

**ANALISIS PEMASARAN KARET PETANI EKS UPP TCSDP
DI DESA LUBUK SAKAI KECAMATAN KAMPAR KIRI TENGAH
KABUPATEN KAMPAR**

Dotik Komala Dewi^{*}, Evy Maharani^{}, dan Ermi Tety^{**}**

Abstract

This research aim to analyze the marketing channel, marketing margin, farmer's share, marketing efficiency of rubber for EX UPP TCSDP farmers at Lubuk Sakai Village Kampar Kiri Tengah District in Kampar Regency. The research method used survey method. The sampling method in this research used purposive sampling with criteria of rubber crop age ranging from 21-23 years for 30 rubber farmers. Intake of sample to rubber compiler and factory used snowball sampling method by following its marketing channel. The research result in Lubuk Sakai Village Kampar Kiri Tengah District in Kampar Regency that two marketing channel. The research result show that one marketing channel is good and efficient for marketing channel I, that was rubber farmers to small compiler next to big compiler to factory. Total cost of marketing channel I equal Rp. 2.319,00/kg total value of margin equal to Rp. 2.250,00/kg , farmer's share equal to 73,84% and marketing efficiency equal to 26,97%. Total cost of marketing channel II equal Rp. 2.370,13/kg total value of margin equal to Rp. 2.028,00/kg , farmer's share equal to 76,42% and marketing efficiency equal to 27,56%.

Keyword: *TCSDP, marketing, marketing channel, margin, farmer's share, efficiency.*

**Dotik Komala Dewi adalah Mahasiswa S1 Agribisnis, UR, Pekanbaru*

*** Evy Maharani dan Ermi Tety adalah Staf Pengajar Pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru*

I. PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki sumberdaya alam dan keanekaragaman hayati yang merupakan sumberdaya yang paling penting bagi kehidupan sosial, ekonomi dan kebudayaan masyarakat Indonesia. Sekitar 40 juta penduduk Indonesia hidupnya ditopang langsung oleh keanekaragaman hayati yang terdapat pada hutan, sumberdaya pesisir dan laut serta pertanian atau perkebunan.

Sektor pertanian salah satu sub sektor yaitu perkebunan yang merupakan pendukung utama sektor pertanian dalam menghasilkan devisa negara. Tanaman karet merupakan salah satu komoditas ekspor perkebunan andalan. Bahkan Indonesia pernah menjadi produsen karet alam nomor satu didunia yang sebagian besar tanaman ini diusahakan oleh rakyat. Namun, kedudukan Indonesia sebagai produsen karet alam dunia kini telah diduduki oleh Malaysia dan Thailand. Hal ini diakibatkan oleh luas areal yang dimiliki tidak seimbang dengan jumlah produksi dan mutu.. Indonesia merupakan salah satu negara yang mengembangkan subsektor perkebunan karet, hingga saat ini luas areal pertanaman karet Indonesia pada tahun 2014 mencapai 3.153.190,00 hektar, dengan produksi total sebesar 3.555.950,00 ton (Badan Pusat Statistik, 2015).

Perkebunan karet rakyat di Provinsi Riau sudah membudaya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Umumnya diusahakan oleh petani dalam skala kecil (sempit) dengan sistem tradisional. Berbeda dengan yang diusahakan oleh perusahaan pemerintah/swasta, dimana pengusahaannya dilakukan dalam skala besar dengan sistem teknologi modern.

Tabel 1. Luas Areal dan Produksi Karet Per Kabupaten di Provinsi Riau 2014.

