

**ANALISIS PEMASARAN KARET RAKYAT
(STUDI KASUS : DESA JASA MAKMUR, KECAMATAN SEI LEPAN,
KABUPATEN LANGKAT, PROVINSI SUMATERA UTARA)**

SKRIPSI

Oleh :

SYAIFUL ANWAR HARAHAHAP

NPM : 1204300048

Program Studi : AGRIBISNIS



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2017**

ANALISIS PEMASARAN KARET RAKYAT
(STUDI KASUS : DESA JASA MAKMUR, KECAMATAN SEI LEPAN,
KABUPATEN LANGKAT, PROVINSI SUMATERA UTARA)

SKRIPSI

Oleh :

SYAIFUL ANWAR HARAHAHAP
NPM : 1204300048
Program Studi : AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi S1 pada Fakultas
Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing :

Ir. Gustina Siregar, M.Si
Ketua Pembimbing

Nursamsi, S.P., M.M
Anggota Pembimbing

Disahkan Oleh :
Dekan

Ir. Asritanarni Munar, MP

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Syaiful Anwar Harahap
NPM : 1204300048

Judul Skripsi : “ANALISIS PEMASARAN KARET RAKYAT “

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programming yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 27 Oktober 2017
Yang menyatakan

Syaiful Anwar Harahap

RINGKASAN

SYAIFUL ANWAR HARAHAHAP (1204300048), dengan judul skripsi “**Analisis Pemasaran Karet Rakyat (Studi Kasus : Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lapan)**”. Selama melakukan penelitian ini penulis dibimbing oleh Ibu Ir.Gustina Siregar, M.Si selaku ketua komisi pembimbing dan Bpk Nursamsi,S.P.,M.M selaku anggota komisi pembimbing. Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola pemasaran,(2)mengetahui *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran karet rakyat di daerah penelitian.

Penelitian ini dilakukan di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lapan. Metode analisis data yang digunakan (1) adalah metode analisis Deskriptif. Untuk masalah kedua (2) digunakan metode analisis Margin Pemasaran.

Hasil analisis data diperoleh sebagai berikut, untuk rumusan masalah pertama (1) diperoleh hasil rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul adalah Rp 2.075/kg, rata-rata harga beli ke petani karet rakyat dari Bulan Januari-April sebesar 7.625/kg dan rata-rata harga jual yang dikeluarkan pedagang pengumpul ke pabrik pengolahan karet pada Bulan Januari-April sebesar Rp 13.750/kg.maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul dalam proses penyaluran getah karet sebesar Rp 4.050/kg. Untuk rumusan masalah kedua (2) diperoleh hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai *Share Margin* sebesar 55,45%, artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan petani termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual getah karet sekarang, petani masih dapat memperoleh keuntungan untuk melakukan kegiatan usahatani selanjutnya. Dikatakan efisien jika harga jual petani lebih dari atau sama dengan 40% dari harga beli di tingkat pabrik. nilai efisiensi pemasaran dari kegiatan distribusi getah karet diperoleh sebesar 15,09%.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu, pertama (1)Semakin pendek pola pemasaran dalam sebuah skala usaha produk yang dipasarkan, maka semakin baik serta semakin mudah bagi petani dalam menciptakan kesejahteraan terhadap usaha yang dijalankannya. Kedua (2) Jika nilai $E_p < 50\%$, maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai $E_p \geq 50\%$, maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien.

RIWAYAT HIDUP

Syaiful Anwar Harahap, lahir di Sawit Hulu pada tanggal 04 Januari 1994 dari pasangan Bapak Ikhsan Harahap dan Ibu Samnun Batubara. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2006, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD NegeriNo 057218 Afd X Sawit Hulu.
2. Tahun 2009, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1,Sawit Seberang.
3. Tahun 2012, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Swasta YPP,Sawit Seberang Kabupaten Langkat.
4. Tahun 2012, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Jurusan Agribisnis.
5. Tahun 2015, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Balimbingan,Kabupaten Simalungun.
6. Tahun 2017, melakukan Penelitian Skripsi dengan judul “**Analisis Pemasaran Karet Rakyat**” di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lapan.
7. Tahun 2012, mengikuti MPMB dan MASTA di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orangtua penulis, Ayahanda Ikhsan Harahap dan Ibunda Samnun Batubara. yang telah mendukung, mendidik, dan mendoakan ananda dengan rasa penuh kasih sayang dan perjuangannya tiada henti untuk menjadikan ananda orang berilmu dan menjadi orang yang dibanggakan. Inilah persembahan sementara ananda atas tanda bakti ananda kepada kedua orangtua. Terima kasih atas kasih sayangmu kepada ananda. Semoga kesehatan, kebahagiaan, kedamaian dan kesejahteraan di dunia dan akhirat diberikan Allah SWT kepadamu, amin.
2. Ibu Ir.Gustina Siregar,M.Si selaku Dosen Ketua Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
3. Bapak Nursamsi S.P..M.M selaku Dosen Anggota Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan nasehat yang membangun kepada penulis.
4. Ibu SasmitaSiregar, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik penulis yang banyak membantu dalam penyelesaian proses akademik selama penulis menimba ilmu di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Ir. Asritanarni Munar, M.P. selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Ibu Dr.Dafni Mawar Tarigan, S.P.,M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Muhammad Thamrin, S.P., M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Khairunnisa Rangkuti,S.P.,M.Si.selaku Ketua Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Kepada seluruh Dosen Agribisnis dan Dosen yang ada di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Pertanian.
10. Kepada seluruh pegawai biro yang ada di Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan administrasi selama proses perkuliahan di Fakultas Pertanian.
11. Bapak Agus serta para petani karet rakyat di Desa Jasa Makmur yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena telah banyak membantu penulis untuk memperoleh informasi yang penulis butuhkan selama penelitian.
12. Kepada Abang penulis Sehat Harahap yang selalu turut berperan dalam memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
13. Kepada sahabat satu atap satu pondasi, Satria S.Pd, Fahmi Nurdiansyah S.Pd, Muhammad Khalifah ST. yang banyak membantu dan memberikan motivasi kepada penulis agar terus berusaha menjadi orang yang lebih baik kedepannya.

14. Kepada teman-teman penulis yang sama-sama menimba ilmu di UMSU stambuk 2012, teman seperjuangan Agribisnis 1 yang sudah penulis anggap sebagai keluarga penulis.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah rabbil'alamini, puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Adapun judul Skripsi ini adalah **Analisis Pemasaran Karet Rakyat**. Penelitian dilakukan di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lelan, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan pada penulisan skripsi ini.

Medan, 27 Oktober 2017

Penulis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komoditas karet merupakan komoditas yang penting bagi perekonomian Indonesia. Nilai ekonomi yang diperoleh dari komoditas karet antara lain sebagai penyumbang devisa negara dan sebagai salah satu mata pencaharian masyarakat Indonesia. Sumbangan devisa negara melalui ekspor karet pada tahun 2012 mencapai 11,13 miliar US\$ dengan volume mencapai 2,38 juta ton karet kering. Tujuan ekspor karet Indonesia antara lain Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Uni Eropa, dan negara konsumen lainnya. Pangsa pasar terbesar karet alam Indonesia, yaitu Amerika Serikat sebesar 40%, Singapura 32,8%, Uni Eropa 7,5%, Jepang 3,3%, dan negara lain sebesar 11,4%. Salah satu daerah sentra produksi karet di Indonesia adalah Provinsi Jambi. Provinsi Jambi dengan luas areal dan produksi terbesar ketiga setelah Sumatera Utara dan Sumatera Selatan (Kementan, 2012).

Tanaman karet termasuk tanaman sub sektor tanaman perkebunan rakyat, tanaman karet banyak ditemukan di berbagai daerah yang tersebar diseluruh Indonesia, termasuk di Provinsi Sumatera Utara, Kabupaten Langkat. Salah satu tanaman karet rakyat di Kabupaten Langkat adalah Kecamatan Sei Lapan, Desa Jasa Makmur. Menurut BPS Kabupaten Langkat (2015), Kecamatan Sei Lapan memiliki luas tanaman karet rakyat sebesar 2.608 Hektar. Luas tanaman karet yang belum menghasilkan sebesar 376 Hektar, Tanaman menghasilkan sebesar 3.230 Hektar, dan tanaman tidak menghasilkan sebesar 2 Hektar dengan jumlah produksi yang dihasilkan Kecamatan Sei Lapan untuk tanaman karet rakyat sebesar 4.750,2 Ton.

