

STUDI KOMPARASI PEMASARAN KARET SISTEM LELANG DAN KONVENSIONAL DAN KEBERDAYAAN EKONOMI PETANI KARET DI KECAMATAN KUANTAN TENGAH KABUPATEN KUANTAN SINGINGI

Yogi Tama Pangestu, Rosnita & Roza Yulida
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau
E-mail: yogitamapangestu@gmail.com

ABSTRACT

The aims of this research were to study: 1) to identify the rubber marketing of auction system and conventional in Kuantan Tengah sub-district, 2) to identify the profile of rubber farmers of auction and conventional system in Kuantan Tengah sub-district; 3) to analyze the rubber marketing of auction system and conventional in Kuantan Tengah sub- . The sample of farmers in this study amounted to 88 people consisting of 29 samples of auction farmers and 59 samples of conventional farmers. The results of the study illustrated before the existence of auction market price is controlled by large traders (toke). Conventional farmers were dominated by farmers who had land area under 2 hectares. Profile of rubber farmers using auction marketing system that was 100 percent of men productive age of 65.52 percent, the average of elementary education, the number of family dependents 0 to 3 with percentage of 51.72 percent, land ownership of farmers over 2 hectares with a percentage of 58 , 62 percent and 100 percent own ownership status and long experience of farmers 6-10 years farming with a percentage of 44.83 percent, of 59 samples of conventional farmers were men, the age of productive farmers amounted to 43 farmers with a percentage of 72.88 percent, 18 farmers who worked as farm laborers on the land of others, there was no difference between the average profit of the trader (toke), there was a difference between the average marketing costs of farmers, there was a difference between the average marketing margin, there was a difference between the average efficiency marketing.

Keywords: Farmer, auction market, conventional market, rubber

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Kecamatan Kuantan Tengah dengan luas 27.074 hektare (Ha) merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Kuantan Singingi yang masyarakatnya banyak mengusahakan karet sebagai mata pencariannya (BPS Kabupaten Kuantan Singingi, 2017). Karet memiliki peran yang sangat penting sebagai penghasil terbesar masyarakat Kecamatan Kuantan Tengah pada umumnya. Sistem pemasaran karet yang dilakukan oleh petani karet sangat menentukan keuntungan yang mereka peroleh dalam mengusahakan tanaman karetnya. Peran Penyuluh sebagai pendamping masyarakat di Kecamatan Kuantan Tengah dapat dikatakan berhasil memberdayakan petani karet dalam upaya memfasilitasi petani untuk memanfaatkan potensi dan kreativitas sendiri dalam upaya meningkatkan pendapatan dan kesejahteraannya dengan membentuk pasar lelang karet pada tahun 2007 sebagai usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar.

Tujuan dari pasar lelang adalah meningkatkan efisiensi pemasaran, meningkatkan transparansi pembentukan harga dan mendorong terjadinya peningkatan mutu. Diharapkan dengan tujuan tersebut maka akan mencapai sasaran peningkatan pendapatan petani, mendorong peningkatan mutu dan adanya

kepastian mutu (Disperindag, 2003). Petani karet di Kecamatan Kuantan Tengah yang menjual hasil karetinya secara lelang harus masuk dalam anggota poktan atau gapoktan sebab penyelenggara pasar lelang dibentuk oleh poktan ataupun gapoktan pada masing-masing desa di Kecamatan Kuantan Tengah. Meskipun telah dibentuk pasar lelang melalui masing-masing kelompok atau gapoktan, dari survey penelitian masih banyak petani karet di Kecamatan Kuantan Tengah beberapa diantaranya adalah di Desa Pulau Banjar Kari dan Desa Titian Modang yang masih menjual hasil tanaman karetinya secara konvensional yaitu dengan dijual ke pengepul/toke dengan harga jauh lebih rendah dibandingkan dengan menjual secara lelang.

Penyebabnya hal tersebut adalah petani yang tidak dapat memenuhi standar bokar tidak bisa mengikuti lelang, syarat bokar yang bisa mengikuti lelang harus bersih, tidak direndam air serta memenuhi standar kadar karet kering yang berlaku, kemudian mengenai waktu penjualan secara lelang dilakukan dalam jangka waktu seminggu sekali dirasa tidak sesuai bagi petani yang memanen karetinya kurang dari satu minggu karena kebutuhan ekonomi keluarga petani yang mendesak atau belum stabil, dengan terbentuknya dua sistem pemasaran karet secara lelang dan konvensional menyebabkan terjadinya perbedaan pendapatan yang diperoleh petani karet yang melakukan pemasaran karet dengan sistem lelang dan konvensional atau jual langsung ke pedagang pengepul/toke.

KAJIAN PUSTAKA

Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain (Kotler dalam Firdaus 2010).

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Soekartawi,2001).

Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu : Pertama, margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani; Kedua, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran jasa-jasa pemasaran. Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga ini, margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima petani produsen.

