan dengan mempersiapkan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan topik yang akan ditanyakan.

Validitas Data

Validitas data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik informasi yang telah diperoleh melalui beragam teknik pengumpulan data yang telah dilakukan (Sutopo, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Luasan dan Produksi Karet di Rokan Hulu

Pada era 1970-an hingga akhir tahun 1990-an, usaha tani karet masih menjadi primadona perkebunan di Riau termasuk di Kabupaten Rokan Hulu. Kondisi ini mendukung Riau sebagai salah satu dari 5 wilayah di Indonesia yang menjadi

produsen utama karet alam. Namun, sejak awal tahun 2000 harga komoditas karet di pasaran terus menurun yang secara tidak langsung mempengaruhi alih fungsi lahan karet menjadi lahan perkebunan kelapa sawit. Sampai dengan tahun 2016 ini, total luas lahan karet di propinsi Riau mencapai 328.347 hektar dengan total produksi mencapai 367.261 ton per tahun. Sedangkan di Kabupaten Rokan Hulu luasan lahan karet tersisa 56.242 hektar dengan total produksi 54.394 ton. Usaha tani karet di Kabupaten Rokan Hulu masih didominasi oleh usaha tani dalam skala kecil dengan jumlah petani sebanyak 23.775 orang dengan rata-rata kepemilikan lahan karet seluas 2,37 hektar/petani. Data luas lahan, produksi dan jumlah petani karet di Rokan Hulu disajikan dalam Tabel 3. berikut.

Tabel 3. Luas dan Produksi Karet di Rokan Hulu Per Kecamatan Tahun 2015

| Kecamatan | Jumlah Petani (orang) | Luas Area Perkebunan (Ha) | Produksi (Ton) |
|-------------------|-----------------------|---------------------------|----------------|
| RokanIV Koto | 2500 | 7190 | 7270 |
| Pendalihan V Koto | 1012 | 3576 | 3829 |
| Tandun | 255 | 542 | 424 |
| Kabun | 935 | 2447 | 2394 |
| UjungBatu | 274 | 336 | 367 |
| Rambah Samo | 3525 | 4376 | 4115 |
| Rambah | 3214 | 4569 | 3063 |
| Rambah Hilir | 1740 | 10859 | 9922 |
| Bangun Purba | 1518 | 2677 | 2281 |
| Tambusai | 1417 | 3209 | 3373 |
| Tambusai Utara | 4008 | 11459 | 12783 |
| Kepenuhan | 1590 | 2805 | 2926 |

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOMODITAS KARET DI KABUPATEN ROKAN HULU

| | | | |
|------------------|------|------|------|
| Kepenuhan Hulu | 1524 | 1742 | 1504 |
| Kunto Darussalam | 136 | 47 | 45 |
| Pagaran Tapah | 95 | 102 | 52 |
| Bonai Darussala | 32 | 53 | 42 |
| Jumlah | 237 | 559 | 543 |
| | 75 | 89 | 94 |

Sumber: BPS Rokan Hulu, 2014

Kendala dan Peluang Pemasaran Karet di Rokan Hulu

Untuk menampung hasil karet petani, di propinsi Riau sendiri terdapat 11 pabrik karet dengan persebaran sebagaimana disajikan dalam Tabel 4. berikut

Tabel 4. Pabrik Karet di Propinsi Riau

| Kota/ Kabupa ten | Perusahaan | Olahan | Kapasitas Produksi (Ton/th) |
|------------------|-------------------------|----------------|-----------------------------|
| Pekanbaru | PT Bangkinang | SIR-20, SIR-10 | 14.000 |
| | PT Ricry | SIR-20, SIR-10 | 24.000 |
| Indragiri Hulu | PT Tirta Sari Surya | SIR-20 | 30.000 |
| | PTPN VBukit Selasih | SIR-3LWF | 3.600 |
| | PTPN VBinio | SIR-3LWF | 3.600 |
| | PTPN VPematangReba | RSS | 2.880 |
| Kampar | PT Bangkinang | RSS | 20.000 |
| | PT Ricry | SIR-20, SIR-10 | 24.000 |
| | PT HelvinaKamparLestari | RSS | |
| | PT Perindak | RSS | |
| Kuansing | PT Andalan AgroLestari | SIR-20 | 42.000 |

Sumber: Analisis Data Riau Pos, 18 April 2016

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui bahwa belum ada pabrik pengolahan karet di Rokan Hulu, hal ini menyebabkan petani karet di Rokan Hulu tidak bisa memasarkan karetnya secara langsung ke pabrik karet.

