



SISTEM TATANIAGA KARET RAKYAT DI DESA SEBAMBAN BARU KECAMATAN KINTAP KABUPATEN TANAH LAUT

Smallholder Rubber Marketing Channel in Sebamban Baru Village, Kintap District, Tanah Laut Regency

I Putu Pajeng Sutra Negara*, Hairi Firmansyah dan Usamah Hanafie

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Kesejahteraan; Tataniaga; Karet
Rakyat; Efisiensi

Korespondensi

Corresponding author
E-mail:
putupajeng22@gmail.com

Diterima: xx Mei 2021,
Disetujui: 24 Mei 2021,
Diterbitkan on-line: 01 Juni 2021

Sektor perkebunan adalah salah satu sektor perkebunan terbesar di Indonesia. Perkebunan karet merupakan perkebunan yang dijadikan sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat. Tujuan dari penelitian ini ialah: (1) untuk mengetahui tingkat kesejahteraan petani karet yang terdapat di desa Sebamban Baru; (2) untuk mengidentifikasi sistem tataniaga yang terdapat di Desa Sebamban Baru; (3) untuk menghitung margin, *farmer share*, tingkat profitabilitas terhadap biaya serta tingkat efisiensi tataniaga; (4) untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh lembaga-lembaga tataniaga karet. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sebamban Baru Kecamatan Kintap Kabupaten Tanah Laut. Metode yang digunakan adalah Metode *stratified random sampling* dan metode *snowball sampling*. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 keluarga petani prasejahtera, KS I terdapat 6 keluarga petani, KS II terdapat 3 keluarga petani, KS III terdapat 10 keluarga petani dan KS III+ terdapat 3 keluarga petani. Diketahui terdapat dua sistem tataniaga, Saluran I: petani-pengumpul besar-pabrik dan Saluran II: petani-pengumpul kecil-pengumpul besar-pabrik. Pada Saluran I harga beli dipetani Rp 10.400/kg, harga jual ke pabrik Rp 11.600/kg, margin sebesar Rp 1.200/kg, biaya pemasaran Rp 820/kg, keuntungan Rp 380/kg, dan *farmer share* 92,2%. Saluran II harga beli di petani Rp 10.400/kg, harga beli di pengumpul kecil Rp 10.700/kg, harga jual ke pabrik Rp 11.700/kg, total margin Rp 1.300/kg, total biaya pemasaran Rp 770/kg, keuntungan pengumpul kecil Rp 200/kg dan keuntungan pengumpul besar Rp 330/kg dan *farmer share* 91,4%. Tingkat profitabilitas terhadap biaya dalam Saluran I yakni 46%. Saluran II pada pengumpul kecil sebesar 200% dan pengumpul besar 49,2%. Efisiensi pemasaran dalam Saluran I yaitu 7,06% dan Saluran II yaitu 6,58%, jadi saluran yang lebih efisien adalah Saluran II. Kendala yang dihadapi yaitu kualitas karet masih kurang baik atau tidak sesuai standar pabrik dan resiko penyusutan berat karet tinggi.

PENDAHULUAN

Indonesia termasuk salah satu negara penghasil karet dan suatu negara yang mengeksport karet alam utama di dunia sesudah negara Thailand. Karet alam termasuk sebuah komoditas yang sangat strategis, sebab distribusinya yang besar terhadap devisa yang diterima oleh negara sebesar US\$ 7,3 Miliar. Perkebunan Karet termasuk suatu komoditas yang bisa menyerap tenaga kerja serta menjadi sumber mata pencaharian untuk 2 juta kepala keluarga petani di daerah pedesaan. Perkebunan karet di Indonesia didominasi oleh kebun karet yang dimiliki oleh rakyat. Di tahun 2011, kebun karet rakyat sudah mencakup area sekitar 2,9 juta hektar atau sebesar 85% dari jumlah keseluruhan wilayah karet nasional, dengan kapasitas produksi sebesar 80% dari jumlah keseluruhan produksi karet alam negara (Direktorat Jendral Perkebunan, 2011).

Menyadari pentingnya sektor kebun karet rakyat untuk kepentingan ekonomi suatu negara. Telah sejak lama pemerintah sudah mengupayakan untuk melakukan perbaikan serta melakukan pengembangan terhadap sektor tersebut. Sebab kemajuan ataupun kemunduran kinerja perkebunan karet alam pada sebuah negara akan memberi efek yang cukup besar untuk kesejahteraan para masyarakat. Pada masa sekarang, masalah utama di kebun karet rakyat yang belum bisa dipisahkan yaitu adalah masalah bahan baku yang dihasilkan, masih dikatakan relatif rendah sebab kurangnya tindakan dalam penanganan bahan olah karet serta kurang efisiennya sistem pemasaran bahan karet tersebut (Balai Penelitian Sembawa, 2009).