Produksi karet di Indonesia pada umumnya dihasilkan dari perkebunan rakyat yang dicirikan oleh produktivitas rendah, kebun kurang terawat, tingginya proporsi areal tanaman tua dan rusak, pemasaran bahan karet yang belum efisien, harga jual yang tidak seimbang, serta rendahnya pendapatan yang diterima oleh petani. Harga yang diterima petani karet di Indonesia hanya mencapai 20%–40%, jauh lebih rendah dibandingkan di Thailand yang mencapai 80% dan Malaysia 60%–80%. Rendahnya bagian harga yang diterima petani merupakan dampak dari rantai pemasaran karet yang panjang, tingginya margin yang diterima pedagang, kualitas rendah, serta lemahnya posisi tawar petani. Oleh karena itu, diperlukan penataan sistem pola pemasaran karet (Siregar, dkk, 2012).

Lembaga pemasaran merupakan lembaga penting dalam membantu pengusaha untuk memperoleh pendapatan sesuai waktu yang diharapkan. Keterbatasan akses dan informasi pasar yang dimiliki pengusaha dalam memasarkan produk akan memberikan dampak positif terhadap penggunaan jasa lembaga pemasaran. Selain itu lembaga pemasaran muncul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh produk yang sesuai dengan waktu (time utility), tempat (place utility), dan bentuk (form utility). (Daniel, 2002).

Peran lembaga pemasaran dalam perkebunan karet rakyat sangat membantu dalam proses pengangkutan getah karet yang memiliki kapasitas produksi yang cukup besar. Hal ini didukung dengan prinsip petani di daerah-daerah yang ingin memperoleh keuntungan hasil perkebunan secara cepat dan tepat. Peran lembaga pemasaran memang diartikan sebagai penyalur hasil produksi yang baik karena menyalurkannya sesuai dengan waktu yang dibutuhkan oleh pihak pabrik pengolahan karet, tetapi jika penyaluran hasil produksi dilakukan langsung oleh petani karet rakyat kepada pabrik pengolahan karet,

maka perbedaan pendapatan akan jauh berbeda dengan pendapatan yang menggunakan jasa dari lembaga pemasaran yang digunakan. Dalam menghitung besarnya penerimaan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran, diperlukan perhitungan *share margin* sehingga diketahui bagaimana tingkat efisiensi pemasaran yang terjadi untuk sebuah produk yang disalurkan oleh lembaga-lembaga pemasaran.

Pola pemasaran merupakan bagian dari saluran pemasaran yang menunjukkan hubungan antara lembaga-lembaga pemasaran yang dikoordinasi oleh satu lembaga. Pola pemasaran merupakan keseluruhan proses, mulai dari produksi bahan mentah hingga menjadi produk yang habis masa pakainya. Dengan demikian, rantai pemasaran juga merupakan bagian dari saluran pemasaran. Pihak yang terlibat dalam rantai pasok tidak hanya produsen dan pemasok, tetapi juga pelaku transportasi dan pergudangan, pengecer, bahkan konsumen akhir. Hal ini mengakibatkan distorsi informasi disepanjang saluran distribusi produk yang berujung pada pengiriman yang tidak tepat waktu dan tidak sesuai pesanan. Hal tersebut dapat dihindari apabila terdapat kolaborasi dan integrasi yang baik antar pelaku pola pemasaran. Kolaborasi dalam rantai pasok meliputi keterbukaan informasi dan akurasi jadwal sehingga dapat memberikan keuntungan bagi setiap anggota lembaga pemasaran (Daniel, 2002)

Peningkatan kinerja pola pemasaran dapat melalui integrasi rantai pasok, yaitu melakukan perencanaan bersama, mengurangi biaya pemesanan dengan melakukan *outsourcing* bahan baku setengah jadi, mengurangi waktu siklus dan tingkat persediaan, serta mengurangi ketidakpastian bisnis. Pola pemasaran yang baik akan memberikan hasil produk lebih baik dan meningkatkan nilai tambah

produk tersebut. Pada prinsipnya lembaga pemasaran memiliki peran untuk menambah nilai kepada produk. Penambahan nilai pada lembaga pemasaran dapat dilakukan pada aspek kualitas dan percepatan proses pengambilan keputusan dalam menghantarkan produk tepat lokasi dengan biaya yang rendah (Firdaus, 2008).

Perhitungan nilai tambah dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu menghitungnya selama proses pengolahan atau pada proses pemasaran. Dalam sistem pola pemasaran karet, terdapat dua faktor yang sangat berpengaruh, yaitu kapasitas pabrik pengolahan dan tingkat efisiensi sistem pemasaran. Pabrik pengolahan membutuhkan jumlah pasokan karet yang banyak untuk memenuhi pesanan karet luar negeri semakin besar kapasitas pengolahan pabrik maka pesanan yang dapat diterima semakin besar. Dalam upaya meningkatkan bagian harga yang diterima petani, perlu dilakukan upaya efisiensi pemasaran sehingga tercipta pembagian margin yang lebih adil bagi semua pelaku lembaga pemasaran (Angipora, 2005).

Secara umum kondisi perkebunan karet di Provinsi Sumatera Utara cukup berkembang dengan baik walaupun terjadi pengurangan areal di perkebunan swasta nasional maupun perkebunan swasta asing. Sementara itu, untuk perkebunan karet rakyat terjadi peningkatan luas pada setiap tahunnya. Luas areal dan jumlah produksi tanaman komoditas karet berdasarkan pengelolaan dari tahun 2008 – 2012 di Provinsi Sumatera Utara dapat diketahui berdasarkan Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Luas Lahan dan Jumlah Produksi Tanaman Karet Tahun 2008 – 2012 Berdasarkan Perkebunan Rakyat, PTPN, dan Perkebunan Swasta

Tahun	Luas Lahan (Ha)				Produksi (Ton)			
	Rakyat	PTPN	Swasta	Asing	Rakyat	PTPN	Swasta	Asing
2008	363.158	53.986	60.598	34.875	244.404	53.881	70.380	43.633
2009	376.076	77.697	59.314	37.456	254.650	59.072	70.444	43.794
2010	376.335	85.632	64.053	39.824	261.249	61.019	75.530	46.455
2011	378.310	93.255	62.265	41.253	280.446	45.466	63.005	50.543
2012	378.423	93.283	62.272	41.258	287.653	67.149	63.245	30.622

Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Utara, 2012

Dari Tabel1 dapat dilihat bahwa luas lahan dan jumlah produksi untuk perkebunan rakyat tanaman karet di Provinsi Sumatera Utara jauh lebih besar dari pada perkebunan lainnya. Hal ini disebabkan karena budidaya tanaman karet umumnya sudah menjadi budaya bagi masyarakat lokal sebagai mata pencaharian satu-satunya. Jumlah produksi yang tidak terlalu besar peningkatannya untuk setiap tahun dikarenakan lemahnya teknik budidaya petani, pengolahan dan pemasaran, serta kurangnya penyuluhan dari para ahli di bidang pertanian, sehingga peran pemerintah sangat diperlukan dalam peningkatan hasil produksi petani rakyat.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pemasaran Hasil Produksi Perkebunan Karet Rakyat” di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lelan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Mayoritas pengembangan usaha pertanian di daerah ini adalah perkebunan karet rakyat. Perkebunan karet rakyat di daerah ini sangat memberikan kontribusi terhadap penyediaan lapangan pekerjaan dan pengembangan pembangunan daerah. Daerah ini juga masih membutuhkan jasa lembaga pemasaran sebagai penyalur getah karet kepada pabrik karet, sehingga diperlukan

analisis terhadap sistem pemasaran yang digunakan petani karet rakyat untuk memperoleh pendapatan yang lebih baik.

Perumusan Masalah

1. Bagaimana pola pemasaran karet rakyat di daerah penelitian ?
2. Bagaimana *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran karet rakyat di daerah penelitian ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola pemasaran karet rakyat di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran karet rakyat di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan studi dan informasi bagi kalangan akademik yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut berkenaan dengan penelitian yang sama.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan kegiatan penyaluran produk karet rakyat dengan memperhatikan pola pemasaran sehingga memperoleh pendapatan yang lebih baik.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Tanaman karet (*Havea Brasiliensi*) di Indonesia pertama kali diperkenalkan oleh Hofland pada tahun 1864. Awalnya, karet ditanam di Kebun Raya Bogor sebagai tanaman koleksi. Selanjutnya karet dikembangkan menjadi tanaman perkebunan dan tersebar di beberapa daerah. Sejarah karet di Indonesia mencapai puncaknya pada periode sebelum perang dunia ke II hingga tahun 1956. Pada masa itu Indonesia menjadi Negara penghasil karet alam terbesar di dunia. Namun sejak tahun 1957 kedudukan Indonesia sebagai produsen karet nomor satu digeser oleh Malaysia. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya mutu produksi karet alam Indonesia. Rendahnya mutu membuat harga jual di pasar luar negeri menjadi rendah (Anwar, 2001).