Keadaan ini menimbulkan munculnya pedagang pengepul karet (tauke) yang memfasilitasi pemasaran karet petani ke pabrik karet. Pada akhirnya petani karet di Rokan Hulu sangat tergantung dari paratauke untuk memasarkan karetnya. Akhirnya saluran pemasaran karet di Rokan Hulu secara umum dapat digambarkan dari petani, tauke, pabrik karet. Petani menjual karetnya kepada tauke dengan cara membawa karet ke pasar desa, masing-masing petani sudah memiliki tauke langganannya. Pada posisi ini, harga karet yang diperoleh petani mengikuti ketetapan harga yang ditentukan oleh tauke. Pada sisi yang lain, tauke juga memiliki andil dalam menentukan kualitas karet yang dijual oleh petani sehingga tauke berwenang penuh melakukan pemotongan harga berdasarkan kualitas yang ditetapkan tersebut. Saluran pemasaran ini memposisikan petani karet sebagai *pricetaker*.

Seiring dengan semakin bertambahnya tauke karet maka petani memiliki beberapa alternatif untuk menentukan pilihan menjual karetnya. Pada akhirnya petani yang tergabung dalam kelompok tani karet membentuk pasar lelang karet untuk memasarkan karetnya. Berbeda dengan saluran pemasaran karet yang pertama, saluran pemasaran karet yang kedua ini memberikan keuntungan harga yang lebih mahal bagi petani. Dalam sistem lelang karet, para tauke menentukan harga beli karet secara tertutup dengan cara menuliskan pada kertas yang telah disediakan oleh pengurus pasar lelang. Tauke dengan harga beli tertinggi berhak untuk membeli karet petani dalam satu titik lelang tersebut. Pemasaran karet melalui sistem pasar lelang memberikan beberapa keuntungan sebagaimana disajikan dalam Tabel 5. berikut.

Tabel 5 Perbandingan Sistem Pemasaran Karet Secara Konvensional dan Melalui Pasar Lelang Karet di Desa Sejati, Kecamatan Rambah Hilir

| Aspek Komparasi | Pasar Konvensional | Pasar Lelang Karet |
|-----------------|---|--|
| Timbangan karet | Mutlak ditentukan <i>tauke</i> , petani seringkali merasa dicurangi dengan adanya pengurangan berat karet | Dicatat <i>tauke</i> diawasi oleh pengelola pasar lelang. Potongan berat disepakati berdasarkan kualitas karet |
| Harga | Ditentukan <i>tauke</i> , petani sebagai <i>price taker</i> | Ditentukan melalui lelang, harga tertinggi sebagai pemenang lelang. Harga lelang seringkali lebih tinggi dari harga jual di pasar konvensional |

Sumber: Analisis Data, 2016

Keberadaan pasar lelang karet di Kabupaten Rokan Hulu sebenarnya sudah ada di setiap kecamatan dan jumlahnya terus bertambah setiap tahunnya. Hal ini disebabkan petani semakin merasakan keuntungan memasarkan karet melalui pasar lelang. Kelompok tani yang akan membentuk pasar lelang biasanya akan belajar pada kelompok tani lain yang sudah membentuk pasar lelang. Masing-masing pasar lelang memiliki hari pasar sendiri-sendiri, misalnya pasar lelang di Kecamatan Bangun Purba memiliki hari pasaran setiap hari Jumat sore, sedangkan pasar lelang di Kecamatan Rambah Hilir memiliki hari pasaran Sabtu sore. Penentuan hari pasar ini ditetapkan berdasarkan kesepakatan hari sadap karet yang telah berlaku secara umum di masyarakat setempat. Kondisi ini memberikan keuntungan bagi para *tauke* karet dikarenakan mereka hampir setiap

hari bisa berburu karet petani di titik-titik pasar lelang karet yang berbeda. Berdasarkan data dari Bidang Bimbingan Usaha Perkebunan Kabupaten Rokan Hulu jumlah pasar lelang yang terdata hanya berjumlah 23 sebagaimana disajikan dalam Tabel 6. berikut.