Luas perkebunan karet rakyat di Kecamatan Kintap sebesar 901 ha pada tahun 2018 dan mengalami peningkatan sebesar 1411 ha pada tahun 2019 dengan hasil produksi pada tahun 2018 sebesar 620,70 (ton) dan mengalami peningkatan produksi sebesar 645,24 (ton) di tahun 2019, luas perkebunan dan hasil produksi tersebut mencakup seluruh desa di Kecamatan Kintap. Desa Sebamban Baru memiliki potensi perkebunan karet yang tinggi. Karet merupakan komoditas perkebunan utama di Desa Sebamban Baru dengan memiliki luas lahan 391 ha dan produksinya mencapai 174 ton. Dimana perkebunan karet di Desa Sebamban Baru sudah ada sejak tahun 1995 dan menjadi mata pencarian utama masyarakat. Terdapat 243 KK memiliki kebun karet yang menjadikan kebun karet

sebagai tempat menggantungkan hidup. Akan tetapi pada saat ini yang masih ada permasalahan dalam upaya pemasaran karet itu, kualitas karet yang dihasilkan rendah, rantai tataniaga yang panjang dan kurangnya informasi harga karet di mata petani. Produksi karet yang dihasilkan petani di Desa Sebamban Baru ialah *lump* yang mempunyai kadar karet yang kering, rendah serta tingginya kadar kotoran yang dipengaruhi oleh kurangnya wawasan para petani mengenai mutu serta kualitas karet yang dijual pada para pengumpul (BPS Kabupaten Tanah Laut, 2019).

Sistem tataniaga mencakup keseluruhan kegiatan tataniaga atau pemasaran, dalam sistem tersebut ada aliran barang serta jasa dari produksi hingga sampai ke tangan konsumen dalam sistem perniagaan memiliki lembaga yang mempunyai tujuan untuk melancarkan arus komoditas yang berasal dari produsen hingga sampai ke tangan pelanggan. Lembaga tersebut menyalurkan komoditas melalui berbagai kegiatan ataupun fungsi tataniaga yakni fungsi tukar, fisik serta fasilitas. Selain lembaga dan fungsi tataniaga, sistem tataniaga juga membahas mengenai saluran tataniaga yang membantu dalam memindahkan hak pemilik produk atau komoditas dari produsen ke konsumen. Saluran tataniaga dapat berbentuk perusahaan, lembaga-lembaga atau perseorangan (Devi, 2015).

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan kajian: (1) untuk mengetahui tingkat kesejahteraan petani karet di Desa Sebamban Baru; Untuk mengidentifikasi sistem tataniaga yang terdapat di Desa Sebamban Baru; (2) untuk mengetahui tingkat margin, *farmer share*, rasio keuntungan terhadap biaya serta tingkat efisiensi tataniaga; dan (3) untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh lembaga-lembaga tataniaga karet

Kegunaan penelitian: dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan untuk para petani serta lembaga pemasaran untuk melakukan peningkatan kerjasama dalam pemasaran karet di Desa Sebamban Baru. Sebagai bahan pembelajaran bagi peneliti mengenai sistem tataniaga yang terjadi di Desa Sebamban Baru. Dapat digunakan sebagai sumber referensi untuk kajian mengenai sistem tataniaga berikutnya.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Kajian ini jalankan di desa Sebamman Baru Kecamatan Kintap Kabupaten Tanah Laut. Dipilihnya desa ini sebagai lokasi penelitian karena daerah ini masih terdapat masalah seperti rantai tataniaga yang terlalu panjang dan informasi harga merupakan permasalahan tataniaga atau pemasaran karet sejak dulu. Waktu Penelitian dilaksanakan pada Bulan November 2020 hingga dengan Bulan Maret 2021.

Jenis dan Sumber Data

Data primer serta data sekunder merupakan jenis data yang dipakai pada kajian ini. Data primer didapatkan secara langsung dengan cara melakukan pengamatan di lapangan serta melakukan wawancara pada pihak Lembaga tataniaga karet seperti para petani ataupun para pengepul karet di Desa Sebamman Baru. Data sekunder diperoleh dari kajian literatur, kajian pustaka maupun dinas yang terkait di kabupaten Tanah Laut, seperti Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Laut dan literatur-literatur lainnya.

