

PEMASARAN LUMP KARET RAKYAT DI UNIT PENGOLAHAN DAN PEMASARAN BOKAR (UPPB) TUNTUNG PANDANG DESA MALUKA BAULIN KECAMATAN KURAU KABUPATEN TANAH LAUT

BOKAR PROCESSING AND MARKETING UNIT (BPMU) TUNTUNG PANDANG, MALUKA BAULIN VILLAGE, KURAU DISTRICT, TANAH LAUT DISTRICT MARKETING OF PEOPLE'S RUBBER LUMPS

Muhammad Tamjid¹, Ilhamiyah^{2*}, Suslinawati³

^{1,2,3}Fakultas Pertanian Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

*Corresponding author email : ilhamiyahilhamiyah189@gmail.com

Abstract. *The distribution of lump rubber from farmers to final users (factories) is significantly influenced by marketing activities. Due to volatile rubber prices, the lump rubber purchase price at BPMU Tuntung Pandang in August 2022 will continue to change. The purpose of this study is to identify lump rubber (*Hevea brasiliensis*) marketing channels, expenses, margins, institutional profits, farmer's share, and marketing effectiveness for residents of BPMU Tuntung Pandang, Maluka Baulin Village, Kurau District, Tanah Laut Regency. This research was carried out from July to August 2022. A survey method was applied in this investigation. Purposive sampling was used to determine samples for rubber producers, while snowball sampling was used to determine samples for marketing channels. The method used in this research was a survey method. Determination of samples for rubber farmers was carried out using the purposive sampling method, while marketing channels were carried out using the snowball sampling method. The study's findings indicate that there is only one marketing channel through which lump rubber is sold: Farmers, BPMU, Wholesalers, and Final Consumers (factories). The average price of lump rubber among farmers is IDR 10,425/kg. The study's findings indicate that there is only one marketing channel through which lump rubber is sold: Farmers, BPMU, Wholesalers, and Final Consumers (factories). The average price of lump rubber among farmers is IDR 10,425/kg and the selling price at the wholesaler level is an average of IDR 19,025/kg, the average marketing cost is IDR 1,260/kg, the average marketing margin is IDR 8,600/kg, the average institutional profit is IDR 7,340/kg, the average farmer's share is 54.79% and the marketing channel efficiency is 6.6%.*

Keywords: *Efficiency; Farmer's share; Marketing channels; Rubber lump marketing*

Abstrak. Kegiatan pemasaran berperan penting dalam penyaluran lump karet mulai dari petani sampai pada konsumen akhir (pabrik). Harga beli lump karet di UPPB Tuntung Pandang pada bulan Agustus 2022 masih turun naik dikarenakan harga karet yang belum stabil. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan lembaga, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran lump karet (*Hevea brasiliensis*) Rakyat di UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Juli sampai Agustus 2022. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penentuan sampel untuk petani karet dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* sedangkan saluran pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan ada satu saluran pemasaran yang dilalui oleh lump karet yaitu Petani – UPPB - Pedagang Besar – Konsumen Akhir (pabrik). Harga lump karet ditingkat petani rata-rata Rp.10.425/kg dan harga jual di tingkat pedagang besar rata-rata sebesar Rp.19.025/kg, biaya pemasaran rata-rata sebesar Rp.1.260/kg, margin pemasaran rata-rata sebesar Rp.8.600/kg, keuntungan lembaga rata-rata sebesar Rp.7.340/kg, *farmer's share* rata-rata sebesar 54,79% dan efisiensi saluran pemasaran sebesar 6,6%.