Perkebunan karet rakyat dicirikan oleh produksi yang rendah, keadaan kebun yang kurang terawat, dan rendahnya pendapatan. Kondisi perkebunan rakyat itu secara umum ditunjukkan oleh 2 permasalahan pokok yaitu : produksi tanaman yang jauh lebih rendah di banding PTPN dan perusahaan besar milik swasta ataupun asing. Mutu produksi masih rendah serta sitem pemasaran yang kurang menguntungkan. Produksi yang rendah disebabkan adanya keterbatasan modal dan teknologi dalam proses budidaya tanaman karet. Salah satu penyebab terjadinya permasalahan tersebut karena masih lemahnya teknik budidaya petani, pengolahan dan pemasaran, serta kurangnya penyuluhan dari para ahli di bidang pertanian kepada petani (Damanik. dkk, 2010).

Tanaman ini dapat tumbuh pada kondisi lingkungan yang memiliki iklim tropis. Kebanyakan perkebunan karet diusahakan pada kawasan dengan letak lintang antara 15° LU hingga 10° LS. Sekalipun demikian, umumnya produksi lateks dapat tercapai apabila tanaman berada pada lokasi yang semakin mendekati garis khatulistiwa (5-6°LU/LS) dengan suhu harian rata-rata yang diinginkan karet berkisar antara 25-30°C (Budiman, 2012).

Karet dapat tumbuh baik pada kondisi tanah maupun kondisi tanah yang kurang sesuai dengan tanaman yang lain. Tanaman karet toleran terhadap berbagai jenis tanah, baik pada tanah-tanah vulkanis muda maupun tua, aluvial, bahkan tanah gambut. Karet juga toleran terhadap tanah yang ketersediaan unsur hara di dalamnya kurang. Hal tersebut dapat diatasi dengan melakukan pemupukan. Selain itu, karet juga toleran terhadap kemasaman tanah. Tanpa memandang jenis tanah, karet dapat tumbuh dengan baik pada tanah yang memiliki pH 3,5-7,0.

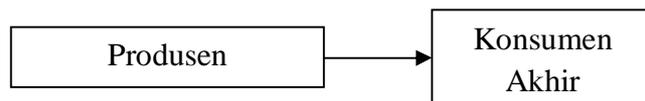
Pengelolaan yang kurang baik akan membuat produktivitas kebun karet rakyat tidak maksimal. Tanaman karet yang sudah tua jarang diremajakan dengan klon baru. Pengetahuan tentang peralatan dan teknologi pengolahan yang masih sangat sederhana juga berimbas pada mutu karet olahan yang dihasilkan. Mutu yang tidak memenuhi standar menyebabkan harga jual karet olahan menjadi rendah dan hanya dapat memasuki sebagian pasar saja. Petani karet rakyat memiliki pengalaman dan wawasan dalam budidaya tanaman karet, tetapi tidak dengan pemahaman konsep pemasaran getah karet dan pengetahuan teknologi yang digunakan dalam proses produksi tanaman karet.

Saluran Pemasaran

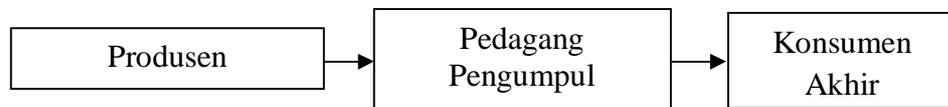
Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang terkait satu sama lain dan terlibat dalam penyaluran produk-produk sejak dari produsen sampai konsumen. Organisasi-organisasi yang dimaksud bisa berupa penjagal, grosir, agen dan distributor fisik (Daniel, 2002).

Pola pemasaran berlangsung secara alami. Biasanya pola ini banyak dilakukan oleh petani yang ingin berusaha sendiri memasarkan produknya. Petani dapat menjual langsung ke konsumen, pedagang besar atau pasar-pasar yang telah ada. Salah satu pola tersebut yaitu :

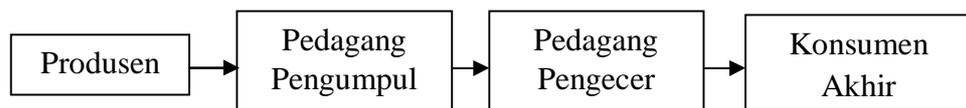
Pola 1 :



Pola 2 :



Pola 3 :



Biaya dan Margin Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung mulai dari petani sampai konsumen akhir. Pedagang perantara mengeluarkan biaya dalam rangka penyelenggaraan kegiatan pemasaran produk hingga konsumen. Besarnya biaya yang dikeluarkan bagi tiap saluran pemasaran selalu berbeda-beda. Dengan demikian semakin

panjang saluran pemasaran maka jumlah biaya yang dikeluarkan akan semakin bertambah (Soekartawi, 2002).

Mubyarto (1997) menyatakan bahwa biaya pemasaran yang relatif tinggi dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain kurang baiknya jalan dan prasarana perhubungan, tersebarinya tempat produksi yang jauh dan banyaknya pungutan-pungutan yang bersifat resmi maupun tidak resmi di sepanjang jalan antara produsen dan konsumen.

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (seperti sewa tanah, pembelian alat) dan biaya tidak tetap (seperti biaya transportasi, upah tenaga kerja). Keuntungan margin adalah keuntungan yang bersifat kotor. Dari segi bisnis, keuntungan ini bersifat semu karena ada unsur-unsur biaya yang tidak diperhitungkan yaitu biaya tetap, sehingga besarnya keuntungan margin sama dengan selisih total output dengan biaya operasional.

Margin tataniaga adalah selisih antarharga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin panjang tataniaga (semakin banyak lembaga yang terlibat) maka semakin besar margin tataniaganya (Daniel, 2002).

Margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi, tergantung berapa besar biaya-biaya yang harus dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi pemasaran. Rumus menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut :

$$M_{ji} = C_{ij} + \pi_i \text{ atau } M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

$$M_j = \sum M_{ji}$$

Keterangan :

M_j = Margin pemasaran total

M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran ke-i

P_{si} = Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i

P_{bi} = Harga pembelian pada lembaga pemasaran ke-i

C_{ij} = Biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-I (Soekartawi, 2002).

Untuk menghitung bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran getah karet dari petani karet rakyat di daerah penelitian, dengan rumus sebagai berikut :

$$S_m = \frac{P_p}{P_k} \times 100\%$$

Keterangan :

S_m = *Share Margin* (%)

P_p = Harga yang diterima produsen dan pedagang (Rp)

P_k = Harga yang dibayar oleh konsumen (Rp) (Soekartawi, 2002).

Tingkat Efisiensi Pemasaran

Efisiensi dapat diartikan sebagai upaya penggunaan input sekecil-kecilnya untuk mendapatkan produksi yang sebesar-besarnya. Bila efisiensi dimasukkan dalam analisis maka variabel baru yang harus dipertimbangkan dalam model

analisisnya adalah variabel harga. Oleh karena itu ada dua hal yang harus diperhatikan sebelum efisiensi dikerjakan yaitu tingkatkan transformasi antara input dan output, serta perbandingan antara harga input dan harga output sebagai upaya mencapai indikator efisiensi. Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai besaran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Jika nilai $E_p < 50\%$, maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai $E_p \geq 50\%$, maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien (Soekartawi, 2002).

Pandangan lain menyatakan bahwa efisiensi merupakan ukuran dari produktivitas. Sedangkan efisiensi sendiri merupakan perbandingan antara unsur output dan unsur input. Apabila hasil perbandingan ini lebih besar dari 1 (satu) maka dapat dikatakan produktif. Sebaliknya bila perbandingan antara output dan input hasilnya kurang dari 1 (satu) maka dikatakan kurang produktif. Perusahaan yang produktif adalah perusahaan yang efisien. Perusahaan yang efisien apabila nilai output lebih besar dari nilai inputnya. Sebaliknya perusahaan tidak efisien jika output bernilai lebih kecil dari nilai inputnya.

Daniel (2002) mengemukakan bahwa efisiensi pemasaran adalah ukuran dari perbandingan antara kegunaan pemasaran dengan biaya-biaya pemasaran. Beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu :

- a) Keuntungan pemasaran
- b) Harga yang diterima oleh konsumen
- c) Tersedianya fasilitas fisik pemasaran
- d) Kompetensi pasar.

Suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi 2 syarat yaitu sebagai berikut :

- a) Mampu menyampaikan hasil-hasil produsen sampai ke konsumendengan biaya serendah-rendahnya.
- b) Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yangdibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalamkegiatan produksi dan pemasaran barang.