Metode Penarikan Contoh

Arikunto (2010) memberikan penjelasan jika terdapat 253 petani karet, apabila saat ini subjeknya lebih dari 100 orang maka bisa diambil 10 hingga 15% sehingga didapat 24 petani responden. Selanjutnya petani responden dipilih dengan menggunakan teknik *Stratified Random Sampling* atau dipilih dengan cara mengelompokkan strata luas lahan petani karet dan selanjutnya dipilih petani secara acak di setiap pengelompokan tersebut.

Tabel 1. Jumlah sampel petani responden

No.	Luas Lahan (ha)	Jumlah Petani Karet	Jumlah Sampel petani
1.	Memiliki 1	136	13
2.	Memiliki 2	54	5
3.	Memiliki 3	32	3
4.	Memiliki 4	15	2
5.	Memiliki 5-7	6	1
Jumlah total		243	24

Sumber: Pengolahan data primer (2021).

Sedangkan responden lembaga pemasaran kecil atau pengumpul, pengambilan data dijalankan dengan menggunakan metode *Snowball Sampling* yakni dilakukan pengambilan Sesuai dengan informasi yang didapatkan dari responden sebelumnya.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode dengan tujuan yang disesuaikan dari penelitian ini.

Untuk mencapai tujuan pertama yaitu mengetahui tingkat kesejahteraan petani karet. Metode yang digunakan yaitu dengan cara observasi lapangan, melakukan wawancara menggunakan indikator BKKBN dan dianalisis secara deskriptif.

Untuk mencapai tujuan kedua yaitu mengidentifikasi sistem tataniaga yang meliputi lembaga tataniaga dan fungsi-fungsi yang dilakukan saluran tataniaga. Metode yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua yaitu dengan menggunakan metode observasi langsung di lapangan kemudian dianalisis secara deskriptif.

Untuk mencapai tujuan yang ketiga yakni untuk melihat tingkat biaya, margin, *farmer share*, keuntungan terhadap biaya dan efisiensi tataniaga digunakan rumus seperti berikut:

Untuk melakukan penghitungan margin tataniaga menggunakan rumus sebagai berikut: (Sudiyono, 2001).

$$Mi = Psi - Pbi \quad (1)$$

dengan: Mi Margin pemasaran (Rp/kg)
Psi Harga jual ditingkat pabrik (Rp/kg)
Pbi Harga beli ditingkat petani (Rp/kg)

Margin tataniaga digunakan untuk melihat selisih harga yang diterima oleh petani dari harga dipabrik.

Untuk menghitung *farmer share* menggunakan rumus: (Nasruddin dan Ahmad, 2015).

$$Fsi = (Pf/Pr) \times 100\% \quad (2)$$

dengan: Fsi Persentase yang diterima petani

Pf Harga di tingkat petani (Rp/kg)
Pr Harga di tingkat pabrik (Rp/kg)

Farmer Share ialah perbandingan persentase harga di pabrik dengan harga yang diterima oleh para petani.

Untuk menghitung tingkat pendapatan terhadap biaya menggunakan rumus seperti berikut: (Asmarantaka, 2013).

$$\text{Tingkat keuntungan} = (\text{keuntungan}(\pi) / \text{biaya pemasaran (C)}) \times 100\% \quad (3)$$

Rasio keuntungan adalah tingkat profitabilitas yang diterima oleh setiap lembaga ketataniagaan atas biaya yang telah dikeluarkan.

Untuk menguji efisiensi digunakan analisis efisiensi menggunakan rumus sebagai berikut: (Asmarantaka, 2013).

$$EP = (\text{Biaya pemasaran} / \text{Harga di tingkat pabrik}) \times 100\% \quad (4)$$

Efisiensi merupakan siapa sistem ketataniagaan yang dilakukan pengukuran dari kepuasan pelanggan, produsen ataupun berbagai lembaga yang terkait dalam melakukan pengaliran sebuah produk dari proses produksi hingga proses konsumsi.

Untuk menjawab tujuan keempat yaitu dengan menggunakan metode observasi langsung di lapangan kemudian dianalisis secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Petani Responden

Karakter petani merupakan latar belakang petani responden yang menjadi objek dalam penelitian dan dapat memberikan sumber informasi terhadap hasil penelitian mengenai pemasaran tataniaga karet rakyat. Karakteristik responden dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok, yaitu berdasarkan umur, tingkat Pendidikan, pengalaman berusahatani dan skala usahatani.