Kata kunci: Efisiensi; Farmer's share; Pemasaran lump karet; Saluran pemasaran

PENDAHULUAN

Usaha komoditas tanaman perkebunan di Provinsi Kalimantan Selatan menjadi salah satu sektor unggulan, jenis komoditas tanaman perkebunan tahunan yang banyak dikembangkan adalah tanaman karet dan kelapa sawit. Kedua komoditas ini dikembangkan oleh perusahaan besar negara, perusahaan besar swasta maupun perkebunan rakyat. Menurut Dinas Perkebunan dan Peternakan Provinsi Kalimantan Selatan, luas lahan perkebunan karet di Kalimantan Selatan pada tahun 2020 terakhir yaitu sebesar 272,471 ha dan luas perkebunan kelapa sawit 426,968 ha.

Pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Daryanto, 2011). Pemasaran lump karet rakyat disalurkan mulai dari petani kepada lembaga pemasaran, sehingga terbentuklah suatu hubungan dimana pedagang bertindak sebagai pembeli dan petani sebagai penjual lump karet.

Lump adalah gumpalan karet di dalam mangkok sadap atau penampung lainnya yang diproses dengan cara penggumpalan dengan asam semut, bahan penggumpal lain atau mengalami penggumpalan secara alami. UPPB Tuntung

pandang adalah gabungan dari kelompok tani Ruhui Rahayu, Hidup Bersama, Tunas Harapan, Sumber Bahagia dan Suka Maju, yang merupakan suatu mitra yang mempunyai kepentingan untuk mencapai tujuan bersama, dibentuk atas dasar kesamaan lingkungan dan keakraban untuk peningkatan dan pengembangan suatu usaha, untuk jumlah keseluruhan anggota dari gabungan kelompok tani tersebut ada 67 orang. UPPB yaitu Unit Pengolahan dan Pemasaran Bokar, dimana tugas dari UPPB berupaya untuk mempermudah petani dalam meningkatkan pendapatan petani karet dengan cara menerapkan standarisasi untuk petani agar menghasilkan lump karet yang memiliki kualitas tinggi.

Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut merupakan salah satu komoditas utamanya adalah perkebunan karet, luas perkebunan karet rakyat di Desa tersebut yaitu 198 ha dan mayoritas dari masyarakat bermata pencaharian sebagai petani karet. Kegiatan pemasaran saluran pemasaran berperan penting dalam penyaluran lump karet mulai dari petani sampai pada konsumen akhir (pabrik), saluran pemasaran yang pendek membantu mempermudah petani dan pedagang dalam proses pemasaran, mengurangi biaya yang dikeluarkan dan memperoleh keuntungan yang optimal, harga karet yang dijual petani kepada

pedagang juga dapat menentukan tinggi rendahnya pendapatan yang diterima oleh petani. Harga beli pada pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang pada bulan Agustus 2022 masih turun naik dikarenakan harga karet yang belum stabil. Sistem pemasaran dikatakan efisien jika harga yang diterima oleh petani semakin besar dan lembaga pemasaran memperoleh keuntungan yang tinggi, juga sebaliknya jika harga yang diterima petani rendah dan lembaga pemasaran tidak mendapatkan keuntungan maka sistem pemasaran karet tersebut belum efisien.

METODE PENELITIAN

Waktu dan tempat penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut, selama satu bulan, mulai dari bulan Juli 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022, yaitu mulai dari persiapan, pengumpulan data sampai dengan tahapan penyusunan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan (observasi) di lapangan dan wawancara langsung dengan pihak yang terkait yaitu petani, pedagang besar dan tokoh yang terkait dengan

pemasaran lump karet di lokasi penelitian. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung, melalui buku, jurnal, arsip, dan lain-lain yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

Metode Pengambilan Sampel

Metode yang digunakan adalah metode survei. Penentuan sampel untuk petani karet menggunakan metode *purposive sampling* (secara sengaja) dengan kriteria: lahan milik sendiri dan sebagai penyadap, menjadi anggota UPPB Tuntung Pandang selama 4 Tahun, luas lahan yang dimiliki mulai dari 0,5 ha sampai dengan 4 ha. Jumlah populasi petani karet terdapat 67 orang dan ditetapkan sebagai sampel sebanyak 10 orang responden yang telah memenuhi kriteria. Sedangkan saluran pemasaran dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* ditetapkan satu pedagang yang dilalui oleh lump karet yaitu pedagang besar UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis saluran pemasaran lump karet digunakan analisis deskriptif, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan lembaga, *farmer's share*, efisiensi pemasaran digunakan analisis finansial.