Tabel 6. Data Pasar Karet di Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2015

| Kecamatan | Jumlah Pasar Lelang | Tonase (Ton/minggu) | Jumlah Pasar Bebas | Tonase (Ton/minggu) |
|--------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
| Rambah Hilir | 8 | 104 | 16 | 135,5 |
| Rambah | 12 | 121,5 | 15 | 64,5 |
| Rambah Samo | 3 | 25 | 16 | 184,5 |
| Bangun Purba | 0 | 0 | 21 | 84 |
| Jumlah | 23 | 250,5 | 68 | 468,5 |

Sumber: Analisis Data Bidang Usaha Perkebunan, Dishutbun Kabupaten Rokan Hulu, 2015

Berdasarkan Tabel 6. jumlah pasar lelang karet masih lebih sedikit dibandingkan dengan pasar bebas begitu juga dalam hal jumlah tonase per minggu yang dipasarkan. Dalam Peraturan Menteri Pertanian No. 38 Tahun 2008 untuk pengembangan usaha tani karet, petani karet (*pekebun*) dikelompokkan kedalam suatu organisasi nonformal yang berbentuk kelompok *pekebun* yang beranggotakan minimal 25 *pekebun*. Selanjutnya, untuk meningkatkan skala ekonomi usaha dalam pengolahan dan pemasaran bokar dibentuklah kelembagaan Unit Pengolahan dan Pemasaran Bokar (UPPB). Pasar lelang karet yang berperan sebagai lembaga pemasaran karet petani secara kolektif ini bisa dikatakan menjadi cikal bakal UPPBs sehingga keberadaannya perlu terus dikembangkan.

Tantangan Kualitas Bahan Olahan Karet (BOKAR) Petani

Dalam memasarkan karetnya, seluruh petani karet di Kabupaten Rokan Hulu menjual karet dalam bentuk *lump* atau masyarakat lokal setempat menyebutnya dengan *ojol* yang merupakan bentuk pengolahan karet yang kualitasnya paling rendah. Bahkan untuk disebut sebagai *lump* juga masih kurang memenuhi syarat karena seringkali *ojol* petani kandungan airnya lebih dari 50%, tingkat ketebalan >30 cm dan banyak kontaminan berupa kotoran dari kebun seperti daun dan ranting kering, pasir, serta remah-remah lain. Faktor yang menyebabkan petani lebih memilih mengolah karet menjadi *ojol (lump)* selain alasan kepraktisan dalam pengolahan juga dikarenakan ketiadaan teknologi (mesin pengepres *hand mengel*). Dalam Peraturan Menteri Pertanian No 38 Tahun 2008, bahan olahan karet (BOKAR) dikenal dengan jenis sebagaimanadisajikan dalam Tabel 7 berikut

Tabel 7. Jenis dan Karakteristik Bahan Olahan Karet (BOKAR)

| N ^o Jenis (BOKAR) | Karakteristik |
|------------------------------|---|
| 1 <i>Latex</i> | Kadarkaretkering(KKK)tidakmelebihi20% bahkanmurni bersihdaribendalain(kontaminan),berwarnaputihdanberbau segar |
| 2 <i>Sitangi na</i> | Kadarkaretkering(KKK)20%,tidakterdapatkontaminan,bahan penggumpaladalahasamsemut,ketebalansit:mutu1(3mm),mutu 2 (5mm), mutu 3 (10 mm) |
| 3 <i>Slab</i> | Kadarkaretkering(KKK)30-40%,ketebalanslab:mutu1(50 mm),mutu 2 (100 mm), mutu 3(150 mm), tidakadakontaminan |
| 4 <i>Lump (ojol)</i> | Kadarkaretkering (KKK)50%,ketebalanlump:mutu1(50mm) , mutu 2 (100 mm), mutu 3 (150 mm) |

Sumber: Peraturan Menteri Pertanian No 38 Tahun 2008

Jenis dan karakteristik bahan olahan karet (BOKAR) sesuai dengan Peraturan Menteri Pertanian No 38 Tahun 2008 tersebut seharusnya menjadi pedoman dalam penentuan kualitas bokar yang harus dicapai petani. Namun demikian, dalam prakteknya, bokar dari petani masih jauh dari standar minimal yang harus dicapai. Hal ini menyebabkan *tauke* karet seenaknya saja dalam melakukan potongan-potongan harga atas karet petani. Apa yang dilakukan oleh *tauke* karet sebenarnya juga dikarenakan adanya tekanan dari pabrikan karet atau *tauke* di atasnya yang melakukan pemotongan atas kualitas karet yang tidak bagus. Pada akhirnya, kualitas bokar menjadi mata rantai melingkar yang menyebabkan adanya potongan-potongan harga atas kualitas bokar yang buruk.