Dari hasil penelitian dapat diketahui umur petani masih produktif yaitu antara 25-64 tahun. Petani responden yang berumur 25-34 tahun (8,3%), 35-44 tahun (33,3%), 45-54 tahun (41,7%) dan 55-64 tahun (16,7%). Pada umumnya angkatan kerja

dikategorikan sebagai pekerja dengan usia 15-64 tahun adalah usia produktif. Tingkat pendidikan para petani yang dijadikan sebagai responden yakni SD 25%, SMP 29,2%, dan SMA 45,8%. Dengan pengalaman berusahatani 5-10 tahun 33,3%, 11-15 tahun 16,7% dan 16-20 tahun 50%. Untuk pendapatan penjualan karet dengan periode 1 bulan yaitu Rp 1-3 juta 66,7%, Rp 3,1-5 juta 25% dan Rp 5,1-7 juta 8,3%. Rata-rata tanggungan keluarga sebanyak 3 orang.

Karakteristik Pedagang Pengumpul

Karakteristik pedagang pengumpul masih dikatakan produktif, umur pengumpul berkisar 37-41 tahun. Tingkat pendidikan rata-rata SMA dengan pengalaman menjadi pengumpul berkisar 8-11 tahun.

Tingkat Kesejahteraan

Rasio kesejahteraan para petani karet yang ada di Desa Sebambar Baru sesuai dengan tahap kesejahteraan yang dilakukan pengembangan oleh BKKBN. Terdapat 21 indikator serta dilakukan pembagian menjadi lima tahap yakni Keluarga Pra Sejahtera, Keluarga Sejahtera Tahap I (KS I), Keluarga Sejahtera Tahap II (KS II), Keluarga Sejahtera Tahap III (KS III), dan Keluarga Sejahtera Tahap III Plus (KS III+).

Tabel 2. Tingkat Kesejahteraan Petani Karet Responden di Desa sebambar Baru

No.	Tingkat Kesejahteraan	Jumlah Petani	Persentase (%)
1	Pra sejahtera	2	8,3%
2	KS I	6	25%
3	KS II	3	12,5%
4	KS III	10	41,7%
5	KS III+	3	12,5%
		24	100%

Sumber: *Pengolahan data primer, (2021).*

Dari Tabel 2. Bisa dilihat jika ada 2 keluarga petani karet yang mempunyai tingkat keluarga pra sejahtera yakni dengan jumlah persentase 8,3%, di sisi lain persentase yang paling banyak terdapat di keluarga sejahtera tahap 3 (KS III) yaitu senilai 41,7% dengan jumlah 10 keluarga petani, pada keluarga sejahtera 1 (KS I) terdapat 6 keluarga petani dengan persentase sebesar 25%, pada keluarga sejahtera 2 (KS II) terdapat 3 keluarga petani dengan persentase 12,5% dan pada keluarga sejahtera 3 plus (KS III+) terdapat 3 keluarga petani dengan persentase 12,5%. Para petani tidak memenuhi berbagai indikator tersebut tidak berarti jika para petani tidak bisa memulai indikator berikutnya, sebab sistem

berbentuk hirarkis yang termasuk ciri dari bentuk pengukuran sejahteranya keluarga untuk memperoleh rasio kesejahteraan yang sebenarnya.

Tataniaga Karet Rakyat

Tanaman karet merupakan tanaman tahunan yang memiliki manfaat dalam segi ekonomi dalam menghasilkan *lateks* setelah berumur 5 tahun. Petani karet di Desa Sebamban Baru menjual hasil bahan olahan karet berbentuk *lump*. Petani atau produsen tidak menjual atau mendistribusikan hasil bahan olahan karet ke pabrik, dikarenakan tidak mengetahui mengenai informasi harga yang diberikan oleh pabrik serta modal untuk proses transportasi dalam melakukan pemasaran. Oleh karena itu mereka memerlukan jasa lembaga pemasaran yaitu pengumpul karet. Pedagang tentu mengeluarkan biaya dan ingin mendapatkan keuntungan dari aktivitas pemasaran yang mereka lakukan, oleh karena itu mereka menetapkan harga beli lebih rendah ditingkat petani guna mendapat keuntungan atas aktivitas pemasaran yang dilakukan. Proses penjualan yang dilakukan oleh petani kepada lembaga pemasaran akan membentuk sebuah rantai pemasaran yang dapat dilihat urutannya, dari produsen (petani) melewati lembaga pemasaran dan selanjutnya sampai ke pabrik.