Penelitian Terdahulu

Dwi Nurul Amalia (2013), melakukan penelitian dengan judul “Sistem Pemasaran Karet Rakyat di Provinsi Jambi dengan Pendekatan Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Pasar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur pasar karet rakyat di Provinsi Jambi menghadapi struktur pasar oligopoli. Hal ini ditunjukkan oleh nilai CR4 sebesar 75,70 dan adanya hambatan masuk sehingga mengakibatkan, proses penentuan harga didominasi oleh pihak pabrik *crumb rubber*. Keterbatasan akses permodalan, informasi harga, dan alternatif saluran pemasaran menyebabkan posisi tawar petani lemah yang ditunjukkan oleh nilai *share* harga yang diterima petani paling tinggi hanya 56,88% dari harga yang dibayarkan konsumen (importir) kepada eksportir. Perlunya dukungan dan peran kelembagaan dengan penguatan fungsi organisasi berupa koperasi untuk meningkatkan kinerja pemasaran karet rakyat di Provinsi Jambi yang memiliki fungsi melakukan koordinasi antar seluruh lembaga, dan menyampaikan informasi secara terbuka mengenai hal-hal yang terkait dengan pemasaran karet rakyat. Keterlibatan petani dalam kegiatan kelompok tani dan koperasi diharapkan

mampu meningkatkan produktivitas karet dan mengurangi ketergantungan terhadap pedagang pengumpul.

Rikky Herdiansyah (2015), melaksanakan penelitian dengan judul “Peningkatan Kinerja Pemasaran Karet Alam Rakyat Melalui Optimalisasi Rantai Pasok” di Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat polasaluran pemasaran karet rakyat dengan melibatkan tiga sampai lima anggota yaitu Pola I (Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang besar – pabrik), Pola II (Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – pabrik), Pola III (Petani – pasar lelang – pabrik), dan Pola IV (Petani – UPPB – pabrik). Pola IV paling efisien karena memiliki *B/C ratio* yang lebih dari 1 dan persentase nilai tambah untuk petani lebih besar dibandingkan dengan ketiga saluran lainnya. Manajemen rantai pasok pada saluran pola IV menunjukkan kerjasama yang erat antara pabrik dengan petani melalui lembaga Unit Pengolahan dan Pemasaran Bokar (UPPB) dalam pemenuhan pasokan dan kualitas karet yang sesuai dengan kebutuhan pabrik. Untuk itu, rantai pasok dalam sistem pemasaran karet rakyat harus terintegrasi agar dapat meningkatkan efisiensi dan keuntungan bagi setiap anggota rantai pasok. Pola IV sebaiknya diadopsi oleh petani lain melalui intervensi pemerintah karena pola tersebut hanya diikuti oleh 17,1% petani.

Risa Dwi Nastalia (2014), melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Kelayakan Finansial Usaha Perkebunan Karet Rakyat Swadaya di Desa Sungai Jalau, Kecamatan Kampar Utara, Kabupaten Kampar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha perkebunan karet rakyat melalui analisis kelayakan finansial menunjukkan proyek pembangunan kebun rakyat layak dikelola karena mampu memperoleh tingkat pengembalian yang memenuhi standar

kelayakan. Nilai NPV yang diperoleh lebih besar dari 1 yaitu sebesar Rp447.498.856,00. dan nilai Net B/C yang didapat lebih besar dari 1 yaitu 5.41 serta nilai IRR yang diperoleh sebesar 30,52%, nilai ini lebih besar dibandingkan *Discount factor* (DF) yang digunakan yaitu 12 %. Hasil analisa kriteria investasi ini menunjukkan usaha perkebunan karet rakyat ini *profitable* (menguntungkan) untuk dijalankan. Rata – rata pendapatan petani karet adalah Rp 1.491. 663,00 perbulannya.

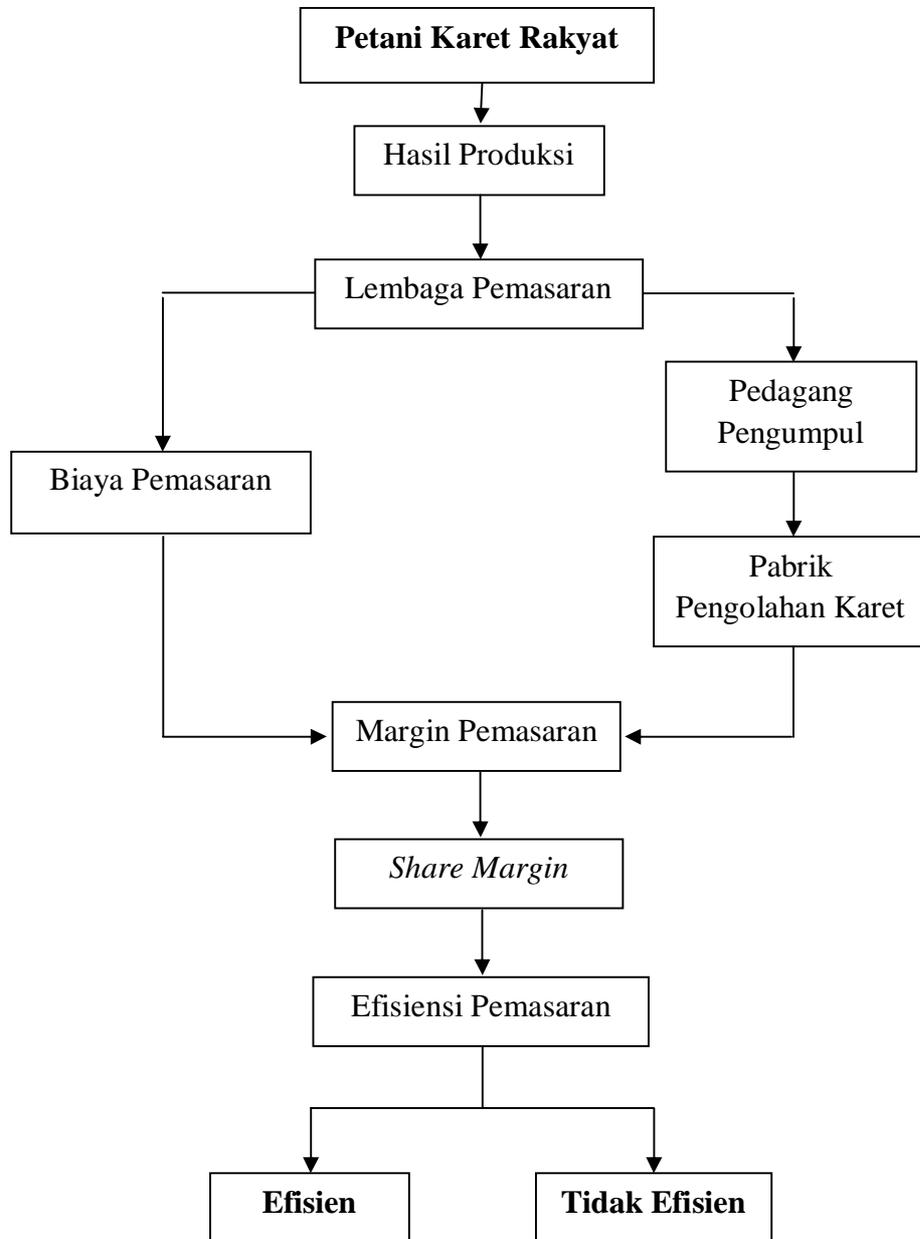
Kerangka Pemikiran

Usahatani karet rakyat merupakan salah satu budidaya petani yang memiliki potensi cukup besar dalam pembangunan daerah dan peningkatan perekonomian nasional. Petani karet rakyat umumnya menggunakan jasa lembaga pemasaran dalam proses penyaluran hasil produksi berupa getah karet kepada pabrik pengolahan karet. Jarak dan biaya pemasaran hasil perproduksi merupakan salah satu alasan bagi petani karet dalam menyalurkan hasil produksinya kepada pabrik pengolahan karet yang ada.

Lembaga pemasaran merupakan lembaga yang terkait dalam proses terjadinya penyaluran getah karet dari petani sampai ke pabrik. Lembaga pemasaran karet yang terkait dalam hal ini adalah pedagang pengumpul dan pabrik pengolahan karet, dimana pabrik juga berfungsi sebagai produsen yang dapat menciptakan nilai tambah dari hasil produksi petani karet tersebut.

Tingkat efisiensi pemasaran dapat diketahui dari besarnya biaya besaran yang dikeluarkan dalam menyalurkan hasil produksi dari petani karet dengan nilai produk yang dipasarkan. Semakin kecil persentase nilai efisiensi pemasaran maka semakin efisiensi penggunaan saluran pemasaran yang dilakukan petani karet di daerah penelitian.

Untuk mempermudah pemahaman kerangka pemikiran maka secara skematis digambarkan skema kerangka pemikiran sebagai berikut :



Keterangan :
 ————— Menyatakan Hubungan
 —————> Menyatakan Pengaruh

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case study*), yaitu penelitian dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang di tentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lelan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara yang ditentukan secara sengaja (*purposive*). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat (2015), Kecamatan Sei lelan merupakan salah satu sentra produksi tanaman karet yang memiliki luas lahan 2.608 Hektar dengan jumlah hasil produksi sebesar 4.750,2 Ton. Perkebunan karet rakyat di daerah ini sangat memberikan kontribusi terhadap penyediaan lapangan pekerjaan dan pengembangan pembangunan daerah. Daerah ini masih membutuhkan jasa lembaga pemasaran sebagai penyalur getah karet kepada pabrik pengolahan karet sehingga mempengaruhi pendapatan petani karet rakyat di daerah penelitian.