Strategi Pemasaran Karet di Rokan Hulu

Karet merupakan komoditas perkebunan yang memiliki bentuk unik jika dibandingkan dengan komoditas lainnya. Rendahnya harga beli komoditas karet seharusnya menjadi evaluasi bagi petani sebagai produsen karet sehingga diperlukan strategi yang mampu meningkatkan nilai jual karet petani. Strategi pemasaran yang perlu dilakukan merupakan pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.

Kualitas produk karet (aspek *product*) menjadi muara awal bagi penentuan *price, place, promotion*. Selama petani masih mempertahankan produk karet berupa *ojol (lump)*, pemasaran dengan mengandalkan jaringan dengan *tauke (promotion)* di pasar tradisional (*place*) maka petani akan senantiasa memperoleh

harga yang murah. Pola ini harus disadari sebagaimana rantai ketidakperpihakan harga karet pada petani. Perubahan dan perbaikan dalam usaha tani karet membuat petani menyadari pentingnya melakukan perubahan strategi pemasaran produk karet yang sesuai dengan tuntutan pasar. Petani maupun kelompok tani harus mengadakan segmentasi, *targeting* dan *positioning* ulang dengan pola pemasaran yang selama ini berjalan. Konsep ini akan berkaitan dengan pola bauran pemasaran yang meliputi aspek produk, harga, promosi, dan tempat. Aspek bauran pemasaran tersebut dapat diperkuat melalui perbaikan pada aspek produk, kelembagaan, serta regulasi untuk meningkatkan keberpihakan pasar terhadap produk karet petani.

Perbaikan Aspek Produk

Peningkatan kualitas produk karet petani secara individu akan sangat sulit dilakukan mengingat kemampuan petani untuk mengakses teknologi pengolahan karet sangat berat dikarenakan mesin untuk mengolah karet memiliki harga yang mahal. Pengolahan Karet alam yang dilakukan petani saat ini masih menggunakan cara manual yang rentan terhadap kontaminan polutan seperti kotoran seperti tanah dan remah pepohonan. Dengan penggunaan asam semut sebenarnya kualitas karet petani sudah bisa ditingkatkan, namun cara ini masih dipandang terlalu mahal dalam aspek biaya produksi. Peningkatan biaya produksi ini semakin terasa manakala petani membebankan biaya itu untuk skala usaha secara individu. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Bapak Ambril (Petani Karet di Rambah Hilir).

“Petani itu sebenarnya sudah tahu metode penggunaan asam semut, tapi itu mahal di biaya. Padahal itu saja sudah tidak

terlalu besar peningkatan biaya produksinya. Dengan cara yang biasanya saja seringkali ojol itu kotor bahkan ada juga petani yang nakal, suka memasukkan batu dalam ojol untuk menambah berat ojol. Itu alasan kenapa ojol sering ditusuk-tusuk oleh tauke untuk ngecek apa ada batu yang dimasukkan. Gara-gara kejadian seperti itu juga tauke sering memotong harga karet petani.....”

.....Sebenarnya tidak ada aturan resmi dipotong berapa rupiahnya, yaitu seperti perkiraan dari tauke itu sendiri. Misal ojolnya banyak mengandung air, ya sudah nanti tauke bilang dipotong Rp1000,00/kg. Kalau tauke sudah bilang seperti itu ya kami hanya ikut saja to...”

Wawancara: 28 April 2016

Pengolahan karet secara lebih lanjut bisa dilakukan petani secara kolektif melalui kelompok. Sayangnya petani karet di Rokan Hulu sangat sedikit yang terhimpun dalam kelompok tani, bahkan penyuluh yang secara khusus mendampingi petani karet belum ada. Pembinaan terhadap petani karet sejauh ini masih dilakukan oleh Dinas Perkebunan Kabupaten Rokan Hulu. Pendekatan yang bisa dilakukan selanjutnya ialah memanfaatkan keberadaan kelembagaan pasar lelang karet. Pasar lelang merupakan bentuk fasilitasi petani untuk memasarkan karetnya secara berkelompok. Pasar elang inilah yang bisa didekati untuk menggantikan keberadaan kelompok tani. Melalui pembinaan petani melalui keanggotaan pasar lelang, pembinaan petani bisa

dilakukan secara berkelompok sehingga introduksi teknologi untuk meningkatkan kualitas karet bisa ditingkatkan.