Pasar Lelang

Pasar lelang adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dengan sistem lelang. Lelang dilakukan secara terbuka yaitu cara penawaran dalam transaksi lelang yang dilakukan secara langsung, lisan, dan terbuka, sehingga mekanisme pembentukan harga dilaksanakan secara transparan (Disperindag Provinsi Riau, 2005).

Ada beberapa prosedur dalam perdagangan di pasar lelang, yaitu:

1. *Dutch Auction* adalah salah satu alternatif dari contoh pasar lelang yang paling berkembang. Harga lelang dimulai dari harga ekspektasi yang paling tinggi kemudian diturunkan sampai pembeli mau menerima.
2. *English Auction* adalah dimana penawaran dilakukan mulai dari harga ekspektasi terendah dan kemudian terus bertambah sampai salah satu pembeli menerima harga tertinggi.
3. *Japanese Auction* adalah cara pelelangan diperlukan melalui penawaran dari seluruh pembeli. Setiap pembeli memasukkan harga lamaran pada sejumlah ikan pada waktu yang sama, harga penawaran tertinggi sebagai pembeli.

Traditional Auction adalah fasilitas yang dimiliki publik atau swasta dimana para penjual membawa produknya ke tempat penjualan. Komoditi yang akan diperdagangkan, ditempatkan di lokasi tertentu, penjualan melalui pasar lelang dapat memakan waktu lama dan biaya yang banyak daripada penjualan atau pembelian secara langsung (Anindita, 2004).

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Pulau Banjar Kari dan Desa Titian Modang Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Pemilihan lokasi ini dengan pertimbangan bahwa dilokasi ini merupakan salah satu kecamatan yang menggunakan sistem pemasaran karet lelang, memilih Desa Pulau Banjar Kari dan Desa Titian Modang karena kedua desa ini menjadi contoh bagi desa dikecamatan lain karena telah berhasil dan mampu mempertahankan pemasaran lelang sampai dengan sekarang.

Metode Pengambilan Sampel dan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan sampel yang diambil terdiri dari petani karet, dan pedagang besar (toke). Populasi petani karet yang menjual hasil perkebunan karetnya dengan menggunakan sistem pemasaran lelang dan sistem pemasaran konvensional berjumlah 704 petani, populasi dikelompokkan menjadi dua kelas (*cluster*) atau kelompok, yaitu kelas petani yang memasarkan hasil perkebunan karetnya menggunakan sistem pemasaran lelang dan kelas petani yang memasarkan hasil perkebunan karetnya menggunakan sistem pemasaran konvensional.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini, untuk petani karet dilakukan dengan menggunakan metode *cluster* petani dikelompokkan menurut sistem pemasaran karet, yaitu petani yang memasarkan hasil perkebunan karet menggunakan sistem pemasaran lelang dan petani yang memasarkan hasil perkebunan karet menggunakan sistem pemasaran konvensional, kemudian setelah dilakukan pengelompokan, sampel akan diambil secara *random sampling*. Pengambilan sampel untuk pedagang pengumpul karet dilakukan dengan *Sensus*,

yaitu dimulai dari petani untuk menanyakan pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul akan didapatkan informasi mengenai pedagang besar.

Margin pemasaran

Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus (Hanifah dkk, 1986) yaitu: $M = H_k - H_p$
dimana:

- M = Margin pemasaran (Rp/Kg)
H_k = Harga yang dibayarkan konsumen akhir (Rp/Kg).
H_p = Harga yang diterima petani produsen (Rp/Kg).

Efisiensi Pemasaran

Menurut Soekartawi dalam Iskandar (2008) untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

dimana:

- EP = Efisiensi pemasaran (%)
TB = Total Biaya (Rp/Kg)
TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Artinya, semakin rendah atau kecil persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin efisien. Sebaliknya, semakin tinggi atau besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien (Soekartawi, 2002).

Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi dalam Iskandar (2008), merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran atau dirumuskan: $= M - B$
keterangan:

- = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)
M = Margin pemasaran (Rp/kg)
B = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

Uji Statisti Z

Menghitung perbedaan rata – rata margin, biaya, dan efisiensi pemasaran digunakan rumus uji *statistik (test statistik) z* sebagai dasar pengambilan keputusan dalam prosedur pengujian hipotesis yang menggunakan sampel besar (Dajan Anto, 1986).

$$Z = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\sigma_x / \sqrt{n}}$$

Keterangan: Z = Statistik Z

- \bar{X} = Rata-rata margin, biaya dan efisiensi pemasaran petani
X = Standar deviasi
N = Sampel petani (lelang dan konvensional)
 μ = Rata-rata sampel petani

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pasar Lelang Kecamatan Kuantan Tengah

Pasar lelang di Kecamatan Kuantan Tengah mulai didirikan pada tahun 2007 berkat ide dari Lukman Efendi selaku ketua gapoktan Maju Basamo dengan membentuk KUB (Kelompok Usaha Bersama) pada tahun 2009. Sejak dibentuknya pasar lelang karet tersebut, harga karet khususnya di Kecamatan Kuantan Tengah

mengalami kenaikan yang signifikan. Penyuluh pertanian lapangan pada saat itu juga membantu dalam pembentukan pasar lelang di Kecamatan Kuantan Tengah. Pasar lelang terus berkembang dengan baik, namun pada tahun 2013 harga karet dunia mulai anjlok dan berdampak buruk bagi harga karet lokal di Kecamatan Kuantan Tengah yang juga ikut menurun.