Saluran Tataniaga

Saluran tataniaga termasuk suatu struktur pemasaran yang mencakup berbagai organisasi yang saling berhubungan dimulai dari tempat berasalnya produk hingga pembelian akhir. Berdasarkan hasil yang di dapatkan di lapangan, saluran tataniaga di Desa Sebamban Baru terdiri dari beberapa lembaga pemasaran, sebagai berikut:

Saluran I. Petani - Pengumpul besar - Pabrik. Saluran ini adalah saluran tataniaga terpendek karena karet yang berasal dari petani langsung dijual ke pengumpul besar. Petani berperan sebagai produsen dan pedagang besar sebagai lembaga pemasaran untuk menyalurkan produk hingga sampai ketangan konsumen atau pabrik. Untuk penjualan pada Saluran I ditingkat petani ke pengumpul besar dengan harga yang diterima oleh petani Rp10.400/kg, untuk untuk harga yang diterima oleh pedagang besar Rp11.600/kg Untuk biaya yang dikeluarkan pengumpul besar yaitu biaya tenaga kerja, biaya transportasi dan biaya penyusutan berat karet. Pada Saluran I

menjual ke PT Nusantara Batulicin yang terletak di Karang Bintang, Tanah Bumbu.

Saluran II. Petani – Pengumpul kecil – Pengumpul Besar – Pabrik. Saluran II memiliki dua lembaga tataniaga. Petani menjual karet dengan frekuensi satu bulan sekali. Pengumpul kecil mempunyai fungsi mencari karet yang ada di Desa Sebamban Baru lalu disetorkan kepada pengumpul besar. pada Saluran II harga yang diterima oleh petani Rp10.400/kg, untuk harga yang diterima pengumpul kecil Rp10.700/kg, dan harga yang diterima oleh pengumpul besar Rp11.700/kg. Biaya yang dilakukan pengeluaran oleh pihak pengumpul kecil yakni biaya tenaga kerja untuk memuat karet kedalam truk, biaya transportasi dan biaya penyusutan karet ditanggung oleh pengumpul besar sehingga resiko dan biaya lebih banyak dipedagang pengumpul besar. penentuan harga dalam saluran ini yaitu dilakukan oleh pengumpul besar. Karet yang sudah dibeli dari petani langsung dijual ke pabrik PT Banua Lima Sejurus yang terletak di Banjarmasin.

Biaya, Margin dan Keuntungan

Biaya pemasaran ialah biaya yang dilakukan pengeluaran untuk kebutuhan pemasaran. Tingkat biaya pemasaran tergantung dari macam komoditas yang dipasarkan, lokasi pasar. Biaya pemasaran komoditas tanaman karet mencakup berbagai pihak seperti biaya transportasi, tenaga kerja serta resiko penyusutan berat karet. Keuntungan pemasaran adalah bagian dari margin pemasaran. Margin ini ialah perbedaan harga yang dilakukan pembayaran oleh pihak penjual yang pertama dengan harga yang dilakukan pembayaran oleh pembeli di tahapan akhir.

Saluran I. Pemasaran karet rakyat pada Saluran I dilakukan oleh petani dan pengumpul besar. petani sebagai produsen dan pedagang pengumpul sebagai lembaga pemasaran yang mendistribusikan karet petani sampai ke pabrik. Biaya pemasaran karet yang dikeluarkan dalam aktivitas pemasaran pada Saluran I di tingkat pengumpul besar meliputi biaya tenaga kerja, biaya transportasi dan biaya resiko penyusutan berat karet. Selain biaya, pada setiap saluran akan dihitung margin, dan keuntungan pemasaran. Ada pun biaya pamaran, margin, dan keuntungan yang diterima lembaga pada Saluran I dapat di lihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Biaya, margin dan keuntungan pemasaran Saluran I.

Komponen	Nilai (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Total Biaya pemasaran
1. Petani			
a. Harga jual	10.400		
2. Pedagang besar			
a. Harga beli	10.400		
b. Harga jual	11.600		
c. Margin pemasaran	1.200		
d. Biaya Pemasaran			
-Transportasi		300	
-Tenaga kerja		100	
-Penyusutan berat karet		420	
			820
Total keuntungan	380		

Sumber: *Pengolahan data primer, (2021).*

Pada Tabel 3. menjelaskan aktivitas pemasaran karet rakyat di Desa Sebambar Baru, pada Saluran I terdiri dari petani dan pengumpul besar. Adapun komponen biaya transportasi Rp 300/kg, untuk biaya transportasi meliputi biaya BBM, biaya upah untuk supir dan sisanya untuk perbaikan truk. Untuk biaya tenaga kerja Rp 100/kg untuk biaya upah menimbang dan memuat karet kedalam truk, biaya resiko penyusutan berat karet Rp 420/kg. Jadi total biaya rata-rata yang dikeluarkan oleh pedagang besar pada Saluran I sebesar Rp 820/kg.