Penguatan Kelembagaan Pasar Lelang Karet Sebagai Agen Pemasaran Karet Petani

Pasar lelang karet saat ini menjadi lembaga pemasaran karet yang memiliki peran strategis untuk meningkatkan nilai jual karet petani. Keberadaan pasar lelang yang berasal dari inisiatif masyarakat lokal (*local wisdom*) merupakan bentuk kelembagaan ekonomi lokal yang terus dikembangkan oleh petani di beberapa wilayah di Rokan Hulu. Jumlah pasar lelang karet yang ada Rokan Hulu terus bertambah dan dikembangkan oleh petani karet di wilayah luar Rambah Hilir. Pasar lelang dinilai petani memberikan beberapa aspek keuntungan bagi petani, sebagaimana disampaikan oleh Qomaini (Petani Karet di Muara Musu) berikut.

“Kalau menjual karet di pasar lelang itu harganya biasanya lebih tinggi dibandingkan dijual langsung ke tauke, karena terjadi persaingan harga antar tauke. Jadi petani juga nandai tauke itu pada membidik harga berapa ketika ikut lelang, itu jadi gambaran informasi harga juga bagi petani. Secara timbangan petani juga diuntungkan karena pengurus pasar lelang juga membantu tauke dalam proses penimbangan...”

Wawancara: 22 Mei 2016

Pendapat yang senada juga disampaikan oleh petani yang tergabung

dalam wilayah kesatuan pasar lelang. Keanggotaan pasar lelang juga tidak membatasi petani harus berasal dalam satu wilayah administrasi hamparan lahan, namun juga mengakomodasi petani dari wilayah lain yang berdekatan dengan pasar lelang. Kepengurusan pasar lelang juga ditentukan oleh petani anggota pasar lelang dalam masa jabatan satu tahun dan selanjutnya dapat dipilih kembali dengan mempertimbangkan prestasi kinerja selama tahun berjalan.

Pasar lelang karet yang ada di Rokan Hulu menurut bentuknya merupakan bentuk lembaga pemasaran yang berbentuk agen, hal ini dikarenakan pasar lelang memiliki ciri berikut: (1) memfasilitasi pemasaran karet petani secara kolektif, namun tidak membeli karet tersebut (tidak ada perpindahan hak milik), (2) setelah *tauke* melelang karet, pengurus pasar lelang mendistribusikan uang hasil penjualan karet tersebut kepada petani sesuai dengan karet yang dijual.

Pasar lelang karet juga menjadi lembaga pemasaran yang dapat menjalankan 3 fungsi utamanya secara utuh sebagaimana konsep yang disampaikan Firdaus (2008), yaitu fungsi pertukaran (*exchange function*), fungsi fisik (*physical function*), dan fungsi fasilitasi (*facilitating function*). Selain itu dengan penetapan harga karet melalui mekanisme lelang mampu menjembatani konflik kebutuhan produsen (petani karet) dan kebutuhan konsumen/pembeli (*tauke*). Ketika petani merasakan lebih banyak keuntungan yang diperoleh ketika menjual karetnya melalui pasar lelang, secara otomatis petani akan menggunakan pasar lelang secara terus menerus untuk memasarkan karetnya. Hal ini seharusnya juga menjadi perhatian tersendiri bagi pengelola pasar lelang agar senantiasa

memberikan dan meningkatkan layanan pemasaran yang diberikan baik kepada petani maupun *tauke* lelang.

Dalam Peraturan Menteri Pertanian No 38 Tahun 2008 untuk pengembangan usaha tani karet, petani karet (pekebun) dikelompokkan ke dalam suatu organisasi nonformal yang berbentuk kelompok pekebun yang beranggotakan minimal 25 pekebun. Selanjutnya, untuk meningkatkan skala ekonomi usaha dalam pengolahan dan pemasaran bokar dibentuklah kelembagaan Unit Pengolahan dan Pemasaran Bokar (UPPB). Terbentuknya lembaga pasar lelang karet oleh petani merupakan suatu bentuk kelembagaan ekonomi lokal berwujud agen pemasaran. Agen pemasaran inilah yang mampu memfasilitasi pemasaran karet petani secara kolektif melalui sistem lelang. Potensi ekonomi lokal inilah yang justru bisa dikembangkan menjadi UPPB tersebut, artinya UPPB tidak perlu dibentuk secara khusus namun cukup mengembangkan lembaga lokal yang telah ada.