Metode Penarikan Sampel

Populasi petani karet rakyat menurut pra survei yang dilakukan di Desa Jasa Makmur adalah 60 petani. Sampel dalam penelitian ini adalah petani karet rakyat dan lembaga pemasaran hasil produksi perkebunan karet rakyat di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lelan, Kabupaten Langkat. Jumlah sampel yang diambil di daerah penelitian sebanyak 30 petani karet.

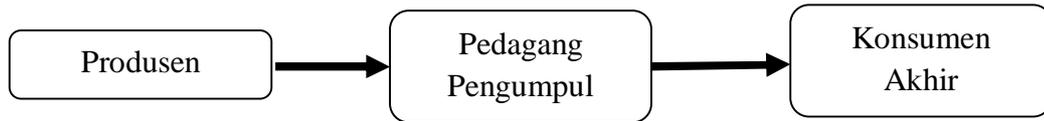
Setiap lembaga pemasaran yang terkait dalam peyaluran getah karet rakyat di daerah penelitian dijadikan sebagai sampel dalam penelitian. Metode pengambilan sampel pada lembaga pemasaran ini dilakukan dengan cara Simple Random Sampling yaitu sample diambil secara acak sederhana dengan jumlah sample seluruhnya 30 orang petani dari total keseluruhan yang ada. Jumlah lembaga pemasaran yang terkait adalah 3 pedagang pengumpul dan 1 pabrik pengolahan getah karet.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung terhadap petani karet rakyat dan lembaga pemasaran di daerah penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner). Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi – instansi terkait seperti: Pedagang Pengumpul, Pabrik Pengolahan Karet, Badan Pusat Statistik dan literatur atau buku-buku pendukung lainnya.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab masalah pertama, diperlukan analisis deskriptif yaitu pada setiap pola pemasaran yang ada, diperlukan analisis biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan baik oleh petani karet rakyat maupun biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran. Adanya perbedaan harga jual petani karet rakyat dengan harga jual lembaga pemasaran kepada pabrik pengolahan karet. Semakin pendek pola pemasaran dalam sebuah skala usaha produk yang dipasarkan, maka semakin baik serta semakin mudah bagi petani dalam menciptakan kesejahteraan terhadap usaha yang dijalankannya (Soekartawi, 2002). Berikut pola pemasaran karet rakyat yang digunakan oleh peneliti :



Untuk menjawab perumusan masalah yang kedua, yaitu menghitung nilai *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran yang ada. Margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi, tergantung berapa besar biaya-biaya yang harus dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Rumus menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut :

$$M_{ji} = C_{ij} + \pi_i \dots\dots\dots (1)$$

atau $M_{ji} = P_{si} - P_{bi} \dots\dots\dots (2)$

$$M_j = \sum M_{ji} \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

M_j = Margin pemasaran total

M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran ke-i

P_{si} = Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i

P_{bi} = Harga pembelian pada lembaga pemasaran ke-i

C_{ij} = Biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-I (Soekartawi, 2002).

Untuk menghitung bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran (*Share Margin*) yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$S_m = \frac{P_p}{P_k} \times 100\%$$

Keterangan :

Sm = *Share Margin* (%)

Pp = Harga yang diterima produsen dan pedagang (Rp)

Pk = Harga yang dibayar oleh pabrik pengolahan karet (Rp)

Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

$$Ep = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Jika nilai $Ep < 50\%$, maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai $Ep \geq 50\%$, maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien (Soekartawi, 2002).

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi dan batasan operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman istilah – istilah yang terdapat dalam penelitian ini :

1. Lokasi penelitian dilaksanakan di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lelan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara
2. Sampel dalam penelitian ini adalah petani karet rakyat dan lembaga-lembaga pemasaran yang terkait dalam penyaluran karet rakyat di Desa Jasa Makmur.
3. Jumlah sampel untuk petani karet rakyat adalah 30 orang dan jumlah sampel untuk lembaga pemasaran sebanyak 5 orang.
4. Petani karet rakyat merupakan petani yang mengelola tanaman karet sebagai mata pencaharian tanpa di bawah naungan pemerintah daerah.
5. Pemasaran adalah proses aliran barang dari produsen ke konsumen akhir yang disertai penambahan guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan.
6. Pedagang Pengumpul adalah pedagang yang mengangkut hasil produksi pertanian dari petani untuk disalurkan kembali kepada pedagang lainnya seperti pedagang besar atau pabrik.
7. Pabrik pengolahan getah karet merupakan badan usaha yang mengolah getah karet menjadi bahan jadi atau setengah jadi, sehingga bahan tersebut memiliki nilai tambah lebih besar daripada getah karet yang diperoleh dari petani atau pedagang pengumpul.
8. Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang terkait satu sama lain dan terlibat dalam penyaluran produk dari produsen sampai konsumen.

9. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk dari produsen ke konsumen, dengan satuan rupiah (Rp).
10. Margin pemasaran adalah selisih antaraharga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen.
11. *Share margin* adalah persentase harga jual terhadap harga beli konsumen akhir, dinyatakan dalam persen (%).
12. Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan tiap unit produk dibagi dengan nilai produk yang dipasarkan, dinyatakan dalam persen (%).

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak dan Luas Daerah

Kecamatan Sei Lengan merupakan salah satu Kecamatan yang berada di Kabupaten Langkat dengan luas wilayah sekitar ,04 km² atau 10,43 % dari total luas wilayah Kabupaten Langkat. kabupaten Langkat sendiri terletak pada 3⁰14' dan 4⁰13' Lintang Utara serta 93⁰51' dan 98⁰45' Bujur Timur. Letak ketinggian dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu pesisir pantai dengan ketinggian 0-4 meter di atas permukaan laut, dataran rendah dengan ketinggian 0-30 meter di atas permukaan laut, dan dataran tinggi dengan ketinggian 30-1200 meter di atas permukaan laut. Secara administratif, batas wilayah Kabupaten Langkat adalah sebagai berikut :

- a) Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka
- b) Sebelah Timur berbatasan dengan Dati II Deli Serdang
- c) Sebelah Selatan berbatasan dengan Dati II Karo
- d) Sebelah Barat berbatasan dengan Dati Aceh Tengah

Kecamatan Sei Lengan terdiri dari 9 Desa dan 5 Kelurahan dan salah satu Desa terbesar di Kecamatan Sei Lengan adalah Desa Jasa Makmur dengan luas wilayah 92,83 km² atau sekitar 14,19% dari total luas wilayah Kecamatan Sei Lengan. Jenis-jenis tanah di Kabupaten Langkat terdiri dari tanah alluvial di sepanjang pantai yang sesuai untuk jenis tanaman pertanian pangan, tanah glei humus rendah di dataran rendah, dan tanah podsolid berwarna merah di dataran tinggi.

Keadaan Penduduk

Keadaan penduduk di wilayah Kecamatan Sei Lapan merupakan suatu masyarakat yang terdiri dari berbagai macam suku, agama, dan adat-istiadat dengan jumlah penduduk keseluruhan 50.068 jiwa dengan tingkat kepadatan penduduk 76 jiwa/km². Sebagian besar penduduk di Kecamatan Sei Lapan memilikisuku Melayu 65%, suku Jawa 15 % dan Batak 10%, selebihnya ditempati oleh suku-suku lainnya. Jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Kecamatan Sei Lapan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Tahun 2015

No	Jenis Kelamin	Jiwa (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	24.540	49
2	Perempuan	25.528	51
Total		50.068	100

Sumber : BPS, Kabupaten Sei Lapan Dalam Angka 2016

Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk laki-laki, dimana jumlah penduduk perempuan sebanyak 25.528 jiwa atau sekitar persentase 51% dan jumlah penduduk laki-laki 24.540 jiwa atau sekitar 49%.

Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur

Penduduk Kecamatan Sei Lapan terdiri dari 50.068 jiwa dengan rumah tangga tersebar di beberapa Desa. Rincian jumlah penduduk menurut kelompok umur di Kecamatan Sei Lapan, dapat diketahui pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Tahun 2015

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	0 – 14	10.857	21,7
2	15 – 54	35.846	71,6
3	> 55	3.365	6,7
Jumlah		50.068	100

Sumber : BPS, Kecamatan Sei Lapan Dalam Angka 2017

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah usia non produktif bayi, balita, anak-anak, dan remaja (0-14 tahun) sebanyak 10.857 jiwa dengan tingkat presentase (21,7%). Jumlah usia produktif (15-54 tahun) sebanyak 35.846 jiwa dengan tingkat presentase 71,6%, sedangkan usia lanjut (>55 tahun) sebanyak 3.365 jiwa dengan tingkat presentase 6,7%.

Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Terdapat beberapa perbedaan tingkat pendidikan penduduk di Kecamatan Sei Lapan sesuai dengan kondisi dan motivasi penduduk dalam memperoleh pendidikan. Rincian jumlah penduduk menurut tingkat pendidikan dapat diketahui berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 4. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2015

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	PAUD-TK	1.378	2,8
2	SD	6.856	13,7
3	SMP	38.046	76,0
4	SMA	3.638	7,2
5	Perguruan Tinggi	150	0,3
Jumlah		50.068	100

Sumber : BPS, Kecamatan Sei Lapan Dalam Angka 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) merupakan jumlah penduduk terbanyak dengan tingkat persentase 76% dan jumlah penduduk dengan tingkat pendidikan perguruan tinggi merupakan jumlah penduduk terkecil dengan tingkat persentase 0,3% dari total jumlah penduduk di Kecamatan Sei Lapan.

Sarana dan Prasarana

Kecamatan Sei Lapan merupakan Kecamatan yang kurang dalam proses pembangunan daerah, sehingga diperlukan sarana dan prasarana yang memadai untuk mengembangkan pembangunan dan mempercepat pertumbuhan ekonomi

daerah. Sarana yang tersedia di Kecamatan Sei Lapan adalah sarana pendidikan, sarana kesehatan, sarana ibadah, dan pasar tradisional. Adapaun rincian tentang sarana di Kecamatan Sei Lapan ini adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Sei Lapan Tahun 2015

No	Sarana dan Prasarana	Unit
1.	Sekolah	
	a. TK	7
	b. SD	9
	c. SMP	8
	d. SMA	6
	e. SMK	2
2.	Kesehatan	
	a. Puskesmas Induk	1
	b. Puskesmas Pembantu	6
	c. Posyandu	26
	d. Balai Pengobatan Swasta	3
	e. Polindes	6
3.	Tempat Ibadah	
	a. Masjid	10
	b. Mushola	14
	c. Gereja	2
4.	Pasar	
	a. Pasar Tradisional	1

Sumber : BPS, Kecamatan Sei Lapan Dalam Angka 2016

Dari Tabel 5 dapat dilihat sarana pendidikan di Kecamatan Sei Lapan yang cukup lengkap mulai dari Taman Kanak-kanak berjumlah (7 unit), Sekolah Dasar berjumlah (9 unit), Sekolah Menengah Pertama berjumlah (8 unit), Sekolah Menengah Atas berjumlah (6 unit), Sekolah Menengah Kejuruan berjumlah (2 unit).

Sarana kesehatan yang ada juga masih tergolong sedikit dibandingkan dengan daerah dekat dengan pusat pasar perkotaan. Sarana kesehatan yang ada antara lain Puskesmas induk (1 unit), puskesmas pembantu (6 unit), Posyandu (26 unit), Balai Pengobatan Swasta (3 unit), dan Polindes (6 unit). Semua sarana kesehatan tersebut tersebar di beberapa Desa/Kelurahan di Kecamatan Sei

Lepan. Rata-rata penduduk di Kecamatan Sei Lapan di dominasi oleh agama Islam sehingga memiliki sarana masjid sebanyak 10 unit dan 14 musholla.

Karakteristik Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani karet rakyat dan lembaga pemasaran di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lapan, Kabupaten Langkat. Penggolongan yang dilakukan kepada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Adapun karakteristik umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 6. Karakteristik Petani Sampel di Desa Jasa Makmur

No	Karakteristik Petani Sampel	Satuan Range	Rata-rata
1	Pengalaman bertani (tahun)	8– 18	13
2	Tingkat pendidikan (tahun)	6 – 12	6
3	Umur (tahun)	42– 51	47
4	Luas lahan (Ha)	2– 4	3
5	Jumlah tanggungan (jiwa)	2 – 5	4

Sumber: Data primer diolah 2017

Rata-rata pengalaman usahatani petani karet rakyat di Desa Jasa Makmur adalah 13 tahun, hal ini menunjukkan bahwa pengalaman bertani sampel cukup lama dalam melakukan kegiatan usahatani karet. Rata-rata lama pendidikan petani sampel adalah 6 tahun atau lulus SD, hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani karet rakyat masih tergolong rendah sehingga mempengaruhi cara mereka berfikir dalam berusahatani. Rata-rata umur petani sampel adalah 47 tahun menunjukkan bahwa petani sampel masih tergolong dalam usia yang produktif. Rata-rata luas lahan petani sampel adalah 3 Ha, hal ini menunjukkan bahwa petani karet rakyat belum memiliki luas lahan yang cukup besar untuk dapat memperoleh jumlah produksi yang lebih banyak.

Karakteristik Sampel Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul di Desa Jasa Makmur adalah pedagang yang membeli getah karet dari petani karet rakyat secara langsung tanpa ada perantara dari agen atau pihak lainnya. Rincian karakteristik pedagang pengumpul di daerah penelitian dapat diketahui berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 7. Karakteristik Pedagang Pengumpul

No	Uraian	Satuan Range	Rataan
1	Pengalaman (Tahun)	14 – 17	15
2	Tingkat Pendidikan (Tahun)	12	12
3	Umur /Usia (Tahun)	48 – 51	49
4	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	4 – 5	5

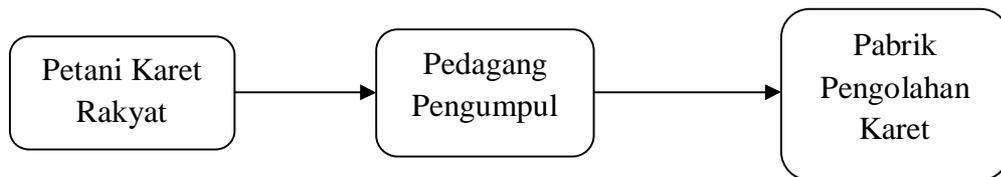
Sumber: Data primer diolah 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa rata-rata pengalaman usaha pedagang pengumpul dalam bidang penyaluran getah karet adalah 14 tahun dengan range antara 14 – 17 tahun. Lama pendidikan rata-rata responden adalah 12 tahun atau dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA). Rata-rata umur pedagang pengumpul di daerah penelitian adalah 49 tahun dengan range antara 48 -51 tahun, sedangkan rata-rata jumlah tanggungan sebesar 5 jiwa dengan range 4 -5 jiwa. Umur yang masih produktif memungkinkan petani karet untuk melakukan kegiatan usahatani secara teratur, sehingga diharapkan mampu meningkatkan hasil produksi yang lebih optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pola Pemasaran Karet Rakyat di Desa Jasa Makmur

Distribusi karet rakyat di Desa Jasa Makmur melibatkan beberapa lembaga pemasaran sehingga terbentuk suatu pola pemasaran karet rakyat sampai kepada pabrik pengolahan karet rakyat. Adapun pola pemasaran karet rakyat yang terbentuk di daerah penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Pola Pemasaran Karet Rakyat di Desa Jasa Makmur

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa pola pemasaran karet rakyat diawali dengan proses distribusi yang dilakukan oleh petani karet rakyat terhadap hasil produksi usahatani karet kepada pedagang pengumpul. Hal ini sengaja dilakukan oleh petani karet rakyat karena adanya keterbatasan akses petani dalam menjual karet rakyat kepada pabrik pengolahan karet. Selain itu, petani memerlukan biaya transportasi jika menjual getah karet kepada pabrik pengolahan. Keinginan petani untuk memperoleh pendapatan secara instan juga menjadi salah satu alasan utama petani menjualnya kepada pedagang pengumpul. Pada saat terjadi penyaluran getah karet, rata-rata harga jual yang ditetapkan petani karet kepada pedagang pengumpul dari Bulan Januari sampai Bulan April sebesar Rp 7.625/Kg.

Adanya keterbatasan modal dan tingginya permintaan petani terhadap penerimaan secara cepat merupakan kendala utama petani dalam meningkatkan pendapatannya. Jika petani karet rakyat mempunyai modal dalam pengembangan

usaha pada bagian penyimpanan getah karet, maka harga jual getah karet akan lebih tinggi daripada harga jual getah karet basah yang biasa disalurkan kepada pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul sebagai lembaga perantara dalam distribusi getah karet memiliki keunggulan daripada petani. Pedagang pengumpul memiliki akses langsung kepada pabrik pengolahan karet yang berada di beberapa perkebunan karet. Selain itu, pedagang pengumpul memiliki keunggulan dalam penyediaan modal, sehingga pembelian getah karet terhadap petani dapat dilakukan dengan jumlah volume yang lebih banyak. Sebelum melakukan penjualan getah karet, umumnya pedagang pengumpul di daerah penelitian melakukan kegiatan penyimpanan untuk mengurangi kadar basah yang terkandung pada getah karet. Harga getah karet kering lebih besar daripada harga karet basah sehingga pedagang pengumpul memutuskan untuk menjual getah karet kering kepada pabrik pengolahan karet mengingat beberapa biaya yang sudah dikeluarkan pedagang pengumpul dalam proses distribusi getah karet berlangsung. Rata-rata harga jual getah karet kering antara Bulan Januari – Bulan April kepada pabrik pengolahan karet di daerah penelitian adalah Rp 13.750/Kg.