Kabupaten/Kota	Luas (Hektar)	Produksi (Ton)
Kuantan Singingi	145.388,00	79.561,00
Indragiri Hulu	61.372,00	43.086,00
Indragiri Hilir	5.369,00	3.931,00
Pelalawan	29.632,00	40.349,00
Siak	15.569,00	10.495,00
Kampar	102.353,00	77.556,00
Rokan Hulu	56.442,00	55.703,00
Bengkalis	35.472,00	21.258,00
Rokan Hilir	26.359,00	23.990,00
Kepulauan Meranti	2.917,00	388,00
Pekanbaru	2.395,00	1.716,00
Dumai	19.638,00	9.227,00
Total	502.906,00	367.260,00

Sumber : Badan Pusat Statistik Riau, 2015

Karet merupakan komoditas perkebunan yang masih menjadi unggulan provinsi Riau. Luas perkebunan karet Riau pada tahun 2014 mencapai 502.906,00 hektar dan produksi sebanyak 367.260,00 ton (Badan Pusat Statistik Riau, 2015). Kabupaten Kampar termasuk yang mendapat bantuan dari pemerintah melalui program UPP TCSDP (Unit Pelaksanaan Proyek *Tree Crop Smallholder Development Program*). Kecamatan Kampar Kiri Tengah memiliki luas perkebunan karet yaitu mencapai 2.533 hektar dan produksi 2.615 ton (Badan Pusat Statistik Kampar, 2015). Disamping itu luas lahan karet rakyat yang mengikuti program TCSDP mencapai 1.404 hektar (BPP Kampar Kiri Tengah, 2014). Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa hampir setengah dari jumlah luas areal perkebunan karet rakyat yang berada di Kecamatan Kampar Kiri Tengah merupakan perkebunan yang mengikuti program TCSDP.

Desa Lubuk Sakai merupakan salah satu desa di Kecamatan Kampar kiri Tengah yang sebagian penduduk bermatapencaharian pokok sebagai petani karet. Salah satu pola pengembangan perkebunan karet rakyat yang ada di Kecamatan Kampar Kiri Tengah adalah pola TCSDP (*Tree Crops Smallholder Development Project*). Pada mulanya Desa Lubuk Sakai ini merupakan daerah transmigrasi umum dan memiliki potensi untuk dijadikan perkebunan karet, sehingga Desa Lubuk Sakai dapat mengikuti pola TCSDP pada tahun 1993, petani mulai membayar kredit pada saat tanaman karet mulai berproduksi pada tahun 2000 yaitu selama 7 tahun dengan cicilan sebesar Rp. 59.000/bulan.

Pemasaran karet pada petani pola Eks UPP TCSDP di Desa Lubuk Sakai dilakukan melalui pedagang perantara KUB (Kelompok Usaha Bersama) sebagai lembaga perantara antara petani dengan pedagang pengumpul. KUB (Kelompok Usaha Bersama) merupakan kelompok yang dibentuk pada tahun 2002 oleh petugas lapangan dari proyek TCSDP. Harga yang diterima petani dalam kurun waktu satu tahun terakhir terus berfluktuasi, rendahnya harga dikarenakan kualitas karet yang sudah semakin tua dan banyak yang ditebang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran karet, bagian yang diterima petani dan efisiensi pemasaran.

II. METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lubuk Sakai Kecamatan Kampar Kiri Tengah Kabupaten Kampar. Penelitian ini dimulai dari Bulan Juni 2015 sampai dengan Bulan Mei 2016. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Lubuk Sakai Kecamatan Kampar Kiri Tengah merupakan desa yang memiliki perkebunan karet yang berdekatan dengan Desa Bina Baru mencapai 228 hektar, luas perkebunan karet di Desa Lubuk Sakai yaitu 99 hektar untuk 99 kepala keluarga.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan metode survey. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* terhadap petani karet pola UPP TCSDP yang tanamannya berumur 21-23 tahun. Jumlah populasi petani karet Eks UPP TCSDP adalah 99 orang dengan jumlah sampel yang diteliti sebesar 30 % sebanyak 30 orang petani Eks UPP TCSDP di Desa Lubuk Sakai Kecamatan Kampar Kiri Tengah Kabupaten Kampar. Pengambilan sampel terhadap 2 pengumpul, 2 pedagang besar dan satu pabrik karet yang berada di Sumatera Utara (PT. Bridgestone) melalui metode *snowball sampling* dengan mengikuti saluran pemasarannya.

Metode Pengambilan Data

Data yang diambil terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada petani, pedagang besar, pedagang pengumpul dan pabrik yang berada di Medan (PT. Bridgestone). Wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner serta dengan melakukan pengamatan langsung dilapangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi – instansi terkait yang meliputi kondisi geografi dan wilayah dari kecamatan Kampar Kiri Tengah. Data sekunder ini adalah data-data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan data dari dinas Perkebunan Kabupaten Kampar.