Pengembangan pasar lelang menjadi UPPB memiliki peran strategis pada dua hal, yaitu; (1) perbaikan pada aspek kualitas produk karet, serta (2) penguatan posisi tawar petani melalui pemasaran secara kolektif. Pengembangan pasar lelang menjadi UPPB memiliki konsekuensi pada beberapa hal sebagaimana disajikan dalam Tabel 8. berikut.

Tabel 8. Perbedaan UPPB dengan Pasar Lelang dan Rencana Pengembangannya

| Aspek NoPerbandingan | UPPB | Pasar Lelang Karet (Saat Ini) | Catatan untuk Pengembangan Pasar Lelang ke UPPB | Penanggung Jawab |
|----------------------------|--|---|--|--------------------------------|
| Pengolahan karet | Mengolah karet dari petani berdasarkan standar PERME NTAN No 38 Tahun 2008 | Tidak mengolah, langsung memasarkan ke <i>tauke</i> melalui lelang | Perlu introduksi Teknologi berbasis kelompok | Dis tan bun hut, Uni versi tas |
| Hubungan Pasar (Pemasaran) | UPPB Langsung berhubun gan Dengan Pabrik Karet | Berhubun gan dengan <i>tauke</i> karet | Mengubah saluran pemasar andari <i>tauke</i> Ke pabrik karet | UPPB, Pabrik Karet |
| Manajemen | Menghimpun petani dalam satu kesatuan usaha, pengolahan dan pemasaran | Menghimpun petani dalam satu kesatuan usaha, pengolahan dan pemasaran | Meningkatkan skala manajemen kelompok petani | Dis tan bun hut, Univer si tas |

Sumber: AnalisisData, 2016

Introduksi Teknologi untuk Pengolahan Karet

Pendekatan peningkatan kualitas karet melalui petani secara personal sangat sulit bahkan petani masih bertahan dengan olahan karet yang kualitasnya paling buruk. Introduksi teknologi secara personal akan memerlukan biaya sangat banyak sehingga pendekatan kelompok melalui basis keanggotaan pasar lelang pabrik karet.

Hal ini senada dengan yang diharapkan oleh Bidang Pemasaran Dinas Kehutanan dan Perkebunan Kabupaten Rokan Hulu.

“...dulu (petani) sudah diberikan pelatihan pengolahan karet dengan asam semut, lalu tidak diaplikasikan lagi, alasannya mahal. Nah pendekatan secara personal begini yang susah, tapi dengan pendekatan kelompok tani jugakurang. Makanya pasar lelang inilah yang sebenarnya sudah menjadi cikal bakal dari UPP Bitu sendiri. Nanti kalau sudah jadi UPPB bisa menjual langsung ke pabrik kok...”

Wawancara: 16 Juni 2016, dikuatkan lagi dalam FGD 9 Agustus 2016

Perubahan Jaringan Pasar

Perubahan jaringan pasar dari *tauke* ke pabrik karet secara langsung meningkatkan efisiensi saluran pemasaran yang berimbas pada peningkatan harga beli karet. Untuk menginisiasi jaringan ini, perlu pendampingan dari pemerintah serta pabrik karet itu sendiri yang memiliki kepentingan untuk memperoleh suplai bahan baku karet. Model ini bisa dikembangkan oleh pabrik karet melalui kemitraan, bahkan bisa dikembangkan sebagai salah satu wujud implementasi tanggung jawab sosialnya (*Corporate Social Responsibility*).

