

## PEMASARAN KARET SIT ASAP DI DESA SIMPANG TIGA KECAMATAN MATARAMAN, KABUPATEN BANJAR

### Marketing of Rubber Smoked Sheet in Simpang Tiga Village, Mataraman Sub District, Banjar District

Ahmad Aprianto\*, Hamdani, Muzdalifah

Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

\*Corresponding author: ahmadaprianto2019@gmail.com

**Abstrak.** Desa Simpang Tiga memiliki potensi alam yang tinggi dalam bidang perkebunannya. Salah satu hasil perkebunan adalah sit asap yang dimana desa tersebut menjadi desa percontohan di Indonesia karena kualitas sit asapnya yang bagus, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lembaga pemasaran serta saluran pemasaran yang terlibat dalam karet sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*) dan mengetahui besarnya biaya, margin dan keuntungan pemasaran serta besarnya bagian (*share*) harga yang diterima oleh pelaku pemasaran sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*) di Desa Simpang Tiga Kecamatan Mataraman Kabupaten Banjar. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Waktu penelitian dari bulan April hingga September 2019. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh rata-rata biaya pemasaran terbesar adalah sebesar Rp 6.500/kg pada saluran II di UPH. Untuk margin pemasaran memiliki kesamaan pada saluran I dan II dipengumpul besar dan UPH sebesar Rp 9.500/kg. *Share* harga yang diterima petani terbesar terletak disaluran I sebesar 60,42%.

Kata kunci: saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, *share* pemasaran, sit asap

#### PENDAHULUAN

Per lancar dan permudah tukarmenukar barang yang semakin beraneka ragam berbentuk dan warnanya disepakati akan dilakukan pertukaran di sebuah tempat pada waktu dan hari tertentu. Tempat ini yaitu sebuah pasar (*market*) yang masih sederhana bentuknya, karena pertukaran masih dilakukan, yaitu: hasil buruan dan senjata, ikan, baju, ataupun antara baju dan keperluan sehari-hari

Salah satu tanaman perkebunan yang memiliki peranan yang besar dalam kehidupan perekonomian Indonesia adalah karet (*Hevea brasiliensis*). Berdasarkan himpunan dengan cara keseluruhan, total perkebunan karet di Indonesia demikian tinggi dan menyebabkan usaha itu cukup menjadi penentu bagi usaha karet nasional (Setyamidjaja, 2000: 29).

Kebun karet di Kalimantan Selatan telah menjadi budaya di hidup masyarakat sehari-hari. Karet ini dimaksimalkan oleh petani dalam skala yang terkecil sistem yang terbilang sangat sederhana. Hal ini sangat berbeda yang diusahakan dari perusahaan milik negara maupun perusahaan milik swasta-swasta, pelaksanaannya dilaksanakan dalam skala

besar-besaran secara sistem teknologi yang sudah lebih maju (Yuniar, 2008: 76).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Perkebunan Kabupaten Banjar Tahun 2018 diketahui bahwa di Desa Simpang Tiga Kecamatan Mataraman memiliki kelompok tani karet terbanyak di posisi pertama dengan 10 poktan dan disusul oleh Desa Lok Tamu dan Desa Baru dengan 9 poktan. Hasil tanaman karet sendiri adalah produk yang tidak bisa dikonsumsi secara langsung dan hanya untuk dipasarkan dan diolah lebih lanjut. Dalam pemasaran karet, banyak saluran yang digunakan para petani dan juga pedagang pengumpul yang turut serta. Untuk itulah penelitian ini dilakukan.

Desa Simpang Tiga memiliki potensi alam yang tinggi dalam bidang perkebunannya. Salah satu hasil perkebunan adalah sit asap yang dimana desa tersebut menjadi desa percontohan di Indonesia karena kualitas sit asapnya yang bagus. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang pemasaran agar hasil dari perkebunan yang ada dapat dimaksimalkan. Apabila hasil perkebunan tersebut pemasaran

nya di maksimalkan maka akan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi.

Hasil perkebunan tanaman karet Desa Simpang Tiga, merupakan yang paling terbanyak dari desa lainnya pada tahun 2018 sebanyak 424.63 ton. (Dinas Peternakan dan Perkebunan, 2018).