Harga karet yang anjlok menyebabkan sejak tahun 2014 banyak petani karet di Kecamatan Kuantan Tengah yang beralih profesi menjadi penambang emas. Sejak terjadinya penurunan harga karet tersebut hingga sekarang harga karet perlahan mulai kembali stabil.

Mekanisme pasar lelang di Kecamatan Kuantan Tengah sejak tahun 2009 menggunakan sistem terbuka, yaitu pedagang besar yang mengikuti lelang menawarkan harga karet melalui handphone, kemudian harga tertinggillah yang akan menang dan diperbolehkan membeli karet petani lelang, namun dalam penentuan harga yang ditawarkan pedagang besar, penyelenggara lelang telah mengetahui terlebih dahulu harga karet saat ini dengan melihatnya dari internet, yaitu dengan membuka karet pedia maka akan diketahui harga karet saat ini dan dijadikan patokan dalam penentuan harga keret tertinggi bagi penyelenggara lelang, untuk lebih jelasnya mengenai mekanisme pasar lelang dapat dilihat pada Gambar 1.

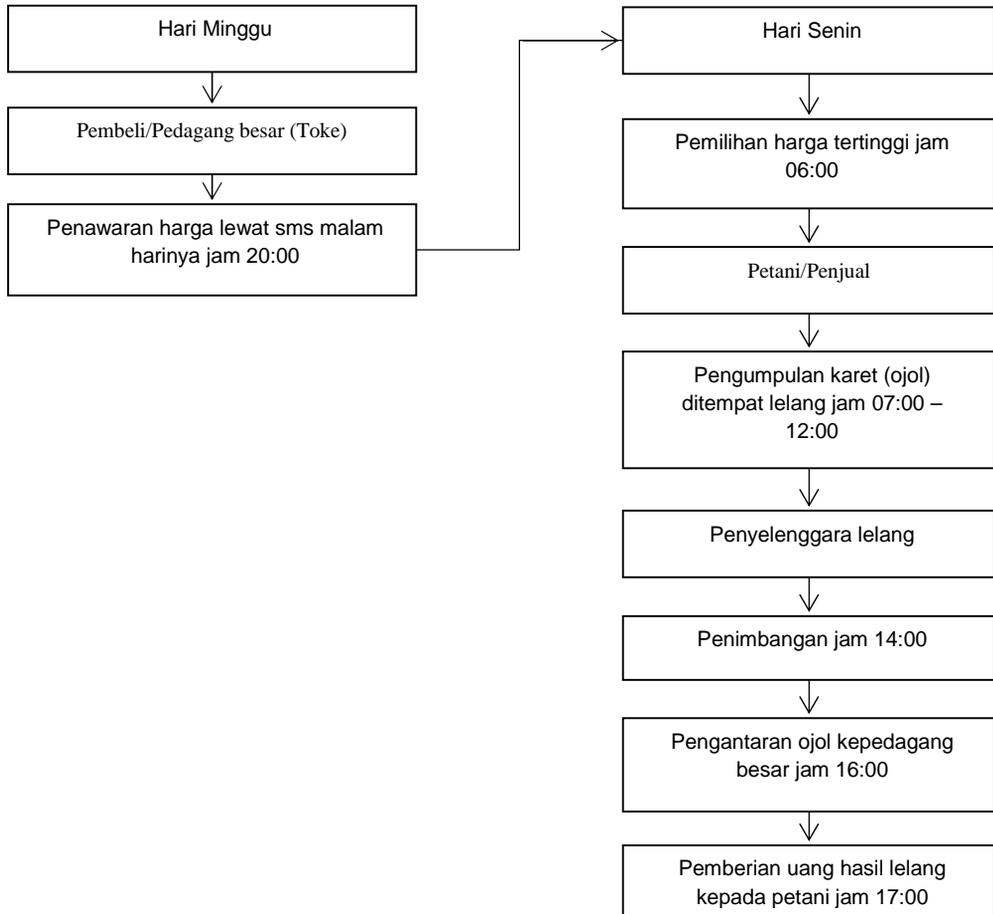
Mekanisme pasar lelang terbuka di Kecamatan Kuantan Tengah telah dilaksanakan sejak dibentuknya pasar lelang karet di Kecamatan Kuantan Tengah hingga sekarang bulan Desember 2017. Biaya transportasi pengantaran ojol dari pasar lelang kepedagang besar (toke) ditanggung oleh penyelenggara lelang dimana setiap peserta lelang dikenakan biaya potongan sebesar 3 persen. Potongan tersebut dibagi dan digunakan untuk transportasi sebesar 1 persen, kemudian 1 persen digunakan untuk penyusutan pedagang besar 1 persen, dan 1 persen sisanya digunakan untuk membayar pengurus penyelenggara lelang dan kas kelompok, potongan tersebut telah disepakati oleh seluruh anggota dan peserta lelang melalui musyawarah bersama. Kas kelompok menjadi simpanan kelompok yang digunakan kembali untuk anggota kelompok sebagai dana pinjaman bagi anggota kelompok yang ingin melakukan pinjaman. Mekanisme simpan pinjam yang dilakukan didalam kelompok tani lelang karet sama seperti prinsip koperasi salah satunya keanggotaan bersifat terbuka dan sukarela.