Peningkatan Skala Manajemen Kelompok Tani Karet

Kelompok tani karet saat ini memiliki lahan personal dalam satuan luas yang sangat kecil perlu diubah sistem

pengelolaannya. Kelompok tani karet kedepan perlu dibentuk bukan atas dasar hamparan namun lebih kepada sistem manajemen yang lebih profesional. Model petani menyerahkan lahannya sebagai saham usaha bersama, sementara pengelolaannya dilakukan oleh UPPB merupakan model menarik yang layak dilakukan. Ketika pengelolaan lahan dan hasil diserahkan sebagai saham, petani bisa aktif dan produktif dalam kegiatan ekonomi lain dalam UPPB seperti tenaga sadap, tenaga pengolah, serta aktifitas produktif lainnya dalam manajemen UPPB. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tani tersebut dibagi secara adil berdasarkan nilai saham lahannya. Melalui pendekatan profesionalitas pengelolaan lahan dan manajemen kelompok tani seperti ini introduksi teknologi pengolahan karet pun sejatinya akan lebih mudah untuk dilakukan

Dukungan Regulasi Pemerintah Daerah

Pemerintah memiliki peran penting dalam melindungi komoditas pertanian unggulan daerah termasuk yang di dalamnya untuk melindungi kepentingan petani. Sebagaimana yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Rokan Hulu dalam perlindungan terhadap harga komoditas kelapa sawit, maka hal yang sama bisa dilakukan pada komoditas karet. Terlebih lagi dalam hal ini pemerintah daerah Rokan Hulu telah memiliki Peraturan Daerah No.2 Tahun 2015 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang bisa menjadi salah satu sarana untuk mempertegas peran perusahaan karet agar bertindak adil terhadap petani karet di Rokan Hulu. Peran strategis yang bisa dilakukan oleh pemerintah dijabarkan sebagai berikut.

1. Badan Ketahanan Pangan dan Pelaksana Penyuluhan atau Dinas Perkebunan dan Kehutanan berke-wajiban menyediakan penyuluh yang secara khusus bertugas mendampingi petani karet. Dalam hal ini dalam struktur Dinas Perkebunan dan Kehutanan telah memiliki satuan kerja terkait dengan pembinaan petani sehingga program yang ada tinggal dilanjutkan saja sesuai dengan tupoksinya.
2. Forum Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Forum TJSP) Kabupaten Rokan Hulu memiliki peran strategis untuk mengawal implementasi CSR perusahaan/pabrik karet yang banyak disuplai oleh petani karet di Rokan Hulu. Implementasi CSR tersebut bisa dilegalkan melalui MoU yang difasilitasi oleh forum TJSP Kabupaten.
3. Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan memiliki peran strategis terhadap pengembangan pasar lelang sebagai salah satu bentuk unit ekonomi lokal (pasar rakyat). Kegiatan yang bisa dilakukan antara lain pendampingan untuk peningkatan manajemen pengelolaan.
3. Dukungan regulasi dan peran pemerintah daerah untuk menciptakan pasar yang berpihak pada petani.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) DIKTI yang mendanai penelitian ini melalui skema hibah Penelitian Dosen Pemula (PDP) pendanaan tahun 2016.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Rokan Hulu, 2015, *Rokan Hulu dalam Angka*, Rokan Hulu: BPS Rokan Hulu.
- Firdaus, M, 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta
- Hendratno, E. H. (2008). *Analisis Permintaan Ekspor Karet Alam Indonesia*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Lastinawati, E. (2014). Analisis Perbandingan Pendapatan Petani Yang Menjual Karet Ke Pabrik Dan Ke Tengkulak di Desa Batumarta III Kecamatan Lubuk Raja Kabupaten Ogan Komering Ulu. *No2* (Edisi Maret Tahun 2014).
- Ragimun. (2010). *Analisis Daya Saing Karet Dan Produk Dari Karet Indonesia Terhadap China*.
- Suryaningrum, T. (2013). *Strategi Pemerintah Indonesia untuk ekspor Karet Pasca Krisis Finansial Amerika Serikat (2009-2010)*. eJournal Ilmu Hubungan Internasional. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dapat diakses di eJournal Ilmu Hubungan Internasional, 2013, 1(2): 179-190 ISSN 0000-0000, ejournal.hi.fisip-unmul.org © Copyright 2013.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis maka strategi pemasaran komoditas karet di Kabupaten Rokan Hulu adalah:

1. Peningkatan pada aspek kualitas produk karet yang disesuaikan dengan standar baku mutu menurut Peraturan Menteri Pertanian No.38 Tahun 2008
2. Penguatan kelembagaan pasar lelang karet menjadi Unit Pengolahan dan Pemasar Bahan Olahan Karet (UPPB) yang berperan dalam menampung, mengolah dan memasarkan karet petani langsung ke perusahaan karet

Sutopo, H.B, 2006, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, UNS Press, Surakarta