Harga jual karet di tingkat petani dalam bentuk *lump* adalah Rp 10.400/kg, sedangkan harga jual pengumpul ke pabrik adalah Rp 11.600/kg. Untuk harga beli karet dari pengumpul ke petani sangat mempertimbangkan biaya pemasaran agar pengumpul mendapatkan keuntungan dan petani tidak dirugikan dengan harga tersebut. Adapun margin pemasaran yaitu sebesar Rp 1.200/kg. keuntungan pemasaran yang diperoleh pengumpul besar yaitu sebesar Rp 380/kg.

Saluran II. Pada pemasaran Saluran II dilakukan oleh pedagang pengumpul kecil dan pengumpul besar. Untuk pola pemasaran Saluran II pada penelitian ini merupakan saluran yang lebih panjang dari Saluran I, karena pada pemasaran Saluran II ada dua lembaga pemasaran. Dalam melakukan proses pemasaran, lembaga pemasaran mengeluarkan biaya untuk memperlancar proses pemasaran. Biaya pemasaran karet yang dikeluarkan dalam aktivitas pemasaran pada Saluran II ditingkat pengumpul kecil hanya biaya tenaga kerja, biaya tenaga kerja digunakan untuk upah memuat karet

kedalam truck. Sedangkan untuk biaya ditingkat pengumpul besar meliputi biaya transportasi digunakan untuk mengisi bahan bakar, upah supir, perawatan truck dan biaya resiko penyusutan berat karet. Selain biaya, pada setiap saluran akan dihitung margin, dan keuntungan pemasaran yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Biaya, margin dan keuntungan pemasaran Saluran II.

Komponen	Nilai (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Total Biaya Pemasaran
1. Petani			
a. Harga jual	10.400		
2. Pengumpul kecil			
a. Harga beli	10.400		
b. Harga jual	10.700		
c. Margin bagian	300		
d. Biaya Pemasaran			
-Tenaga kerja		100	
			100
Keuntungan	200		
3. Pengumpul besar			
a. Harga beli	10.700		
b. Harga jual	11.700		
c. Margin bagian	1000		
d. Biaya Pemasaran			
-Upah supir		200	
-Penyusutan berat karet		350	
-Penyusutan Truk		73,2	
			623,2
Keuntungan	376,8		
			723,2
Total margin pemasaran	1.300		

Sumber: *Pengolahan data primer, (2021).*

Berdasarkan Tabel 4- komponen biaya yang dikeluarkan pada Saluran II untuk pengumpul kecil meliputi biaya tenaga kerja sebesar Rp 100/kg untuk upah menimbang dan memuat karet kedalam truk. Sedangkan biaya pada pengumpul besar meliputi biaya upah supir sebesar Rp 200/kg dan biaya perawatan truk, yaitu 73,2/kg untuk selanjutnya biaya resiko penyusutan berat karet sebesar Rp 350/kg. untuk total biaya yang dikeluarkan oleh pengumpul besar sebesar Rp 623,2/kg.

Harga penjualan karet di tingkat petani pada Saluran II sebesar Rp 10.400/kg, sedangkan harga jual ditingkat pengumpul kecil sebesar Rp 10.700/kg dan harga jual karet pada tingkat

pengumpul besar sebesar Rp 11.700/kg. Berdasarkan harga jual tersebut dapat diketahui nilai margin yang ada pada setiap lembaga pemasaran. Adapun untuk margin bagian pada pedagang pengumpul kecil yaitu sebesar Rp 300/kg, dan margin pemasaran pada tingkat pengumpul besar yaitu sebesar Rp 1.000/kg, maka dengan demikian total margin pada Saluran II yaitu sebesar Rp 1.300/kg. Keuntungan pemasaran untuk pengumpul kecil dari selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengumpul kecil yaitu sebesar Rp 200/kg. Sedangkan keuntungan pengumpul besar pada saluran ini yaitu sebesar Rp 330/kg.