Biaya pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Menghitung besarnya biaya pemasaran dapat menggunakan rumus menurut Soekartawi (2000):

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots + Bpn$$

Keterangan:

Bp : Biaya pemasaran lump karet (Rp/kg)

Bp1, Bp2, Bp3..., Bpn : Biaya pemasaran lump karet tiap-tiap lembaga (Rp/kg)

1, 2, 3, ..., n : Jumlah lembaga

Margin pemasaran

Analisis margin untuk mengetahui margin pemasaran karet pada setiap lembaga pemasaran. Menurut Sudiyono (2002) margin pemasaran adalah perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp : Margin pemasaran lump karet (Rp/kg)

Pr : Harga Ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf : Harga yang diterima petani karet (Rp/kg)

Keuntungan lembaga pemasaran

Semakin besar keuntungan yang didapat maka saluran pemasaran tersebut semakin efisien (Soekartawi, 2002). Untuk mengetahui jumlah keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = Mp - Bp$$

Keterangan :

π : Keuntungan lembaga pemasaran lump karet (Rp/kg)

Mp : Margin pemasaran lump karet (Rp/kg)

Bp : Biaya pemasaran lump karet (Rp/kg)

Farmer's share

Menurut Silitonga (2005), bagian yang diterima oleh petani (*Farmer's Share*). Untuk mengetahui *farmer's share* digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Fs : *Farmer's share* atau bagian harga perbandingan yang diterima petani karet (%)

Pf : Harga jual ditingkat petani karet (Rp/kg)

Pr : Harga ditingkat konsumen (Rp/kg).

Efisiensi pemasaran

Menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (2002)

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

Keterangan:

EP : Efisiensi pemasaran lump karet (%)

TBP : Total Biaya pemasaran lump karet (Rp/kg)

TNP : Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumen akhir (Rp/kg).

Nilai produk yang dipasarkan memiliki kriteria pengambilan keputusan EP sebesar $\leq 50\%$ maka saluran pemasaran dikatakan efisien, dan sebaliknya jika EP $> 50\%$ maka saluran pemasaran dikatakan kurang efisien. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran (EP) (Soekartawi, 2002).

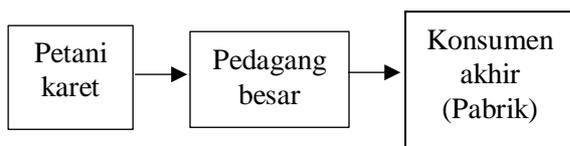
HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Petani karet, (2) UPPB Tuntung Pandang, (3) Pedagang Besar, dan (4) Konsumen Akhir (pabrik)

Saluran Pemasaran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh satu saluran pemasaran lump karet yaitu: dimulai dari petani mengumpulkan produksi lump karet di UPPB Tuntung Pandang kemudian pedagang besar membeli dalam jumlah besar kemudian dari pedagang besar langsung di jual kepada konsumen akhir (pabrik). Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Lump Karet

Gambar 1 menunjukkan bahwa saluran pemasaran lump karet diawali dengan hasil produksi lump karet petani terlebih dahulu dikumpulkan di BPP Kecamatan Kurau. Hal ini dilakukan karena adanya proses penyortiran oleh pihak UPPB Tuntung Pandang untuk mengetahui lump yang berkualitas dan juga lump yang kurang berkualitas sebelum dibeli oleh pedagang besar.