Analisis Data Penelitian

Analisis data yang digunakan penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis secara kuantitatif dengan menggunakan rumus margin pemasaran, bagian yang diterima petani dan efisiensi pemasaran.

1. Margin Pemasaran

Secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut (Sudiyono, 2001):

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP : Margin Pemasaran (Rp/kg)

Pr : Harga ditingkat pabrik (Rp/kg)

Pf : Harga ditingkat pedagang pengumpul (Rp/kg).

2. Bagian yang diterima petani

Menurut Meryani(2008) untuk menghitung bagian yang diterima petani digunakan rumus:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Bagian yang diterima petani

Pf = Harga diringkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat lembaga pemasaran (Rp/kg).

Kaidah keputusan Bagian yang diterima petani menurut Downey dan Erickson dalam Putri (2014), yaitu:

- a. FS > 40% = Efisien
- b. FS < 40% = Tidak Efisien

3. Efisiensi Pemasaran

Menurut Sheperd dalam Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran merupakan nisbah atau total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, dapat dirumuskan:

$$EPs = \left[\frac{TB}{TNP} \right] \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya (Rp/Kg)

TNP = Total nilai produk (Rp/Kg)

Kaidah keputusan Efisiensi Pemasaran menurut Roesmawaty dalam Putri (2014), yaitu:

- a. 0-33 % = Efisien
- b. 34-67 % = Kurang Efisien
- c. 68-100% = Tidak Efisien

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program UPP TCSDP di Desa Lubuk Sakai

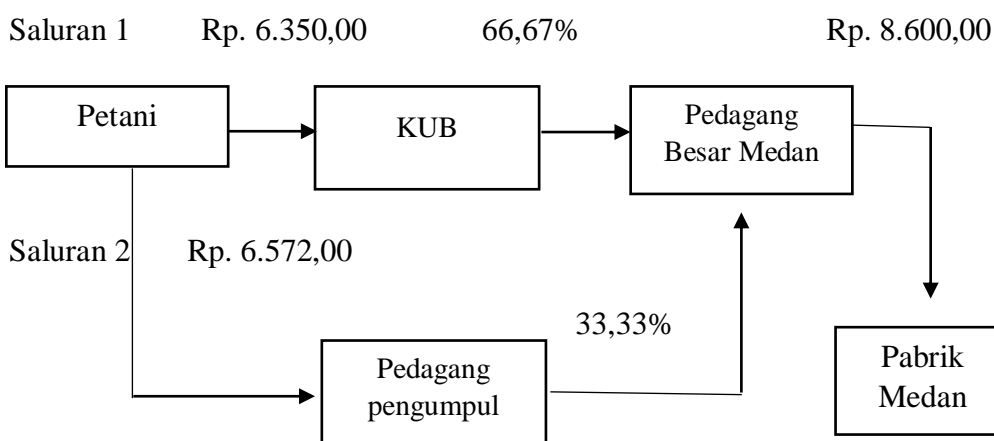
Program UPP TCSDP (Unit Pelaksanaan Proyek *Tree Crops Smallholder Development Project*) adalah salah satu proyek yang bergerak dibidang perkebunan, berupa bantuan yang diberikan pemerintah kepada petani karet, kelapa, kakao yang dibiayai oleh Bank Dunia yaitu penggabungan manajemen yang berkaitan dengan teknologi, proses produksi, dan pemasaran. Pemerintah memberikan bantuan program UUP TCSDP di Desa Lubuk Sakai adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, proyek ini mengikutsertakan seluruh masyarakat untuk dijadikan peserta proyek. Bantuan-bantuan yang diberikan pemerintah yaitu (1) bantuan bibit bersertifikat (bibit okulasi, Gt 1, Avros, dan IRR) (2) bantuan pupuk (pupuk TSP, KCL, dan Urea).