Kendala yang dihadapi pedagang pengumpul dalam proses distribusi getah karet yaitu diperlukan waktu dalam proses penyimpanan getah karet sehingga penerimaan yang diperoleh dari penjualan getah karet tidak dapat diterima langsung bersamaan dengan hari pembelian getah karet dari petani karet rakyat. Selain itu, pabrik menginginkan getah karet dengan jumlah volume yang cukup besar sehingga pedagang pengumpul dituntut untuk dapat meyakinkan beberapa petani dalam proses pembelian getah karetnya. Semakin besar modal pedagang

pengumpul, maka semakin luas akses pembelian getah karet yang dilakukan pedagang pengumpul, baik di Desa Jasa Makmur ataupun di daerah lainnya.

Pabrik pengolahan karet rakyat menjadi lembaga pemasaran terakhir dalam proses distribusi getah karet di Desa Jasa Makmur. Pabrik pengolahan ini hanya dimiliki oleh perusahaan perkebuan karet saja, karena di daerah penelitian tidak ditemukan pabrik pengolahan khusus untuk petani karet rakyat. Pabrik pengolahan karet merupakan pabrik yang menciptakan nilai tambah dari bahan baku getah karet, sehingga memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi daripada getah karet yang dijual oleh petani ataupun pedagang pengumpul. Pembelian getah karet yang dilakukan oleh pabrik merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mencukupi ketersediaan bahan baku pada proses pembuatan suatu produk.

Rata-rata penjualan dan pembelian getah karet yang dilakukan oleh lembaga pemasaran di Desa Jasa Makmur adalah sebagai berikut :

Tabel 8. Rata-Rata Penjualan dan Pembelian Getah Karet per Minggu Berdasarkan Saluran Pemasaran di Desa Jasa Makmur

Komponen	Rata-rata Penjualan dan Pembelian Getah Karet			
	Volume Pembelian (Kg)	Volume Penjualan (Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
Petani Karet Rakyat	-	240	-	7.625
Pedagang Pengumpul	2.107	1.985	7.625	14.000

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah rata-rata produksi yang merupakan volume penjualan petani karet rakyat di daerah penelitian sebesar 240 Kg/Minggu dengan rata-rata harga jual getah karet dari Bulan Januari-April sebesar Rp 7.625/Kg. Rata-rata volume pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul terhadap beberapa petani karet rakyat di Desa Jasa Makmur sebesar

2.107 Kg/Minggu dengan harga jual kepada pabrik pengolahan karet sebesar Rp 14.000/Kg. Proses penyimpanan yang dilakukan pedagang pengumpul mengakibatkan adanya penyusutan bobot pada getah karet, sehingga jumlah volume yang terjual kepada pabrik sebesar 1.985 Kg/Minggu. Nilai penyusutan bobot ini merupakan resiko pedagang pengumpul dalam mendistribusikan getah karet kering kepada pabrik, tetapi hal ini juga dapat memberikan keuntungan bagi pedagang pengumpul karena harga jual ke pabrik menjadi lebih besar daripada harga beli dari petani karet rakyat, sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan dapat ditutupi dengan adanya nilai harga jual yang mendukung.

Biaya Saluran Pemasaran Karet Rakyat Di Desa Jasa Makmur

Biaya pemasaran merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam proses distribusi suatu produk berlangsung. Dalam proses distribusi getah karet di daerah penelitian, biaya pemasaran hanya dikeluarkan oleh pedagang pengumpul saja, karena rantai pemasaran untuk getah karet hanya berlangsung mulai dari petani sebagai penghasil bahan baku, pedagang pengumpul sebagai penyalur getah karet, dan pabrik pengolahan karet sebagai perusahaan yang menciptakan nilai tambah dari bahan baku yang diterima dari pedagang pengumpul. Adapun rincian biaya-biaya saluran pemasaran yang terjadi dalam proses distribusi getah karet sampai kepada pabrik pengolahan karet di Desa Jasa Makmur adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Biaya Saluran Pemasaran Getah Karet di Desa Jasa Makmur

Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	DistribusiMargin (%)	Share Margin (%)
A. Petani	-	-	-
• Harga Jual	7.625	-	55,45
B. Pedagang Pengumpul	-	-	-
• Harga Beli	7.625	-	-
• Transportasi	166	2,7	1,2
• Tenaga Kerja	190	3,1	1,38
• Penyimpanan	119	1,9	0,86
• Penyusutan Bobot	1.600	26,1	11,63
• Total Biaya Pemasaran	2075	33,8	15,09
• Harga Jual ke Pabrik	13.750	-	-
Profit Penjualan (Rp)	4.050	66,12	-
C. Total Margin Pemasaran	6.125	-	-

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa secara rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul adalah Rp 2.075/Kg, rata-rata harga belike petani karet rakyat dari Bulan Januari – April sebesar Rp 7.625/Kg dan rata-rata harga jual yang dikeluarkan pedagang pengumpul ke pabrik pengolahan karet pada Bulan Januari – April sebesar Rp 13.750/Kg, maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul dalam proses penyaluran getah karet sebesar Rp 4.050/Kg. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul berdasarkan hasil penyimpanan yang dilakukan dengan maksud untuk dapat menaikkan harga jual kepada pabrik pengolahan karet. Pabrik tidak menerima getah karet basah dalam proses transaksi penjualan dan jika pabrik tetap menerima hal tersebut, harga jual akan pedagang pengumpul biasanya diturunkan atau lebih kecil dari rata-rata penjualan yang sudah diketahui. Berdasarkan informasi di lapangan, jumlah volume penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul di Desa Jasa Makmur paling tidak harus lebih besar dari 1 ton per minggunya.

B. *Share Margin* dan Efisiensi Pemasaran Karet Rakyat di Desa Jasa Makmur

Perhitungan *Share Margin* digunakan untuk mengetahui tingkat harga yang digunakan petani dalam memasarkan hasil produksinya dibandingkan harga beli pada pabrik pengolahan karet. Jika persentase *Share Margin* lebih tinggi maka semakin efisien keputusan harga yang digunakan petani untuk setiap kilogramnya. Nilai *Share Margin* dapat diketahui dari perhitungan di bawah ini :

$$\text{Share Margin} = \frac{\text{Rp } 7.625/\text{Kg}}{\text{Rp } 13.750/\text{Kg}} \times 100 \%$$

$$\text{Share Margin} = 55,45\%$$

Hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai *Share Margin* sebesar 55,45%, artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan petani karet rakyat termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual getah karet sekarang, petani masih dapat memperoleh keuntungan dari kegiatan usahatani karet rakyat yang dilakukan. Dikatakan efisien jika harga jual petani lebih dari atau sama dengan 40% dari harga beli di tingkat pabrik. Nilai keuntungan petani akan lebih besar jika masing-masing petani karet rakyat memiliki akses dan modal dalam proses pemasaran getah karet ke pabrik pengolahan karet.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran yang pada saluran pemasaran karet rakyat di Desa Jasa Makmur, maka diperlukan perhitungan pada tingkat efisiensi pemasaran (EP) pada hasil produksi petani berupa getah karet. Nilai efisiensi pemasaran getah karet dapat diketahui pada rumus berikut ini :

$$\text{EP} = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Total Nilai Produksi}} \times 100\%$$

$$\text{EP} = \frac{\text{Rp } 2.075/\text{Kg}}{\text{Rp } 13.750/\text{Kg}} \times 100\%$$

$$\text{EP} = 15,09 \%$$

Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran sebesar 15,09%. Nilai efisiensi yang kecil menunjukkan bahwa penggunaan saluran pemasaran yang ada di Desa Jasa Makmur dapat dikatakan efisien karena adanya perbandingan total biaya pemasaran yang rendah dengan harga jual kepada pabrik pengolahan karet. Proses distribusi yang dilakukan pedagang pengumpul memiliki biaya pemasaran rendah, sehingga jika pedagang pengumpul memiliki modal yang lebih besar, maka volume pembelian akan semakin banyak dan profit yang diperoleh akan semakin meningkat. Petani memiliki keterbatasan modal dan akses dalam memasarkan getah karet dalam bentuk kering, karena petani hanya menginginkan penerimaan secara cepat tanpa proses penyimpanan secara merata terhadap getah karet yang sudah dikumpulkan setiap minggunya, sehingga harga jual petani lebih rendah dengan harga jual di pedagang pengumpul.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa hanya terdapat 1 pola pemasaran karet rakyat yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul, dan pabrik pengolahan karet saja. Hal ini disebabkan oleh adanya keterbatasan petani dalam menyalurkan hasil produksi dan pedagang pengumpul hanya melakukan penjualan langsung kepada pabrik pengolahan karet yang dimiliki oleh perusahaan perkebunan di sekitar daerah penelitian. Rata-rata harga jual yang ditetapkan petani karet rakyat antara Bulan Januari – April adalah Rp 7.625/Kg dan rata-rata harga jual yang ditetapkan pedagang pengumpul kepada pabrik pengolahan karet sebesar Rp 13.750Kg.
2. Hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai *Share Margin* sebesar 55,45%, artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan petani termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual getah karet sekarang, petani masih dapat memperoleh keuntungan untuk melakukan kegiatan usahatani selanjutnya. Dikatakan efisien jika harga jual petani lebih dari atau sama dengan 40% dari harga beli di tingkat pabrik. nilai efisiensi pemasaran dari kegiatan distribusi getah karet diperoleh sebesar 15,09%. Nilai efisiensi yang semakin kecil menunjukkan bahwa penggunaan saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian dapat dikatakan semakin efisien karena penggunaan biaya pemasarannya sedikit sesuai dengan pola pemasaran yang ada.