Pedagang besar sebagai lembaga perantara dalam distribusi lump karet memiliki keunggulan daripada petani. Pedagang besar memiliki keunggulan dalam penyediaan modal sehingga pembelian lump karet terhadap petani dapat dilakukan dengan jumlah volume yang lebih banyak. Dalam proses pembelian lump karet pedagang besar memiliki akses langsung kepada petani dengan membawa armada berupa truk pengangkut lump untuk mengambil lump karet tersebut di UPPB Tuntung Pandang sehingga petani tidak mengeluarkan banyak biaya untuk menyalurkan hasil produksinya.

Konsumen akhir (pabrik) pengolahan karet rakyat menjadi lembaga pemasaran terakhir dalam proses distribusi lump karet di UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau. Pabrik pengolahan ini yaitu PT. Balimas yang berada di Banjarmasin. Pabrik pengolahan karet merupakan pabrik yang menciptakan nilai tambah dari bahan baku lump karet, sehingga

memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi daripada lump karet yang dijual oleh petani ataupun pedagang besar.

Menurut penelitian Syaiful (2017) petani di Desa Jasa Makmur Kecamatan Sei Lipan Kabupaten Langkat menjual karet ke pedagang pengumpul kemudian pedagang

pengumpul menjual ke konsumen akhir (pabrik).

Fungsi Pemasaran Lump Karet

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam proses saluran pemasaran lump karet rakyat di Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Fungsi-fungsi Pemasaran Lump Karet

No.	Rincian	Petani	Pedagang besar	Konsumen akhir (pabrik)
1.	Pembelian		√	√
2.	Penjualan	√	√	
3.	Pengangkutan	√	√	
4.	Penyimpanan			√
5.	Modal		√	√
6.	Standarisasi	√	√	√
7.	Penanggung resiko	√	√	√
8.	Informasi pasar	√	√	√

Fungsi Pembelian yaitu suatu perpindahan lump karet dari petani, kepedagang besar sampai konsumen akhir (pabrik) melalui proses transaksi. Pada Tabel 1. diketahui yang melakukan pembelian adalah pedagang besar dan pabrik, sedangkan petani tidak melakukan pembelian karena petani sebagai produsen atau yang menjual lump karet. Pedagang besar dalam melakukan pembelian telah mempunyai langganan yaitu petani karet yang sudah bergabung di UPPB Tuntung Pandang, pedagang tersebut menjumpai petani setiap satu minggu sekali pada hari selasa dan melakukan pembelian. Dalam

pembelian harga lump karet telah ditetapkan oleh pedagang besar, kemudian pedagang besar membayar lump karet tersebut sesuai dengan harga yang telah ditetapkan dengan pembayaran dilakukan secara tunai setelah proses penimbangan.

Fungsi Penjualan yaitu mengalihkan barang dari penjual kepada pembeli. Penjualan dilakukan oleh petani dan pedagang besar, sedangkan pabrik tidak melakukan penjualan getah karet melainkan menjual barang setengah jadi atau barang jadi dari olahan karet. Dalam melakukan jual beli lump karet dituntut adanya keadaan lump karet yang baik tanpa adanya banyak

kotoran dalam lump karet tersebut, dengan demikian lump karet yang dijual sudah sesuai dengan permintaan pabrik.

Fungsi Pengangkutan yaitu perpindahan lump karet dari tempat petani ke konsumen akhir (pabrik) dengan melewati pedagang besar. Pihak yang terlibat dalam fungsi pengangkutan hanya dilakukan oleh pedagang besar dengan menggunakan sarana angkutan berupa mobil cold diesel (truk).

Fungsi Penyimpanan yaitu menahan lump karet selama jangka waktu tertentu untuk dijual kembali. Dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan tempat dan waktu. Fungsi penyimpanan tidak dilakukan pedagang besar dalam pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang karena setelah proses pembelian lump dari petani pedagang besar langsung menyalurkan lump kepada konsumen akhir (pabrik), fungsi penyimpanan hanya dilakukan oleh konsumen akhir/pabrik

Fungsi Pembiayaan (Permodalan) yaitu mencari dan mengurus modal yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dalam arus lump karet dari sektor pertanian sampai sektor konsumen akhir (pabrik).