Pihak Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) mengadakan penyuluhan dan pelatihan kepada seluruh masyarakat agar masyarakat mengetahui cara budidaya yang baik untuk menanam tanaman karet, memelihara tanaman karet, merawat tanaman karet, serta pola penyadapan karet, dengan bantuan sarana dan prasarana dari pemerintah.

Salah satu bantuan yang diberikan pemerintah adalah memasarkan hasil karet, hal ini dilakukan supaya mempermudah membantu petani dalam memasarkan hasil karet. Petani di desa Lubuk Sakai dalam memasarkan karet dengan cara mengantar sendiri hasil karetnya yang terletak di rumah salah seorang pengurus KUB. Hasil yang diantar langsung ditimbang dan pembayarannya langsung tunai, kemudian dikirim ke pabrik Medan melalui pedagang besar Medan yang diambil dari KUB setiap 2 minggu sekali atau 15 hari.

a. Saluran Pemasaran Karet di Desa Lubuk Sakai

Saluran pemasaran karet di Desa Lubuk Sakai ada dua saluran, yaitu: saluran satu (petani-KUB-pedagang besar Medan-pabrik Medan) dan saluran dua (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar Medan-pabrik Medan). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak petani Eks UPP TCSDP yang menjual hasil karet melalui saluran 1 (Petani-KUB-pedagang besar Medan-pabrik Medan). Hal ini dikarenakan dalam menjual karet ke KUB selain petani menjual karet dan pembayaran dilakukan secara tunai, petani juga dapat meminta bantuan berupa pinjaman, uang pinjaman yang diberikan kepada petani kemudian dibayar secara mencicil dengan kesepakatan waktu pencicilan paling lama 1,5 tahun.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Desa Lubuk Sakai

Saluran pemasaran I petani yang menjual karet ke KUB dengan harga Rp 6.350,00/kg, kemudian KUB menjual karet ke pedagang besar Medan dengan mendapatkan *fee* sebesar Rp 100,00/kg, *fee* sebesar Rp 100,00/kg ini untuk anggota yang mengurus KUB tersebut. Kemudian pedagang besar Medan menjual karetnya ke pabrik Medan dengan harga Rp 8.600,00/kg.

KUB (Kelompok Usaha Bersama) dibentuk oleh Pihak Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) pada tahun 2002 hingga sekarang. Fungsi khusus dibentuk adanya KUB ini adalah untuk mempermudah petani dalam memasarkan hasil karet petani, selain untuk memasarkan karet petani juga bisa melakukan simpan pinjam ke KUB dengan ketentuan petani memiliki kebun karet sendiri, karena dengan memiliki kebun karet sendiri petani bisa lebih mudah untuk mencicil setiap kali penimbangan. Penimbangan karet dilakukan dengan mengantar sendiri hasil karet ke KUB, kemudian Pedagang besar menjemput hasil panen karet di KUB selama dua minggu sekali.

Saluran pemasaran II petani menjual karet ke pedagang pengumpul dengan harga Rp 6.572,00/kg, kemudian pedagang besar mengeluarkan biaya berupa *fee* untuk pedagang pengumpul. Adanya pedagang pengumpul berperan dalam mendatangkan pedagang besar, sehingga pedagang pengumpul nantinya akan mendapatkan *fee* dari pedagang besar sebesar Rp. 100/kg. Kemudian pedagang besar medan menjual karet ke pabrik dengan harga Rp 8.600,00/kg. Pedagang pengumpul mendatangkan pedagang besar setiap dua minggu sekali setelah karet petani terkumpul. Pedagang besar mengeluarkan biaya DO (*Delivery Order*) sebesar 100/kg dalam memasarkan karet ke pabrik yang dibayarkan setiap pengantaran karet ke pabrik Medan.

Sistem pembayaran pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II dilakukan secara langsung atau tunai. Pembayaran langsung atau tunai adalah pembayaran dimana pihak yang menjual langsung menerima bayarnya setelah karet yang dijual ditimbang oleh pihak yang membeli. Petani tidak dapat menjual hasil karet yang diperolehnya langsung ke pabrik dikarenakan jarak lokasi pabrik yang jauh yaitu berada di Medan (PT Bridgestone) dari lahan petani sehingga akan meningkatkan biaya pemasaran, selain itu hasil produksi petani yang tidak dapat mencukupi permintaan pabrik.