Biaya, Margin, Efisiensi dan Keuntungan Pemasaran Lelang

Pemasaran karet secara lelang memang membuat petani memperoleh harga yang relatif tinggi dan margin pemasaran yang kecil namun hal ini tidak bisa menjadi indikator bahwa pemasaran lelang lebih menguntungkan jika biaya yang dikeluarkan petani cukup besar dalam memasarkan karetnya secara lelang. Apabila hal ini terjadi maka dengan kata lain harga tinggi yang diterima petani tidak dapat sepenuhnya dinikmati oleh petani. Lebih jelasnya mengenai biaya, margin, efisiensi dan keuntungan pemasaran lelang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 dapat dilihat bahwa harga ojol di pasar lelang saat itu adalah sebesar Rp. 8.500/Kg, namun harga tersebut tidak menjadi harga yang sebenarnya diterima petani. Hal ini disebabkan petani yang mengikuti pasar lelang harus mengeluarkan biaya potongan sebesar 3 persen atau sebesar Rp. 255,00 kepada penyelenggara lelang dalam hal ini kelompok tani ataupun gapoktan. Biaya tersebut adalah biaya transportasi penyelenggara lelang mengantarkan karet ke gudang pedagang besar 1 persen, potongan penyusutan pedagang besar (toke) 1 persen dan 1 persen

sisanya digunakan untuk membayar pengurus pasar lelang dan simpan pinjam anggota kelompok tani maupun gapoktan.



Gambar 1
Mekanisme Pemasaran Karet Lelang di Kecamatan Kuantan Tengah

Potongan kelompok yang dibebankan kepada petani bersifat tetap yaitu Rp. 255/Kg/Minggunya. Biaya transportasi yang dikeluarkan petani untuk menjangkau pasar lelang karet rata-rata Rp. 98,10/Kg/Minggu, biaya ini terdiri dari uang untuk membeli bahan bakar kendaraan untuk membawa ojol petani ke pasar lelang.

Biaya yang dikeluarkan petani untuk membawa hasil perkebunan karetnya tidak hanya biaya transportasi saja, petani juga mengeluarkan biaya pengangkutan ojolnya dan seluruh petani menggunakan tenaga kerja dalam proses pengangkutan ojol ke pasar lelang. Biaya yang dikeluarkan petani untuk pengangkutan rata-rata Rp. 233,45/Kg, biaya ini dipengaruhi oleh jauh atau dekatnya antara lahan dengan pasar lelang karet. Biaya yang dikeluarkan petani untuk pengangkutan cukup murah karena rata-rata jarak lahan petani yang mengikuti lelang tidak terlalu jauh dan medan jalan yang mudah untuk dilalui.

**Tabel 1
Rata-Rata Biaya, Margin, Efisiensi dan Keuntungan Pemasaran Lelang**

No	Uraian	Rata-Rata Rp/Kg/Minggu	%
1	Petani:		
	Harga Yang Diterima Petani	7.913,45	80,75
	Biaya Pemasaran Petani	331,55	3,38
	Biaya Pemasaran:		
	b. Transportasi	98,10	1,00
	c. Upah Angkut	233,45	2,38
	Harga Jual	8.245,00	84,13
2	Gapoktan:		
	Harga Beli	8.245,00	84,13
	Margin	255,00	2,60
	Biaya Pemasaran Gapoktan	255,00	2,60
	Biaya Pemasaran:		
	a. Transportasi	85,00	0,87
	b. Penyusutan Pedagang Besar	85,00	0,87
c. Simpan Pinjam Kelompok	85,00	0,87	
	Harga Jual	8.500,00	86,73
3	Pedagang Besar:		
	Harga Beli	8.500,00	86,73
	Margin	1.300,00	13,27
	Biaya Pemasaran Pedagang Besar	850,00	8,67
	Biaya Pemasaran:		
	a. Bongkar Muat	400,00	4,08
	b. Penimbangan	200,00	2,04
	c. Mobil	250,00	2,55
	Harga Jual	9.800,00	100,00
	Keuntungan Pedagang Besar	450,00	4,59
4	Harga Beli Pabrik	9.800,00	100,00
5	Total Margin	1.886,55	19,25
6	Total Biaya Pemasaran	1.436,55	14,66
7	Efisiensi Pemasaran	0,06	

Biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan ojol tersebut tidak hanya ditanggung oleh petani, pedagang besar juga mengeluarkan biaya dalam memasarkan ojol yang telah dibeli dari petani untuk dijual kembali ke pabrik. Biaya yang dikeluarkan pedagang besar terdiri dari biaya bongkar muat, rata-rata pedagang besar mengeluarkan biaya sebesar Rp. 400/Kg untuk setiap minggu, kemudian biaya penimbangan ojol ke pabrik rata-rata sebesar Rp. 200/Kg untuk setiap minggunya dan terakhir pedagang besar mengeluarkan biaya mobil untuk mengangkut ojol dari gudang sampai ke pabrik, yang rata-rata pedagang besar mengeluarkan biaya sebesar Rp. 250/Kg untuk setiap minggunya. Jadi pedagang besar total mengeluarkan biaya rata-rata sebesar Rp. 850/Kg untuk setiap minggunya dan pedagang besar memperoleh keuntungan sebesar Rp. 450/Kg dari jumlah ojol yang dibeli di pasar lelang.

Margin pemasaran adalah selisih antara harga jual awal dengan harga beli akhir, pada pemasaran karet sistem lelang ini memiliki rantai pemasaran yang panjang seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Maka rata-rata margin pemasaran setiap petani pada pemasaran sistem lelang adalah sebesar Rp. 1.886,55/Kg untuk setiap minggunya.

Efisiensi pemasaran karet dengan sistem lelang berada pada angka 0,06, dari nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran karet sistem lelang sangat efisien. Hal ini didasari oleh semakin rendah atau kecilnya persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin efisien, sebaliknya semakin tinggi atau besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien (Soekartawi, 2002). Jadi selain menguntungkan pemasaran karet lelang juga dinilai efisien.

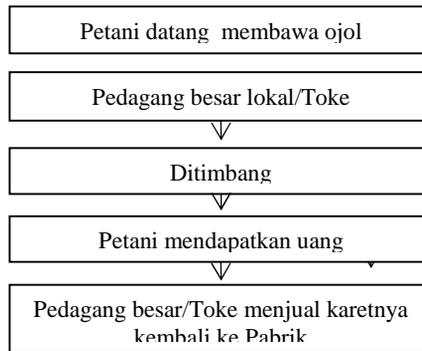
Mekanisme pasar konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah

Mekanisme pemasaran karet secara konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah yaitu, petani langsung menjual kepada pedagang besar saja, hal ini dikarenakan sudah tidak ada lagi pedagang kecil yang menerima karet dari petani. Penyebabnya adalah sejak didirikannya pasar lelang, informasi mengenai harga sudah sangat mudah didapatkan oleh petani, sehingga pedagang kecil tidak lagi bisa menekan harga kepada petani, hal inilah yang membuat pedagang kecil di Kecamatan Kuantan Tengah sudah hampir tidak ada hingga saat ini, hanya beberapa pedagang besar lokal saja yang masih beroperasi di Kecamatan Kuantan Tengah.

Menjual karet secara konvensional saat ini masih banyak dilakukan oleh petani karet di Kecamatan Kuantan Tengah, sebab pedagang besar lokal di Kecamatan Kuantan Tengah memiliki strategi yang membuat petani menjadi tidak tertarik untuk bergabung dengan pasar lelang. Strategi yang dilakukan oleh pedagang besar lokal adalah sebagai berikut:

- a. Pedagang besar lokal memberikan pinjaman kepada petani yang mau menjual ojol mereka kepadanya dengan jumlah yang tidak dibatasi, dan petani dapat membayarnya dengan cara potong atas setiap kali petani panen atau menjual ojol mereka. Sedangkan petani yang tergabung dikelompok tidak bisa meminjam uang dalam jumlah besar dan jika ingin meminjam lagi, pinjaman sebelumnya harus sudah dilunasi terlebih dahulu.
- b. Petani dapat menjual ojol mereka kapan saja mereka mau dan pedagang besar lokal selalu mengatakan bahwa menjual karet dipasar lelang juga harga yang diperoleh petani beda tipis sebab potongan yang dibebankan kepada petani juga besar.