Fungsi permodalan dalam pemasaran di UPPB Tuntung Pandang dilakukan oleh lembaga pemasaran yaitu pedagang besar menggunakan modal dengan rata-rata sebesar Rp.31.726.850.

Fungsi Standarisasi seluruh petani karet dalam penelitian ini telah melakukan standarisasi terhadap hasil produksi karetnya sesuai dengan tujuan dari UPPB Tuntung Pandang. Fungsi standarisasi dilakukan oleh pedagang besar dan pabrik, dimana tujuan dari fungsi ini adalah untuk mengetahui yang mana lump karet yang berkualitas tinggi. Standarisasi yang diterapkan yaitu sebagai berikut: (1)Lump harus bersih dari kotoran seperti daun, ranting, tanah, batu dll, (2) Pembeku yang digunakan adalah pembeku yang sudah ditetapkan oleh BPP Kecamatan Kurau dengan merk yang berkualitas (Sintas90, Specta,S3P10 Deorub) dan (3) Bentuk lump kotak dan lump tidak berhamburan.

Fungsi penanggungan resiko, yaitu sebagai ketidakpastian dalam pemasaran yang hubungannya dengan harga getah karet dan biaya, fluktuasi harga atau kerusakan getah karet pemasaran berlangsung. Fungsi penanggungan resiko terjadi saat getah karet tidak terjual dan saat harga tiba-tiba turun. Fungsi ini juga dilakukan oleh pedagang besar dan pabrik.

Fungsi informasi pasar yaitu suatu tindakan-tindakan lapangan yang mencakup: pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan dan kebijakan pedagang yang bersangkutan. Fungsi informasi pasar dilakukan terutama oleh petani dan pedagang besar, yang berupa

informasi harga dan informasi produksi karet yang harus dibeli dan dijual. Pabrik mendapat informasi pasar dari media dan analisis tentang harga dan kebutuhan pasar akan produk karet dunia. Petani dan pedagang besar di UPPB Tuntung Pandang memperoleh informasi tentang pasar dari pabrik dan teman sesama petani maupun pedagang dan ada juga yang mendapat informasi pasar dari mendengarkan berita baik media cetak maupun elektronik tentang kondisi pasar.

Harga Jual dan Harga Beli Lump Karet

Harga beli lump karet di UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Bulin Kecamatan Kurau di tingkat petani pada Tahun 2020 sempat anjlok turun hingga Rp5.000/kg karena saat itu sedang maraknya wabah pandemi Covid-19 sehingga pabrik tidak dapat beroperasi dan lump karet yang dibeli pedagang sempat tertahan akibat pabrik yang masih tutup, kemudian saat penelitian pada Agustus 2022 rata-rata harga beli di tingkat petani masih cukup tinggi yaitu Rp.10.425/kg. Untuk rata-rata harga jual di tingkat pedagang besar kepada konsumen akhir (pabrik) pada saat ini Rp.19.025/kg.

Fungsi pemasaran pada penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan Irawan *et.al.*, (2021) tetapi sedikit berbeda dengan penelitian Sujarwo dan Lestari (2007) yaitu

meliputi fungsi penimbangan, transportasi, retribusi, resiko, sortasi dan grading.