Analisis Saluran Pemasaran Karet I

Biaya pemasaran komoditas pertanian merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan usaha pemasaran komoditas pertanian. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, dan lain-lain. Efisiensi pemasaran karet merupakan perbandingan total biaya yang dikeluarkan tiap lembaga pemasaran karet dengan total nilai produk karet.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan petani pada saluran I adalah biaya pemotongan timbangan sebesar 10 % dari berat karet petani yang dijual kepada pedagang besar, sehingga hasil pemotongan timbangan petani ini menjadi keuntungan bagi pedagang besar. Penerimaan bersih petani didapatkan setelah pengurangan dengan biaya pemotongan timbangan. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar dalam pengangkutan karet dari petani ke pabrik Medan (PT. Bridgestone) adalah biaya transportasi, jumlah rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan

pedagang besar dalam sekali pemasaran sebesar Rp. 18.000,00 kg atau Rp. 138,89/kg. Biaya sewa mobil rata-rata Rp. 2.700.000,00 untuk 1 hari, sewa mobil dilakukan selama 3 hari sehingga didapatkan biaya perkilogram sebesar Rp. 450,00/kg. Biaya bongkar muat sebesar Rp. 60.000,00 per 1 ton sehingga didapat Rp. 60,00 /kg, biaya penyusutan sebesar 8% didasarkan pada pengalaman pedagang besar selama melakukan penjualan, yaitu persentase penyusutan didapat dari selisih antara berat awal karet dengan berat karet saat sudah penimbangan dipabrik karet sehingga didapatkan biaya penyusutan sebesar Rp. 688,00/kg. Biaya *fee* KUB sebesar Rp.100,00/kg, biaya *fee* dikumpulkan dan dibagikan kepada anggota pengurus KUB. Biaya THR sebesar Rp. 80,00/kg, biaya retribusi desa Rp. 20,00/kg dan biaya DO (*Delivery Order*) sebesar Rp. 100/kg. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar Rp. 1.636,89/kg.

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa total margin yang diperoleh pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 2.250,00/kg, yang artinya setiap 1 kilogram karet yang dijual petani kepedagang besar memiliki selisih harga sebesar Rp. 2.250,00 antara harga yang dibayarkan pedagang dengan harga yang diterima petani. Bagian yang diterima petani (*farmer's share*) sebesar 73,84%, persentase ini dikatakan efisien karena sesuai dengan kriteria Downey dan Erickson dalam Putri (2014) yaitu FS >40%. Efisiensi pemasaran sebesar 26,97%, persentase efisiensi pemasaran ini dikatakan efisien karena nilai efisiensi pemasaran berada pada kriteria 0-33 % (Roesmawaty dalam Putri, 2014) maka saluran pemasaran sudah efisien.

Tabel 2. Analisis Saluran Pemasaran I di Desa Lubuk Sakai pada Bulan September 2015.

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)		
		Jual/beli	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Petani			
	a. Harga Jual	6.350,00		
	b. Biaya pemasaran			
	- Biaya timbangan 10%		637,50	93,41
	- Biaya Angkut		45,00	6,59
	Total Biaya		682,50	100,00
	c. Penerimaan	5.667,50		
2	Pedagang Besar			
	a. Harga beli	6.350,00		
	b. Biaya pemasaran			
	- Transportasi		138,89	8,48
	- Sewa mobil		450,00	27,49
	- Bongkar muat		60,00	3,67
	- Penyusutan 8%		688,00	42,03
	- THR		80,00	4,89
	- Retribusi Desa		20,00	1,22
	- <i>Fee</i>		100,00	6,11
	- DO (Delivery Order)		100,00	6,11
	Total biaya		1.636,89	100,00
	c. Harga jual	8.600,00		
	d. Margin	2.250,00		
	e. Keuntungan	1.337,00		
3	Pabrik			
	a. Harga beli	8.600,00		
4	Total Margin	2.250,00		
5	Total Biaya Pemasaran		2.319,00	
6	Bagian yang diterima petani			73,84
7	Efisiensi Pemasaran			26,97

Analisis Saluran Pemasaran Karet II

Salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi sistem pemasaran adalah margin pemasaran. Margin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Semakin rendah margin pemasaran, maka semakin tinggi bagian harga yang diterima petani dan sebaliknya. Besaran margin pemasaran akan berbeda pada setiap saluran pemasaran karena masing-masing pelaku pemasaran memiliki harga yang berbeda-beda (Hasyim, 1994 dalam Pradika A, 2013).