Tabel 1. Produksi hasil perkebunan tanaman karet berdasarkan kelompok tani yang ada di Desa Simpang Tiga 2018

No	NamaKelompokTani	Jumlah (ton)
1	Ruhui Rahayu	39.09
2	Karya Membangun Mufakat	73.69
3	Kerja Sama	44.10
4	Sidodadi makmur	70.02
5	Gotong Royong	48.00
6	Tunas Mekar Bersama	94.28
7	Mandiri Sumber Rejeki	54.45

Sumber: Dinas Peternakan dan Perkebunan (2018)

Sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*) menduduki harga pasar tertinggi di banding olahan karet lainnya seperti Lump dan Slab. Kelompok tani di Desa Simpang Tiga yang menghasilkan sit asap yaitu, Kelompok tani Kerja Sama.

Penelitian tentang pemasaran karet sit asap masih sangat terbatas mencakup dalam proses pengolahannya sampai pemasarannya.

Berbeda dengan penelitian di atas, penelitian ini melihat proses pemasaran sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*) yang terjadi melalui beberapa lembaga pemasaran dimulai dari Petani Karet Sit Asap sampai ke Pabrik Luar Daerah Kalimantan. Saluran pemasaran yang lebih panjang dapat menyebabkan biaya pemasaran yang lebih tinggi sehingga harga jual produk yang sampai pada konsumen akhir juga lebih besar. Sehingga perlu dikaji sistem pemasaran sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*).

### Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian YAITU: (1) Mencari tahu dan menganalisis lembaga pemasaran dan saluran pemasaran yang terlibat dalam pemasaran Karet Sit Asap yang ada di Desa Simpang Tiga; (2) Mengetahui dan menganalisis besarnya biaya, margin, dan keuntungan pemasaran harga serta besarnya bagian (*Share*) yang diterima oleh petani Karet Sit Asap di Desa Simpang Tiga.

Penelitian diharapkan berguna bagi yang terkait dalam produksian pemasaran sit asap untuk

memutuskan kebijakan atau langkah berkaitan dengan kondisi dan struktur pasar serta sebagai bahan atau literatur pada informasi yang didapat mengenai pasar dan bagaimana sistemnya merupakan sumber daya yang sangat penting sebagai kunci keberhasilan untuk mengatasi kondisi pasar mengalam fluktuasi ketidak pastian.

## METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Simpang Tiga Kecamatan Mataraman Kabupaten Banjar. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2019 sampai dengan Oktober 2019 mulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data hingga tahap penyusunan laporan.

### Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data dikumpulkan penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui berbicara langsung kepada Petani karet sit asap, Pengumpul Besar dan Unit Pengolahan Hasil di Desa Simpang Tiga tersebut diambil pada bulan September 2019. Data sekunder diperoleh dari Dinas Peternakan dan Perkebunan, Dinas Kecamatan Mataraman Kabupaten Banjar, Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Mataraman dan literatur lain yang relevan.

### Metode Penarikan Contoh

Responden dalam penelitian ini adalah produsen sit asap, pengumpul besar, dan unit pengolahan hasil. Untuk produsen dipilih secara acak (*simple random sampling*), sedangkan pengumpul besar dan unit pengolahan hasil dipilih dengan metode *snowball sampling* yaitu suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus (Neuman, 2003 dalam Nurdiani, 2014: 5). Sampel yang diambil meliputi, 311 petani karet, 3 unit pengolahan hasil dan 1 pengumpul besar.

### Analisis Data

menjawab tujuan pertama mencari tahu saluran pemasaran karet sit asap di Desa Simpang Tiga, digunakan analisis deskriptif dengan melakukan

wawancara mendalam terhadap kelompok tani, unit pengolahan hasil dan pengumpul besar.

Untuk menjawab tujuan ke dua yaitu mengetahui besarnya biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan dan share pemasaran sit asap pada masing-masing lembaga tataniaga digunakan rumus seperti penjelasan di bawah ini.

