

**ANALISIS PEMASARAN BOKAR DI DESA PANEROKAN  
KECAMATAN BAJUBANG KABUPATEN BATANGHARI**

**JURNAL**

**SITI HAJAR**



**JURUSAN/PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JAMBI  
2018**

**ANALISIS PEMASARAN BOKAR DI DESA PANEROKAN  
KECAMATAN BAJUBANG KABUPATEN BATANGHARI**

**Siti Hajar <sup>1)</sup>, Ernawati Hamid <sup>2)</sup>, dan  
Ardhiyan Saputra <sup>3)</sup>**

**JURNAL**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas  
Pertanian Universitas Jambi**

**JURUSAN /PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS JAMBI  
2018**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PEMASARAN BOKAR DI DESA PANEROKAN  
KECAMATAN BAJUBANG KABUPATEN BATANGHARI**

**SITI HAJAR**

**D1B012113**

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ir. Ernawati HD., M.P  
NIP. 19600117 198701 2 001

Ardhiyan Saputra., S.P., M.Si  
NIP. 19791009 200604 1 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan/Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian Universitas Jambi

Ir. Emy Kernalis., M.P  
NIP. 19590520 198603 2 002

## ANALISIS PEMASARAN BOKAR DI DESA PANEROKAN KECAMATAN BAJUBANG KABUPATEN BATANGHARI

Siti Hajar<sup>1)</sup>, Ernawati HD<sup>2)</sup> dan Ardhiyan Saputra<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi

<sup>2)</sup>Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi

Email : [shajar38@yahoo.co.id](mailto:shajar38@yahoo.co.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis saluran pemasaran bokar, peranan lembaga pemasaran bokar, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* pemasaran bokar serta menganalisis perbedaan *farmer's share* yang diterima petani pada masing-masing saluran pemasaran bokar. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang pada bulan Mei sampai bulan Juni 2017 dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang petani dan 9 orang pedagang pengumpul. Penarikan sampel untuk petani menggunakan metode *Simple Random Sampling* (secara acak sederhana), sedangkan untuk pedagang pengumpul menggunakan metode *snowball sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan menggunakan alat analisis uji beda dua rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 saluran pemasaran bokar dengan 3 lembaga pemasaran bokar. Biaya saluran pemasaran I sebesar Rp 608/Kg, keuntungan Rp 1.854/Kg dan margin Rp 2.462/Kg serta *farmer's share* yang diterima petani 77,92%. Biaya pemasaran pada saluran II Rp 455/Kg dengan keuntungan Rp 3.003/Kg, margin Rp 3.458/Kg dan *farmer's share* 68,56%. Biaya pemasaran pada saluran III Rp 75/Kg dengan keuntungan Rp 3.446/Kg, margin Rp 3.521/Kg dan *farmer's share* 67,99%. Berdasarkan hasil uji beda dua rata-rata terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani pada saluran pemasaran I dan II. *Farmer's share* yang diterima petani pada saluran I dan III terdapat perbedaan, sedangkan pada saluran pemasaran II dan III tidak terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani karet di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari.

**Kata kunci : analisis, bokar, saluran pemasaran, peranan lembaga pemasaran**

### ABSTRACT

*This research is aimed at analyzing bokar marketing channel, role of marketing agent of bokar, marketing cost, marketing profit, marketing margin and farmer's share of bokar marketing and analyzing farmer's share difference received by farmers in each bokar marketing channel. This research was conducted in Panerokan Village Bajubang Sub-district from May to June 2017 with 90 samples of farmers and 9 collecting merchants. Sampling for farmers using Simple Random Sampling method (randomly simple), while for collectors using snowball sampling method. The analytical tool used is qualitative descriptive analysis and using the mean test equipments test of two average. The results showed that there are 3 channels of marketing bokar with 3 marketing agencies bokar. Marketing channel I fee of Rp 608 / Kg. Profit Rp 1.854/ Kg and margin Rp 2.462/ Kg and farmer's share received by farmers of 77.92%. Marketing costs on channel II Rp 455/ Kg with profit Rp 3.003 / Kg, margin Rp 3,458/Kg and farmer's share 68.56%. Marketing costs on channel III Rp 75 / Kg with a profit Rp 3.446/ Kg, margin Rp 3,521/Kg and farmer's share 67.99%. Based on the result of difference test of two average there is difference of farmer's share that accepted by farmer on marketing channel I and II. Farmer's share received by farmers in channel I and III there are differences, whereas in marketing channel II and III there is no difference of farmer's share received by rubber farmers in Panerokan Village Bajubang Sub-district, Batanghari District.*