Farmer Share

Farmer Share ialah perbandingan diantara harga yang diterima oleh para petani karet dengan harga yang dilakukan pembayaran oleh pabrik, biasanya ditampilkan dalam bentuk persentase *farmer share* yang berhubungan terbalik dengan margin pemasaran yang bermakna apabila semakin besar margin pemasaran maka akan semakin rendah pula *farmer share*, yang artinya jika persentase *farmer share* semakin kecil maka menunjukkan semakin mahal biaya pemasarannya dan sebaliknya. Besarnya *farmer share* yang diterima oleh petani dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. *Farmer share* pada saluran tataniaga karet rakyat di Desa sebambar Baru

Saluran	Harga ditingkat petani (Rp/kg)	Harga ditingkat Pabrik (Rp/kg)	<i>Farmer share</i> (%)
I	10.400	11.600	92,2%
II	10.400	11.700	91,4%

Sumber: *Pengolahan data primer, (2021).*

Pada Tabel 5. menunjukkan *farmer share* terbesar pada Saluran I yaitu dengan persentase sebesar 92,2 %, yang artinya petani karet menerima harga 92,2% dari harga yang dibayarkan oleh pabrik. Sedangkan Saluran II memperoleh nilai *farmer share* yaitu dengan persentase sebesar 91,4%.

Rasio Keuntungan Terhadap Biaya

Analisis tingkat keuntungan bisa dipakai untuk melihat apakah aktivitas pemasaran yang dijalankan memberi keuntungan pada lembaga pemasaran.

Tabel 6. Rasio keuntungan terhadap biaya

Lembaga pemasaran	Keuntungan (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	π/C (%)
Saluran I			
Petani	10.400		
Pengumpul besar	380	820	46,3%
Saluran II			
Petani	10.400		
Pengumpul kecil	200	100	200%
Pengumpul besar	376,8	623,2	60,4%

Sumber: *Pengolahan data primer, (2021).*

Pada Tabel 6. dapat dilihat pada Saluran I, keuntungan yang diperoleh pengumpul besar yaitu Rp 380/kg dan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 820/kg, maka biaya rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 46,3%. Sedangkan pada Saluran II keuntungan yang diperoleh pengumpul kecil yaitu sebesar Rp 200/kg dan biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 100/kg sehingga rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 200%. Dan keuntungan yang diperoleh pengumpul besar sebesar Rp 376,8/kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp 623,2/kg, maka rasio keuntungan terhadap biaya yang diperoleh yaitu 60,4%. Semakin tinggi nilai rasio tersebut, menunjukkan keuntungan yang tinggi dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

Efisiensi Pemasaran Karet Rakyat

Tujuan yang ingin dicapai dalam proses pemasaran adalah efisiensi pemasaran yang dapat memberikan kepuasan kepada seluruh lembaga pemasaran. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, nilai efisiensi pada sistem tataniaga karet rakyat dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai efisiensi sistem tataniaga karet rakyat di Desa Sebambar Baru

Saluran tataniaga	Total Biaya (Rp/kg)	Harga Pabrik (Rp/kg)	Efisiensi (%)
I	820	11.600	7,06%
II	723,2	11.700	6,18%

Sumber: *Pengolahan data primer, (2021).*

Pada tabel 7. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kedua saluran tataniaga karet rakyat di Desa Sebambar Baru adalah efisien, karena memenuhi kriteria yaitu 0-

33% dinyatakan efisien. Dimana pada saluran tataniaga yang lebih efisien adalah saluran yang paling kecil yaitu Saluran II yaitu dengan persentase sebesar 6,18%. Sedangkan pada Saluran I dengan persentase sebesar 7,06%.

Kendala Dalam Tataniaga Karet Rakyat

Berdasarkan hasil penelitian dilakukan secara wawancara, dimana dalam pemasaran karet rakyat terdapat beberapa masalah yang dihadapi petani, maupun pengumpul karet, beberapa kendala yang dihadapi yaitu:

1. Petani: kurangnya pengetahuan petani dalam informasi perkembangan harga, sehingga petani hanya menerima harga yang diberikan oleh pengumpul dan kurangnya pengetahuan petani dalam meningkatkan kualitas karet.
2. Pengumpul: pengalaman pengumpul pada Saluran I dan Saluran II sudah beberapa tahun sehingga pengumpul disana sudah mengalami sering kali kendala seperti masalah penentuan harga, dimana harga seringkali naik turun terutama harga yang diberikan pabrik sehingga pengumpul sulit menentukan harga beli kepada petani, agar petani tidak merasa dirugikan oleh pengumpul dan pengumpul juga memperhitungkan biaya yang dikeluarkan agar pengumpul tidak mengalami kerugian. Kendala selanjutnya yaitu kualitas karet yang dihasilkan oleh petani masih dikatakan kotor, Petani masih menggunakan cuka karet yang tidak standar pabrik, dan juga karet disana sifatnya karet basah, dimana kadar air karet sangat tinggi menyebabkan resiko mengalami penyusutan berat karet. Apalagi jarak pabrik cukup jauh dan juga seringkali antri masuk kedalam pabrik sangat lama bisa mencapai sehari-hari jika antriannya banyak, sehingga resiko penyusutan berat karet semakin tinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat 2 keluarga petani karet yang termasuk dalam keluarga pra sejahtera yaitu dengan persentase 8,3%, pada keluarga

sejahtera 1 (KS I) terdapat 6 keluarga petani dengan persentase sebesar 25%, pada keluarga sejahtera 2 (KS II) terdapat 3 keluarga petani dengan persentase 12,5%, pada keluarga sejahtera tahap 3 (KS III) terdapat 10 keluarga petani dengan persentase 41,7% dan pada keluarga sejahtera 3 plus (KS III+) terdapat 3 keluarga petani dengan persentase 12,5%.

2. Pada Saluran I. Petani → Pengumpul Besar → Pabrik, harga beli pengumpul kepada petani sebesar Rp 10.400/kg, sedangkan harga penjualan pengumpul besar sebesar Rp 11.600/kg, total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 820/kg, dengan keuntungan yang didapat sebesar Rp 380/kg. Margin dari Saluran I yaitu sebesar Rp 1.200/kg, *Farmer share* dengan persentase sebesar 92,2% dan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 46,3%.
3. Pada Saluran II. Petani → Pengumpul Kecil → Pengumpul → Pabrik, terdapat dua lembaga pemasaran. Harga beli pengumpul kecil kepada petani sebesar Rp. 10.400/kg, sedangkan penjualan kepada pengumpul besar sebesar Rp. 10.700/kg, total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 100/kg dengan keuntungan diperoleh sebesar Rp. 200/kg. Margin bagian yaitu sebesar Rp. 300/kg dengan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 200%. Sedangkan pada pengumpul besar dengan harga jual ke pabrik sebesar Rp. 11.700/kg, biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 623,2/kg dengan keuntungan sebesar Rp. 376,8/kg, dengan margin bagian yaitu sebesar Rp. 1000/kg dan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 60,4%. Total margin pemasaran pada Saluran II yaitu Rp. 1.300/kg, dan *Farmer share* pada Saluran II ini dengan persentase sebesar 91,4%.
4. Hasil efisiensi pemasaran diperoleh bahwa pada Saluran I dan II dinyatakan efisien. Pada Saluran I dengan persentase sebesar 7,06% dan pada Saluran II dengan persentase sebesar 6,18%, jika dilihat dari hasil efisiensi maka Saluran II lebih efisien karena persentasenya lebih kecil.
5. Beberapa kendala dalam sistem tataniaga ini yaitu kurangnya pengetahuan petani terhadap perkembangan harga, dan kotornya kualitas

karet yang dihasilkan mengakibatkan resiko penyusutan berat karet semakin tinggi.

Saran

Dengan adanya dukungan lembaga tataniaga membuat pemasaran karet lebih efisien, namun beberapa hal harus ditingkatkan yaitu kerjasama antara petani dan pengumpul karet seperti terbuka masalah perkembangan harga karet, saling memperbaiki kualitas karet dengan standar pabrik agar mengurangi resiko dan memperbaiki harga sehingga sama-sama mengalami keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmarantaka, R. W. 2013. *Pemasaran Agribisnis*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Laut. 2019. *Tanah Laut Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Laut.
- Balai Penelitian Sembawa. 2009. *Sabtabina Usahatani Karet Rakyat (edisi-5)*. Pusat Penelitian Karet. Palembang: Balai Penelitian Sembawa.
- Devi, C. 2015. *Analisis Pendapatan Perkebunan Karet*. Fakultas Politeknik Pertanian Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2011. *Statistik Perkebunan Indonesia Karet 2010-2012*. Jakarta: Derektorat Jendral Pertanian.
- Nasruddin, N. & Ahmad, S. 2015. *Tataniaga Pertanian*. Banten: Universitas Terbuka.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang: UMM Press.