Menurut Kementan (2020) upaya pemerintah untuk meningkatkan harga karet yang sempat jatuh terus dilakukan, salah satunya dengan mengatur ekspor karet, sehingga stok karet di pasar internasional dapat dikendalikan, termasuk pengurangan pasokan ini akan menggerakkan harga karet di pasaran dunia, yang berimbas pada harga di dalam negeri. Indonesia merupakan negara produsen karet nomor dua di dunia setelah Thailand dan Malaysia, namun tidak bisa menentukan harga. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia menginisiasi kesepakatan dengan Thailand dan Malaysia untuk meningkatkan harga karet di pasaran dunia, produksi tiga negara tersebut sama dengan produksi 70% karet dunia. Maka dari itu ketiga negara tersebut membuat kesepakatan untuk membatasi ekspor agar karet dunia berkurang, jika dipasar dunia langka maka harga karet di dalam negeri akan meningkat. Dalam pertemuan tersebut disepakati Indonesia mengurangi ekspor sebesar 98 ribu ton, sementara Thailand mengurangi 130 ribu ton dan Malaysia sebanyak 12 ribu ton. Adapun rata-rata harga beli di tingkat petani masih cukup tinggi yaitu Rp.10.425,-/kg. Untuk rata-rata harga jual tingkat pedagang besar di konsumen akhir (pabrik) pada saat ini Rp.19.025/kg.

ANALISIS FINANSIAL

Biaya

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran meliputi biaya angkut, retribusi,

penyimpanan, dan lain-lain (Soekartawi, 2002). Adapun biaya pemasaran dalam satu bulan yang dikeluarkan petani dan pedagang besar disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Pemasaran Lump Karet Yang Dikeluarkan Petani dan Pedagang Besar

No.	Uraian	Nilai (Rp)
1.	Petani	
	Rata-rata biaya yang dikeluarkan petani (1 bulan)	704.800
2.	Pedagang besar	
	- Biaya angkut	6.000.000
	- Biaya konsumsi	400.000
	- Biaya timbang dan muat	3.640.800
	- Pajak pabrik	4.358.616
	Rata-rata biaya yang dikeluarkan pedagang besar (1 bulan)	14.399.416

Biaya yang dikeluarkan petani dalam pemasaran adalah rata-rata sebesar Rp.704.800/bulan yang terdiri dari biaya rokok dan bensin. Sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang besar adalah rata-rata sebesar Rp.14.399.416,-/bulan yang terdiri dari biaya angkut, biaya konsumsi, biaya timbang dan muat dan pajak dipabrik.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran pedagang besar di UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut yang diperoleh pedagang besar adalah sebesar Rp.8.600,-/kg dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.1.260,-/kg. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Fujiati, *et al.* (2013) Faktor- faktor

yang mempengaruhi margin pemasaran karet lump adalah harga ditingkat petani dan jumlah lembaga pemasaran yang dilalui. Sedangkan variabel volume penjualan dan jarak petani dengan lembaga pemasaran terdekat tidak berpengaruh nyata terhadap margin pemasaran. **Keuntungan Lembaga**

Adapun keuntungan pedagang besar pada pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Baulin adalah sebesar Rp.7.340,-/kg.

Farmer's Share

Farmer's share merupakan indikator perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dan sering kali dinyatakan dalam bentuk persentase (Fahrurrozi, 2015). Nilai *farmer's share* juga dapat menjadi

salah satu pertimbangan petani untuk masuk dalam suatu usahatani dan memilih saluran pemasaran. Semakin besar nilai *farmer's share*, maka petani akan semakin termotivasi untuk terjun ke dalam suatu usaha tani dan memilih saluran pemasaran yang memiliki nilai *farmer's share* yang terbesar.

$$Fs = \frac{10.425}{19.025} \times 100\% = 54,79\%$$

Diketahui bahwa rata-rata nilai *farmer's share* yang diterima petani pada saluran pemasaran adalah sebesar 54,79%.

Efisiensi Pemasaran

Nilai produk yang dipasarkan memiliki kriteria pengambilan keputusan EP $\leq 50\%$ maka saluran pemasaran dikatakan efisien, dan sebaliknya jika EP $> 50\%$ maka saluran pemasaran dikatakan tidak efisien. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran (EP) (Soekartawi, 2002).