Selain itu petani yang menjual karet secara konvensional adalah petani yang hanya bekerja sebagai buruh dengan sistem bagi hasil, sehingga mereka tidak dapat seandainya berubah sistem akibat pemilik lahan yang sudah memiliki keterikatan dengan pedagang besar lokal. Faktor lain yang menyebabkan petani menjual ojolnya secara konvensional yaitu petani dapat menerima uang secara langsung atau cash. Lebih jelasnya mengenai mekanisme sistem pemasaran konvensional yang ada di Kecamatan Kuantan Tengah dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2
Mekanisme Pemasaran Karet Sistem Konvensional
di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi

Mekanisme pemasaran karet pada Gambar 2 di Kecamatan Kuantan Tengah dapat dilihat bahwa saluran pemasaran yang dilalui petani cukup singkat yaitu:



Gambar 3
Saluran Pemasaran Karet Sistem Konvensional

Saluran pemasaran konvensional yang dilalui petani cukup pendek namun petani tetap mendapatkan harga yang rendah dari pedagang besar lokal. Jika dipasar lelang harga yang diperoleh petani Rp. 8.500/Kg, dengan pemasaran secara konvensional yaitu jual langsung kepedagang besar petani hanya mendapatkan harga sebesar Rp. 7.700/Kg. Harga yang rendah tersebut sebenarnya sangat disadari petani, namun petani tidak bisa beralih ke sistem lelang karena petani sudah terikat kepada pedagang besar lokal.

Petani yang menjual karet secara konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah rata-rata adalah petani yang memiliki luas lahan kurang dari 1 hektar dan juga petani hanya sebagai buruh yang bekerja dilahan milik orang lain dengan sistem bagi hasil. Perbedaan harga jual dipasar lelang dengan jual langsung ke pedagang besar lokal membuat petani mendapatkan keuntungan yang kecil dari hasil ojol yang mereka jual dan sebaliknya pedagang besar justru mendapatkan keuntungan yang cukup besar dari ojol yang mereka beli dari petani.

Biaya, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Konvensional

Pemasaran karet yang dilakukan petani secara konvensional tentu saja juga mengeluarkan biaya pemasaran sampai kepada pedagang besar. Selain itu pedagang besar juga tidak semata-mata menerima ojol yang langsung dijual petani begitu saja, pedagang besar memberikan potongan sebesar Rp. 500/Kg untuk setiap ojol yang ditimbang. Pedagang besar beralasan potongan ini untuk menekan kerugian akibat dari kadar air karet yang masih tinggi saat ditimbang digudang hingga sampai ke pabrik tentu akan berkurang dan merugikan pedagang besar, hal ini tentu berpengaruh terhadap keuntungan yang didapat petani.

Harga yang diterima petani adalah sebesar Rp. 7.700/Kg, namun harga tersebut bukanlah harga sebenarnya yang diterima petani dikarenakan petani harus mengeluarkan biaya transportasi, upah angkut dan potongan dari pedagang besar.

Akibatnya harga yang sebenarnya diterima petani adalah sebesar Rp. 6.292,38 untuk setiap kilogram ojolnya, biaya-biaya yang dikeluarkan petani untuk memasarkan ojolnya meliputi: biaya transportasi, upah angkut dan potongan biaya penyusutan dari pedagang besar yang dibebankan kepada petani.

Biaya penyusutan yang dibebankan kepada petani oleh pedagang besar sebagai upaya untuk mengurangi kerugian pedagang besar yang disebabkan tingginya kadar air yang terkandung didalam ojol yang dijual petani. Hal ini disebabkan petani yang ingin menjual cepat ojolnya sehingga tidak memperhatikan kadar air yang tinggi yang terkandung dalam ojol yang dijual petani. petani yang menjual ojolnya dengan sistem pemasaran konvensional umumnya mereka yang memiliki ekonomi menengah kebawah sehingga bila ada keperluan mendesak mereka langsung menjual ojol hasil perkebunan karetanya dengan cepat tanpa memperhatikan kandungan air yang tinggi, untuk lebih jelasnya mengenai biaya, margin, efisiensi dan keuntungan pemasaran konvensional dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2
Rata-Rata Biaya, Margin, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Konvensional

No	Uraian	Rata-Rata Rp/Kg/Minggu	%
1	Petani		
	Harga Yang Diterima Petani	6.292,38	64,21
	Biaya Pemasaran Petani	1.407,62	14,36
	Biaya Pemasaran:		
	a. Biaya Penyusutan	500,00	5,10
	b. Transportasi	250,42	2,56
	c. Upah Angkut	657,20	6,71
	Harga Jual	7.700,00	78,57
2	Pedagang Besar		
	Harga Beli	7.700,00	78,57
	Biaya Pemasaran Pedagang Besar	1.400,00	14,29
	Margin	2.100,00	21,43
	Biaya Pemasaran:		
	a. Bongkar Muat	500,00	5,10
	b. Penimbangan	300,00	3,06
	c. Mobil	600,00	6,12
	Keuntungan Pedagang Besar	700,00	7,14
	Harga Jual	9.800,00	100,00
3	Harga Beli Pabrik	9.800,00	100,00
4	Total Margin	3.507,62	35,79
5	Total Biaya Pemasaran	2.807,62	28,65
6	Efisiensi Pemasaran	0,14	