Total biaya pemasaran sit asap adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran sit asap. Biaya tersebut meliputi: biaya bongkar muat, biaya bahan bakar minyak, biaya pengangkutan, dan biaya penyortiran. Dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$C = A \times P \quad (1)$$

dengan: C total biaya pemasaran sit asap (Rp)

A kegiatan petani, pedagang pengumpul atau pedagang pengecer pada kegiatan pengangkutan (Rp/kg)

P harga atau biaya yang dikeluarkan kegiatan petani, pedagang pengumpul atau pedagang pengecer pada kegiatan pengangkutan (Tenaga Kerja) (Rp/kg)

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen. Margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi karena tergantung berapa besar biaya dikeluarkan lembaga pemasaran melakukan fungsi pemasaran. Menurut Anindita dan Baladina (2017: 45) menghitung margin setiap lembaga pemasaran rumus:

$$M = H_k - H_p \quad (2)$$

dengan:  $M_p$  margin pemasaran sit asap (Rp/kg)

$H_k$  harga ditingkat konsumen sit asap (Rp/kg)

$H_p$  harga ditingkat produsen sit asap (Rp/kg)

Untuk mengetahui jumlah keuntungan pemasaran yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus (Sudiyono, 2002: 58)

$$\Pi = M - C \quad (3)$$

dengan:  $\Pi$  keuntungan pemasaran sit asap (Rp/kg)

M margin pemasaran sit asap

C biaya pemasaran karet sit asap

mengetahui total keuntungan pasaran diperoleh setiap lembaga pemasaran, dihitung dengan rumus:

$$Sh = P/P_t \times 100 \% \quad (4)$$

dengan:  $Sh$  bagian (*Share*) harga yang diterima petani Karet Sit Asap di petani (%)

P harga penjualan pada tingkat petani, pedagang pengumpul atau pedagang pengecer

$P_t$  harga penjualan terakhir

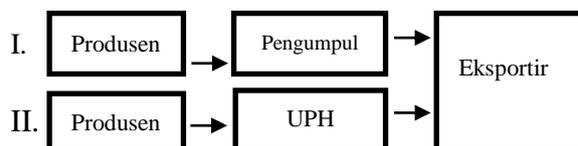
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan lapangan diketahui bahwa lembaga pemasaran sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*) di Desa Simpang Tiga adalah sebagai berikut:

1. Petani karet sit asap adalah produsen primer yang memproduksi sit asap.
2. Pengumpul besar adalah salah satu dari lembaga pemasaran yang melakukan kegiatan pemasaran dengan cara yaitu membeli hasil dari tanaman karet sit asap (*Ribbed Smoked Sheet*) dari para petani karet sit asap yang ada di Desa Simpang Tiga. Lalu sit asap yang sudah dibeli, kemudian dikumpulkan dan setelah itu pengumpul besar menjual produk sit asap tersebut ke pabrik luar Pulau Kalimantan.

Ada dua saluran pemasaran karet sit asap di Desa Simpang Tiga. Saluran pemasaran tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Pola Saluran pemasaran sit asap di Desa Simpang Tiga

Berdasarkan Tabel 2 diketahui dalam pola I terdapat 17 produsen serta 1 pengumpul besar, dalam pola II terdapat 8 produsen serta 3 unit pengolahan hasil.

Tabel 2. Jumlah produsen dan pengumpul besar dan UPH pada masing-masing pola saluran pemasaran

Jenis Pola	Petani	Pengumpul besar/ UPH(orang)
Pola I	17	1 pb
Pola II	8	3 uph
Jumlah	25	4

Sumber: Pengolahan data primer (2019)

### Biaya, Margin, Keuntungan dan Share Pemasaran

**Saluran I.** Kegiatan pemasaran sit asap pada saluran I ini terdiri dari tiga lembaga pemasaran yakni produsen, pengumpul besar dan eksportir. Pada Saluran I biaya total yang dikeluarkan oleh produsen atau petani untuk pengolahan karet sit asap yaitu Rp 15.000, dengan rincian; biaya bahan pembeku Rp 5.000, biaya mesin pengolahan dan pengasapan Rp 5.000, biaya membalik sheet Rp 5.000

Harga jual sit asap pada saluran ini adalah Rp14.500/kg. Sedangkan *share* yang diterima produsen adalah 60,42% dari harga akhir. *Share* margin yaitu sebesar Rp 9.500, dan *share* keuntungan sebesar Rp 4.000. Semakin banyak lembaga pemasaran maka *share* yang didapat produsen akan semakin sedikit, karena setiap saluran lembaga pemasaran akan mengambil bagian harga atau *share* dari produk atau sit asap yang dijual.