Saran

1. Kepada petani karet rakyat sebaiknya melakukan tindakan dalam pengembangan usaha baik perluasan lahan maupun penyediaan gudang penyimpanan getah karet untuk meningkatkan harga jual dari getah karet yang sudah dikumpulkan. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan petani secara langsung jika penjualan dilakukan kepada pihak pabrik pengolahan karet.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang analisis investasi usahatani karet rakyat, sehingga dapat diketahui masalah yang sering dihadapi petani dalam pengembangan dan penyediaan beberapa sarana penunjang peningkatan harga jual getah karet yang sudah dihasilkan dari kegiatan usahatani karet rakyat.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, P.M. 2005. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. PT. Grafindo. Persada. Jakarta.
- Anwar, C.2001.*Manajemen Dan Teknologi Budidaya Karet*.Pusat Penelitian Karet Medan.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Langkat. 2015. *Luas Tanaman dan Jumlah Produksi Tanaman Karet Rakyat Dalam Angka*. Kabupaten Langkat.
- Budiman, H. 2012. *Prospek Tinggi Bertanam Karet*. Pustaka Baru Press.Yogyakarta.
- Damanik, dkk. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Karet*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan. Bogor.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi Peternakan*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Dwi, Risa Nastalia. 2014. Analisis Kelayakan Finansial Usaha Perkebunan Karet Rakyat Swadaya Di Desa Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. *Jurnal Departemen Gribisnis*. Fakultas Pertanian. Universitas Riau.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Herdiansyah, Rikky. 2015. Peningkatan Kinerja Pemasaran Karet Alam Rakyat Melalui Optimalisasi Rantai Pasok. *Jurnal*. Program Studi Magister Sains Agribisnis, Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi Dan Manejamen, Institut Pertanian Bogor.
- Kementan.2012. *Pemasaran Ekspor Karet Rakyat Indonesia*.Kementerian Pertanian. Indonesia.
- Nurul, Dwi Amalia. 2013. Sistem Pemasaran Karet Di Provinsi Jambi Dengan Pendekatan Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Pasar. *Jurnal*. Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Mubyarto. 1997. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Cetakan keempat. LP3ES. Jakarta.
- Siregar, dkk.(2012). *Analisis PotensiPengembangan Perkebunan Karet Rakyat di KabupatenMandailing Natal*.*Jurnal.ForumPascasarjana*, 35(1), 1–13.Provinsi Sumatera Utara.
- Soekartawi.2002. *Prinsip Dasar Manajemen PemasaranPertanian Teori dan Aplikasinya*.Penerbit PT. Raja Grafindo. Jakarta.

Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta. Bandung.

_____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta : Bandung

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Petani Sampel

No Sampel	Luas Lahan (Ha)	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)
1	4	50	SD	15	5
2	4	46	SMP	10	3
3	3	43	SMP	9	3
4	3	47	SMP	10	4
5	4	44	SMP	9	3
6	3	50	SD	17	4
7	4	51	SD	16	5
8	4	48	SD	11	3
9	3	48	SMP	12	4
10	2	42	SMA	12	2
11	4	47	SMP	16	4
12	3	50	SD	18	5
13	4	51	SD	17	5
14	4	50	SD	15	4
15	3	48	SMP	12	3
16	4	46	SMP	11	2
17	2	46	SMA	10	3
18	4	50	SD	16	4
19	4	49	SD	14	4
20	2	45	SMP	11	3
21	3	46	SD	12	3
22	4	42	SMA	8	2
23	2	49	SD	14	3
24	3	45	SMP	12	3
25	4	51	SD	17	3
26	4	48	SMP	15	4
27	3	47	SMA	17	3
28	3	49	SMP	16	3
29	4	50	SMA	15	4
30	2	48	SD	12	2
Jumlah	100	1426	-	399	103
Rataan	3	47	-	13	4

Sumber : Data primer diolah, 2017

Lampiran 2. Harga Jual Getah Karet Petani dan Pedagang Pengumpul Pada Bulan Januari – Bulan April di Desa Jasa Makmur, Kecamatan Sei Lapan

Bulan	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	Harga Jual Pedagang Pengumpul (Rp/Kg)	Margin Pemasaran
Januari	7.000	13.000	6.000
Februari	7.500	14.000	6.500
Maret	8.000	14.000	6.000
April	8.000	14.000	6.000
Jumlah	30.500	55.000	24.500
Rata-rata	7.625	13.750	6.125

Sumber : Data primer diolah, 2017

Lampiran 3. Jumlah Produksi dan Penerimaan Petani Karet Rakyat per Minggu Pada Bulan April

Nomor Sampel	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Produksi (Kg/Minggu)	Harga Jual Bulan April (Rp/Kg)	Total Penerimaan (Rp/Minggu)
1	4	300	8000	2400000
2	4	290	8000	2320000
3	3	205	8000	1640000
4	3	200	8000	1600000
5	4	290	8000	2320000
6	3	210	8000	1680000
7	4	285	8000	2280000
8	4	295	8000	2360000
9	3	200	8000	1600000
10	2	140	8000	1120000
11	4	290	8000	2320000
12	3	200	8000	1600000
13	4	295	8000	2360000
14	4	300	8000	2400000
15	3	210	8000	1680000
16	4	300	8000	2400000
17	2	140	8000	1120000
18	4	295	8000	2360000
19	4	290	8000	2320000
20	2	140	8000	1120000
21	3	210	8000	1680000
22	4	295	8000	2360000
23	2	145	8000	1160000
24	3	195	8000	1560000
25	4	300	8000	2400000
26	4	300	8000	2400000
27	3	210	8000	1680000
28	3	210	8000	1680000
29	4	300	8000	2400000
30	2	140	8000	1120000
Jumlah	100	7180	240000	57440000
Rataan	3	240	8000	1914666

Sumber : Data primer diolah, 2017

Lampiran 4. Karakteristik Pedagang Pengumpul

Nomor Sampel	Umur (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Status Kepemilikan
1	51	17	SMA	5	Milik Sendiri
2	49	15	SMA	5	Milik Sendiri
3	48	14	SMA	4	Milik Sendiri
Jumlah	148	46		14	
Rata-rata	49	15		5	

Sumber : Data primer diolah, 2017

Lampiran 5. Volume Pembelian dan Penjualan Pedagang Pengumpul Pada Bulan April

Nomor Sampel	Umur (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Sumber Pembelian	Volume Pembelian (Kg/Minggu)	Harga (Rp/Kg)	Volume Penjualan (Kg/Hari)	Penyusutan Bobot (Kg)	Harga (Rp/Kg)	Tujuan Penjualan
1	51	17	Petani	1980	8,000	1584	396	14,000	Pabrik
2	49	15	Petani	2190	8,000	1752	438	14,000	Pabrik
3	48	14	Petani	2150	8,000	1720	430	14,000	Pabrik
Jumlah	148	46	-	6,320	24,000	5,056	1,264	42,000	-
Rataan	49	15	-	2107	8,000	1685	421	14,000	-

Sumber : Data primer diolah, 2017

Lampiran 6. Biaya Saluran Pemasaran I

Nomor Sampel	Volume Pembelian (Kg)	Rata-rata Harga Beli (Rp/Kg)	Biaya Transportasi (Rp/Kg)	Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	Biaya Penyimpanan (Rp/Kg)	Biaya Penyusutan Bobot (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Rata-rata Harga Jual (Rp/Kg)	Profit (Rp/Kg)
1	1980	7.625	177	202	126	1600	2105	13.750	4.020
2	2190	7.500	160	183	114	1600	2057	13.750	4.068
3	2150	7.550	163	186	116	1600	2065	13.750	4.060
Jumlah	6320	22.675	499	571	357	4800	6227	41.250	12.148
Rata-rata	2107	7.558	166	190	119	1600	2075	13.750	4.050

Sumber : Data primer diolah, 2017