Ojol yang dijual petani konvensional umumnya memiliki kadar air yang tinggi, mengatasi kerugian yang diakibatkan dari ojol yang memiliki kadar air yang tinggi maka pedagang besar memberikan potongan biaya penyusutan sebesar Rp. 500/Orang. Potongan tersebut bersifat tetap walaupun kualitas ojol yang petani jual berkualitas baik. Tingginya potongan biaya penyusutan yang dikenakan pedagang besar kepada petani bukan berarti petani tidak mendapatkan keuntungan dari pemasaran secara konvensional. Harga jual ojol dengan sistem konvensional Rp. 7.700/Kg dan margin pemasaran sebesar Rp. 3.507,62/Kg setiap minggunya. Nilai efisiensi pemasaran diperoleh sebesar 0,14 yang berarti bahwa pemasaran secara konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah tidak efisien. Penyebabnya ialah besarnya biaya yang dikeluarkan petani setiap minggunya untuk memasarkan hasil perkebunannya sampai kepedagang besar yaitu sebesar Rp. 1.407,62/Minggunya.

Selain biaya yang besar dikeluarkan petani pada sistem pemasaran konvensional, margin pemasaran konvensional juga besar, yaitu Rp. 3.507,62, besarnya margin tersebut dikarenakan permainan harga yang dilakukan oleh pedagang besar (toke). Akibatnya petani mendapatkan harga rendah dan kebanyakan petani yang menjual ojol hasil perkebunan karet mereka adalah mereka yang sudah terikat hutang kepada pedagang besar (toke) sehingga sudah terjadi ikatan *patron-client*.

Statistik Uji Z

Uji *statistik z* digunakan untuk membandingkan apakah terdapat perbedaan antara rata-rata biaya, margin dan efisiensi pemasaran antara petani yang menggunakan pemasaran lelang dan petani yang menggunakan pemasaran konvensional, penggunaan metode uji *statistik z* pada petani disebabkan oleh besarnya sampel yang dipakai dalam penelitian yaitu berjumlah 88 petani, dari 88 petani itu terdiri dari 29 petani lelang dan 59 petani konvensional. Uji *statistik z* digunakan tingkat eror sebesar 5 persen yang berarti tingkat kemurnian data atau hasil dari perhitungan nantinya adalah 95 persen.

Perbandingan Biaya Pemasaran Petani Menggunakan uji *Statistik z*

Perbandingan biaya pemasaran antara petani lelang dengan petani konvensional apabila dilihat secara nyata maka akan tampak sangat jelas perbedaannya, tetapi tujuan dari menggunakan uji *statistik z* disini adalah untuk melihat apakah rata-rata biaya pemasaran antara petani lelang dengan petani konvensional juga berbeda ketika dilihat dari *statistik*, untuk itu maka hipotesis dalam uji *statistik z* tersebut adalah:

H₀ = Tidak terdapat perbedaan antara rata-rata biaya pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

H_a = Terdapat perbedaan antara rata-rata biaya pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji *statistik z* penelitian ini adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) > 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) < 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan uji *statistik z* maka hasilnya adalah sebagai berikut:

One-Sample Test						
	Test Value = 331					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Biayapetani	13.304	87	.000	721.40909	613.6322	829.1860

Gambar 4
Hasil analisis uji statistik z perbandingan biaya pemasaran

Gambar 4 dapat dilihat bahwa hasil dari nilai signifikansi (2-tailed) adalah 0,00, artinya adalah H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara rata-rata biaya pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

Perbandingan Margin Pemasaran Petani Menggunakan uji Statistik z

Hipotesis yang digunakan untuk membandingkan apakah terdapat perbedaan antara margin pemasaran sistem lelang dengan margin pemasaran sistem konvensional dalam analisis uji statistik z adalah sebagai berikut:

- H0 = Tidak terdapat perbedaan antara rata-rata margin pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.
- Ha = Terdapat perbedaan antara rata-rata margin pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistik z penelitian ini adalah:

- 1) jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.
- 2) Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan uji statistik z maka hasilnya adalah sebagai berikut:

One-Sample Test

	Test Value = 1886					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Marginpetani	13.304	87	.000	1086.80682	924.4403	1249.1734

Gambar 5
Hasil analisis uji statistik z perbandingan margin pemasaran

Gambar 5 hasil analisis uji statistik z diperoleh nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) adalah sebesar 0,00 maka dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Hipotesis yang dapat diambil dari uji statistik z perbedaan antara margin petani lelang dan petani konvensional adalah terdapat perbedaan signifikan antara margin pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi

Perbandingan Efisiensi Pemasaran Petani Menggunakan uji Statistik z

Membuktikan perbedaan nilai rata-rata efisiensi pemasaran petani dari sistem lelang dan sistem konvensional mana yang lebih efisien maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan analisis uji statistik z, maka hipotesis yang digunakan dalam uji statistik z perbedaan antara efisiensi pemasaran petani lelang dan petani konvensional adalah sebagai berikut:

- H0 = Tidak terdapat perbedaan antara rata-rata efisiensi pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.
- Ha = Terdapat perbedaan antara rata-rata efisiensi pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji statistik z penelitian ini adalah:

- 1) Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.