**Saluran II.** Kegiatan pemasaran sit asap pada saluran II ini terdiri dari tiga lembaga pemasaran yakni produsen atau petani karet sit asap, UPH dan eksportir. Produsen menjual sit asap ke UPH lalu UPH menjualnya ke eksportir. Biaya terdiri dari biaya bongkar muat, biaya bahan bakar minyak, biaya pengangkutan dan biaya penyortiran. Adapun total biaya pemasaran UPH yang dikeluarkan dalam satu bulan yaitu sebesar Rp 6.500/kg. Keuntungan yang diperoleh UPH yakni sebesar Rp 3.000/kg.

*Share* margin yaitu sebesar Rp 9.500 dan *share* keuntungan sebesar Rp 3.000.

### Kendala dan Permasalahan dalam Pemasaran Sit Asap di Desa Simpang Tiga

**Produsen.** Permasalahan yang dihadapi adalah saat musim kemarau untuk pengolahan sit asap

(*Ribbed Smoked Sheet*) lateks yang ingin dicampur dengan bahan pembeku susah membeku atau terbentuk di wadah karena faktor suhu sekitar.

**Pengumpul Besar.** Permasalahan yang dihadapi pengumpul besar adalah tidak adanya alat transportasi untuk menjual ke pabrik luar daerah Kalimantan.

**UPH.** Permasalahan yang dihadapi UPH sama seperti pengumpul besar yaitu tidak adanya alat transportasi untuk menjual ke pabrik luar Kalimantan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

- Saluran pemasaran yang ada di Desa Simpang Tiga memiliki 2 pola yaitu :
  - Produsen>UPH>Eksportir.
  - Produsen>Pengumpul Besar>Eksportir.
- Biaya pemasaran terbesar terdapat pada saluran II pada tingkat UPH yaitu sebesar Rp. 6.500,- per kg sedangkan biaya pemasaran yang terkecil terdapat pada saluran I pada tingkat Pengumpul Besar, yaitu sebesar Rp. 5.500,- per kg.
- Margin pemasaran pada saluran I dan II antara lembaga pemasaran pengumpul besar dan UPH, memiliki kesamaan yaitu sebesar Rp. 9.500,- per kg.
- Keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada saluran I ditingkat Pengumpul Besar, yaitu sebesar Rp 4.000,- per kg sedangkan keuntungan pemasaran yang terkecil terdapat pada saluran II ditingkat UPH, sebesar Rp. 3.000,- per kg.
- Share harga tingkat petani terbesar terdapat disaluran I, yaitu sebesar 60,42% sedangkan untuk share harga terkecil terdapat disaluran II, yaitu sebesar 59,57%. Dan yang efisien adalah share harga di atas 50%, yaitu disaluran I dan saluran II.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disarankan sebagai berikut:

- Disarankan untuk petani, menggunakan saluran I karena memiliki profit lebih besar ditingkat petani. Karena dilihat dari share

harga (*farmer share*) yang paling efisien, yaitu sebesar lebih dari 60,42%.

2. Sedangkan untuk tingkat pengumpul besar dan UPH disarankan agar mempunyai alat transportasi untuk pengangkutan sit asapnya. Hal ini dikarenakan untuk meminimumkan biaya pemasaran seperti, biaya bahan bakar minyak (BBM) dan biaya pengangkutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindia R. & Baladina N. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian*. CV Andi Offset, Yogyakarta
- Association of Natural Rubber Producing Countries, GAPKINDO, Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2019
- Dinas Perkebunan dan Peternakan Kota Martapura. 2018. *Produksi Hasil Perkebunan Tanaman Karet Kota Martapura*, Martapura
- Neuman & W. Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon, Boston
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta
- Setyamidjaja, D. 2000. *Budidaya Karet dan Pengolahannya*, Yogyakarta
- Shinta, A. 2012. *Ilmu Usahatani*. Malang: Universitas Brawijaya
- Sudiyono. A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press, Malang
- Yuniar, Norma. 2008. Usulan Skripsi. *Tataniaga Komoditas Karet Rakyat di Kecamatan Cempaka, Kota Banjarbaru*. Fakultas Pertanian UNLAM. Banjarbaru