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran

Saluran pemasaran	Rata-rata biaya pemasaran (Rp/kg)	Rata-rata harga lump di konsumen akhir (Rp/kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
	TBP	TNP	(TBP/TNP x 100%)
Pedagang Besar	1.260	19.025	6,6

Berdasarkan Tabel 3 efisiensi pemasaran lump karet rakyat di UPPB Tuntung Pandang menunjukkan bahwa EP sebesar 6,6%, $\leq 50\%$ pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang sudah efisien. Efisiensi pemasran juga daopat dari hasil perhitungan biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang besar yaitu sebesar Rp.1.260/kg, margin pemasaran sebesar Rp.8.600/kg, keuntungan lembaga sebesar Rp.7.340/kg, *farmer's share* atau harga yang diterima petani sebesar 54,79% lebih dari 50% dan efisiensi pemasarannya sebesar 6,6% kurang dari 50%.

KESIMPULAN

Pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang yaitu: petani – pedagang besar – konsumen akhir (pabrik). Harga beli lump karet ditingkat petani rata-rata Rp.10.425/kg dan harga jual di tingkat pedagang besar kepada konsumen akhir rata-rata Rp.19.025/kg. Fungsi-fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran (beli, jual), fungsi fisik (angkut), dan fungsi fasilitas/pelancar (biaya/modal, standarisasi, penaggung resiko dan informasi pasar).

Biaya pemasaran rata-rata Rp.1.260/kg, margin/selisih harga ditingkat

petani dengan harga yang dibayar konsumen akhir rata-rata sebesar Rp.8.600/kg, keuntungan pedagang besar rata-rata Rp.7.340/kg, *farmer's share* rata-rata 54,79%.

Pemasaran lump karet di UPPB Tuntung Pandang Desa Maluka Baulin Kecamatan Kurau Kabupaten Tanah Laut dengan melalui satu lembaga pemasaran yaitu pedagang besar dikatakan efisien, hasil perhitungan dari EP sebesar 6,6%, persentase kriteria perhitungan $\leq 50\%$ (efisien)

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. 2011. Manajemen pemasaran. Cetakan 1. Bandung : Satu Nusa Yogyakarta
- Diskebnak. 2022. Data Statistik Perkebunan dan Peternakan Provinsi Kalimantan Selatan. Retrived from Dinas Perkebunan dan Peternakan: <https://data.kalselprov.go.id/dataset/data/1292>. [28 Mei 2022].
- Fahrurrozi, N. Kusriani, & Komariyat. (2015). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar) Lump Mangkok Dari Desa Kompas Raya Kecamatan Pinoh Uarakabupaten Melawi Jurnal Agrise. XV(2). <https://agrise.ub.ac.id/index.php/agrise/article/view/168/183>.
- Irawan, A. , D. S., Chaerani , & Amnili, (2021). Fisiensi Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat (*Havea Brasiliensis*) Di Kecamatan Sangir Juuan Kabupaten Solok Selatan. Jurnal Research Ilmu Pertanian. 1(1). <https://ejournalunespadang.ac.id/iphp/JRIP/article/view/185>.
- Kementan. 2020. Strategi Kementan Tingkatkan Harga Karet. Retrived from: <https://www.pertanian.go.id/home/?s how=news&act=view&id=3667>
- Sujarwo & S.U. Lestari. (2007). Efisiensi Pemasaran Karet Rakyat di kecamatan Dusun Tengah Kabupaten Barito Timur. Jurnal Buana Sains 7(1). <https://jurnal.unitri.ac.id>.
- Pujiati,S; N. Kusriani, D. Kurniati. (2013).. Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Karet Rakyat Di Desa Tapang Pulau Kecamatan Belitang Hilir Kabupaten Sekadau. Jurnal Sains Pertanian Equator 2(3). <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/j spp/article/view/4099>.
- Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Pertanian Teori Dan Aplikasinya. Penebit Pt. Raja Grafindo. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang Press Malang.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. Universias Muhammadiyah Malang.Umm Press. Malang.