Jika nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan uji statistik z maka hasilnya adalah sebagai berikut:

One-Sample Test

	Test Value = 6					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Efisiensipemasaran	13.304	87	.000	5.36364	4.5623	6.1650

Gambar 6

Hasil analisis uji statistik z perbandingan rata – rata efisiensi pemasaran

Gambar 6 perhitungan dengan menggunakan analisis uji *statistik* z maka diperoleh hasil analisis menggunakan uji *statistik* z perbandingan rata-rata efisiensi pemasaran petani lelang dan petani konvensional maka hasil yang diperoleh yaitu nilai signifikansi atau sig.(2-tailed) sebesar 0,00 yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima.

Hipotesis yang dapat diambil dari uji *statistik* z perbandingan rata-rata efisiensi pemasaran petani lelang dan petani konvensional diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara rata-rata efisiensi pemasaran petani lelang dan petani konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi. Perbedaan tersebut terjadi bukan karena perbedaan rantai pemasaran antara kedua sistem pemasaran tersebut namun besarnya rata-rata total biaya yang dikeluarkan petani konvensional untuk memasarkan hasil perkebunan karet nya sampai kepada pedagang besar (toke) lebih besar dari rata-rata total biaya yang dikeluarkan petani lelang dalam memasarkan ojol hasil perkebunan karet nya

SIMPULAN

1. Pemasaran karet sistem lelang di Kecamatan Kuantan Tengah merupakan pemasaran karet yang dilakukan petani melalui gabungan kelompok tani (Gapoktan) sebagai lembaga perantara dengan membentuk penyelenggara lelang karet, sehingga harga jual karet oleh petani menjadi lebih tinggi. Pemasaran karet dengan sistem konvensional di Kecamatan Kuantan Tengah merupakan pemasaran karet yang dilakukan petani dengan menjual langsung kepada pedagang besar (toke) dengan harga yang ditetapkan oleh pedagang besar, sehingga harga jual karet yang diterima petani menjadi lebih rendah.
2. Petani karet lelang di Kecamatan Kuantan Tengah merupakan petani yang tergabung dalam kelompok tani atau gapoktan, petani lelang umumnya memiliki lahan diatas 2 hektar sedangkan petani karet konvensional merupakan petani yang tidak tergabung dalam kelompok tani atau gapoktan dan umumnya merupakan mereka yang hanya bekerja sebagai buruh tani di lahan milik orang lain dengan sistem bagi hasil.
3. Perbedaan antara sistem pemasaran lelang dan sistem konvensional dilihat dari efisiensi pemasaran sistem lelang sebesar 0,06 dan efisiensi pemasaran sistem konvensional sebesar 0,14 yang berarti efisiensi pemasaran sistem lelang lebih efisien dari pada pemasaran karet sistem konvensional. Biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran sistem lelang lebih rendah dari pada biaya yang dikeluarkan pada sistem pemasaran, biaya pemasaran sistem lelang rata – rata sebesar Rp. 331,55 dan biaya pemasaran sistem konvensional sebesar Rp. 1.407,62. Proses pemasaran karet sistem lelang melalui perantara penyelenggara lelang, sehingga harga ojol menjadi lebih tinggi, sedangkan proses pemasaran sistem

konvensional, petani langsung menjual dengan pedagang besar dengan harga yang ditentukan oleh pedagang besar. Keuntungan rata – rata yang diperoleh pedagang besar dari sistem pemasaran lelang adalah sebesar Rp. 450/Kg, lebih kecil dari keuntungan sistem pemasaran konvensional sebesar Rp. 700/Kg.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Kuantan Singingi. 2017. *Luas Areal Perkebunan di Kuantan Singingi*. Badan Pusat Statistik. Kuantan Singingi.
- BPS Provinsi Riau. 2017. *Luas Areal Perkebunan di Provinsi Riau*. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. Pekanbaru.
- Dajan Anto. 1986. *Pengantar Metode Statistik jilid II*. LP3ES. Jakarta
- Disperindag. 2003. *Pengembangan Pasar Lelang Lokal di Lingkungan Pemerintahan Daerah Provinsi Sumatra Barat*. Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. Padang.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Riau. 2005. *Prosedur Perdagangan Pasar Lelang*.
- Firdaus M. 2010. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hanafiah, A.M. dan Saefuddin, A.M. 1996. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Penerbit UI Press. Jakarta.
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta : Gaung Persada Press.
- Soekartawi.2001. *Prinsip Dasar Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasinya*. PT Raka Grafindo Persada. Jakarta.