Efisiensi pemasaran adalah tolak ukur atas produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama proses

pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari panjangnya saluran pemasaran dalam suatu produk. Semakin tinggi margin yang didapat maka tingkat efisiensi pemasaran akan semakin menurun. Petani Eks UPP TCSDP tidak mengeluarkan biaya untuk transportasi karena hasil produksi yang akan dijual dijemput oleh pedagang besar ke tempat salah seorang pengurus KUB, setelah karet terkumpul sesuai target sebanyak 17-18 ton dan langsung akan dijual ke pabrik.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan petani pada saluran II adalah biaya pemotongan timbangan sebesar 10% dari berat karet petani yang dijual kepada pedagang besar, sehingga hasil pemotongan timbangan petani ini menjadi keuntungan bagi pedagang besar. Penerimaan bersih petani didapatkan setelah pengurangan dengan biaya pemotongan timbangan.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar dalam pengangkutan karet dari petani ke pabrik Medan (PT. Bridgestone) adalah biaya transportasi, jumlah rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan pedagang besar dalam sekali pemasaran sebesar 17.000 kg atau Rp. 147,06/kg. Biaya sewa mobil rata-rata Rp. 2.700.000,00 untuk 1 hari, sewa mobil dilakukan selama 3 hari sehingga didapatkan biaya sewa mobil perkilogram sebesar Rp. 476,47/kg. Biaya bongkar muat sebesar Rp. 60.000,00 per 1 ton sehingga didapat Rp. 60,00 /kg, biaya penyusutan sebesar 8% didasarkan pada pengalaman pedagang besar selama melakukan penjualan, yaitu persentase penyusutan didapat dari selisih antara berat awal karet dengan berat karet saat sudah penimbangan dipabrik karet sehingga didapatkan biaya penyusutan sebesar Rp. 688,00/kg. Biaya fee pedagang pengumpul sebesar Rp. 100,00/kg, biaya THR sebesar Rp. 80,00/kg, biaya retribusi desa Rp. 20,00/kg dan biaya DO (*Delivery Order*) sebesar Rp. 100/kg. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang besar Rp. 1.671,53/kg.

Pemanenan karet di Desa Lubuk Sakai pada umumnya jarang yang memberikan tatal kayu atau tanah pada karet yang mereka hasilkan, ini dikarenakan pedagang pengumpul telah memberi tahu dan pengecekan, apabila ada karet yang ketahuan mengandung banyak tatal atau tanah maka akan dihargai dengan harga yang murah. Sebelum karet ditimbang dan diangkat ke mobil biasanya pedagang besar memeriksa karet terlebih dahulu baru dilakukan penimbangan. Faktor penting yang menyebabkan harga karet menjadi berbeda-beda adalah kualitas itu sendiri.

Berdasarkan Tabel 3, menjelaskan bahwa saluran pemasaran II memiliki total margin yang diperoleh sebesar Rp. 2.028,00/kg, yang artinya setiap 1 kilogram karet yang dijual petani ke pedagang besar memiliki selisih harga sebesar Rp. 2.028,00 antara harga yang dibayarkan pedagang dengan harga yang diterima petani. Bagian yang diterima petani (*farmer's share*) sebesar 76,42%, persentase bagian yang diterima petani dikatakan efisien karena $FS > 40\%$ (Downey dan Erickson dalam Putri, 2014). Efisiensi pemasaran sebesar 27,56 %, persentase efisiensi pemasaran ini dikatakan efisien karena nilai efisiensi pemasaran berada pada kriteria 0–33 % (Roesmawaty dalam Putri, 2014) maka saluran pemasaran termasuk efisien.

Tabel 3. Analisis Saluran Pemasaran II di Desa Lubuk Sakai pada Bulan September 2015.

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)		
		Jual/beli	Biaya (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Petani			
	a. Harga Jual	6.572,00		
	b. Biaya pemasaran			
	- Biaya timbangan 10%		653,60	93,56
	- Biaya Angkut		45,00	6,44
	Total Biaya		698,60	100,00
	c. Penerimaan	5.873,40		
2	Pedagang Besar			
	a. Harga beli	6.572,00		
	b. Biaya pemasaran			
	- Transportasi		147,06	8,80
	- Sewa mobil		476,47	28,51
	- Bongkar muat		60,00	3,59
	- Penyusutan 8%		688,00	41,16
	- THR		80,00	4,79
	- Retribusi Desa		20,00	1,20
	- <i>Fee</i>		100,00	5,98
	- DO (Delivery Order)		100,00	5,98
	Total biaya		1.548,00	100,00
	c. Harga jual	8.600,00		
	d. Margin	2.028,00		
	e. Keuntungan	1.010,07		
3	Pabrik			
	a. Harga beli	8.600,00		
4	Total Margin	2.028,00		
5	Total Biaya Pemasaran		2.370,13	
6	Bagian yang diterima petani			76,42
7	Efisiensi Pemasaran			27,56

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Saluran pemasaran karet petani Eks UPP TCSDP di Desa Lubuk Sakai terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran I (petani-KUB-pedagang besar Medan-pabrik Medan) dan saluran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar Medan-pabrik Medan).
- Saluran pemasaran karet di Desa Lubuk Sakai yang lebih efisien adalah saluran pemasaran I yaitu 26,97%. Namun keuntungan petani yang dihasilkan lebih tinggi saluran pemasaran II daripada saluran pemasaran I yaitu Rp. 5.873,40/kg. Total biaya pemasaran sebesar Rp. 2.319,39 dengan total margin sebesar Rp. 2.250,00 /kg dan Bagian yang diterima petani sebesar 73,84%.

Saran

1. Petani dan pedagang tetap aktif untuk mencari perubahan harga karet yang akan terjadi, agar petani tidak terlalu dirugikan oleh pihak pedagang besar. Dalam hal ini diperlukan koordinasi antara pihak pabrik, pedagang besar, serta petani.
2. Perlu penyediaan informasi mengenai harga karet yang berlaku ditingkat petani, pedagang dan eksportir, serta harus disebarluaskan sampai ke tingkat petani, sehingga tawar menawar lebih kuat untuk meningkatkan harga karet ditingkat petani.

DAFTAR PUSTAKA

- BPP Kampar Kiri Tengah. 2014. **Luas Lahan Petani Karet Eks UPP TCSDP**.Badan Penyuluh Pertanian Kampar Kiri Tengah.
- BPS. 2015. **Luas Tanaman Perkebunan Indonesia 2014**. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- _____. 2015.**Produksi Tanaman Perkebunan Indonesia 2014**. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- BPS Riau. 2015. **Riau Dalam Angka 2015**. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. Pekanbaru.
- Firdaus, M. 2010. **Manajemen Agribisnis**. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler P. 1990. **Manajemen Pemasaran**. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Meryani N. 2008.**Analisis cabang usahatani tataniaga kedelai di Kecamatan Ciranjang, kabupaten Cianjur Jawa Barat**. skripsi Fakultas Ekonomi. Institut Pertanian Bogor.<http://www./chlidofgod.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 20 Juni 2015.
- Pradika A. 2013. **Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar di Kabupaten Lampung Tengah**. JIIA, volume 1: 25-35.
- Soekartawi.2001.**Prinsip Dasar Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian**.Rajawali Pers. Jakarta.
- _____.2002. **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian:Teori dan Aplikasinya**. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono A.2001.**Pemasaran Pertanian**.Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Pers).Malang.
- Putri Y.R.2014. **Farmer share Efisiensi Saluran Pemasaran Kacang Hijau (*Vigna radiata, L.*) di Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan**. Agri Wiralodra Jurnal Agribisnis, volume 6 nomor 2.