**Keyword : analysis, bokar, marketing channels, role of marketing agency**

## PENDAHULUAN

Komoditi karet diusahakan di semua Kabupaten di Provinsi Jambi. Kabupaten Batanghari memiliki sumbangan produksi terbesar di Provinsi Jambi dengan luas lahan terbesar ke empat setelah Kabupaten Merangin, Sarolangun dan Tebo yaitu sebesar 113.292 ha serta produksi terbesar di Provinsi Jambi yaitu 72.780 ton, dan produktivitas 0,943 ton per hektar per tahun. Kecamatan Batin XXIV memiliki luas lahan dan produksi karet terbesar di Kabupaten Batanghari yaitu sebesar 23.471 ton/tahun kemudian disusul oleh Kecamatan Bajubang, adapun luas lahan yang dimiliki Kecamatan Bajubang adalah 22.919 ha dengan total produksi sebesar 16.279 ton/tahun, akan tetapi produktivitas Kecamatan Batin XXIV masih berada di bawah Kecamatan Bajubang. Disamping memperhatikan besarnya produksi dan produktivitas, pemasaran bokar juga berperan penting dalam pengembangan komoditi karet di Kecamatan Bajubang. Menurut P. H. Nystrom dalam Mursid (2015), tujuan akhir dari setiap produk adalah pemasaran. Kegiatan pemasaran bukan hanya sekedar menjual barang melainkan harus mencakup segala fungsi dan kegiatan pemasaran yang sangat luas.

Pada umumnya, penjualan hasil dari perkebunan karet yaitu berupa bahan olah karet (bokar) di Kabupaten Batanghari melalui pasar lelang karet dan non pasar lelang karet. Akan tetapi, Kabupaten Batanghari yang merupakan sentra produksi karet di Provinsi Jambi hanya mempunyai dua pasar lelang karet yang telah terdaftar di Disperindag yaitu berada di Desa Panerokan dan di Desa Ladang Peris. Desa Panerokan dan Desa Ladang Peris tersebut merupakan Desa yang berada di Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari. produksi bokar terbesar di Kecamatan Bajubang berada di Desa Panerokan sebesar 4.371 ton pada luas lahan 4.947 ha, kemudian di susul oleh Desa Ladang Peris dengan produksi sebesar 4.176 ton pada luas lahan 4.790 ha. Jumlah petani karet yang menghasilkan bokar di Desa Panerokan merupakan jumlah petani terbanyak di Kecamatan Bajubang yaitu sebanyak 1.573 KK, banyaknya jumlah petani dan tingginya produksi bokar tidak sejalan dengan penjualan bokar ke pasar lelang karet.

Transaksi pasar lelang karet di Desa Panerokan per periode dari Januari sampai Desember 2014 berfluktuatif dengan rata-rata peserta di pasar lelang karet sebanyak 192 orang. Produksi bokar di Desa Panerokan sebanyak 4.371 ton, namun rata-rata volume bokar yang masuk di pasar lelang karet dalam satu tahun hanya mencapai 415,38 ton. Data ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara produksi bokar dengan volume bokar di pasar lelang karet, artinya pada tahun 2014 hanya sekitar 10 persen produksi bokar di Desa Panerokan yang masuk ke pasar lelang karet dan 90 persennya lagi di jual ke non pasar lelang karet. Banyaknya petani karet yang menjual bokar ke non pasar lelang karet, salah satunya dikarenakan kualitas bokar yang dihasilkan oleh petani karet masih rendah dimana masih banyak terdapat tatal, petani yang kekurangan modal atau memerlukan pinjaman uang. Apabila petani meminjam uang kepada pedagang pengumpul maka tidak perlu persyaratan yang rumit. Pedagang pengumpul dengan mudah akan memberikan pinjaman tersebut dengan jaminan rasa saling percaya. Petani juga terkendala dengan jauhnya jarak yang ditempuh untuk menjual bokar ke pasar lelang karet atau *crumb rubber* sebagai konsumen akhir, setidaknya petani karet mempunyai alat angkut transportasi untuk menjual ke pasar lelang karet atau *crumb rubber*, dibutuhkannya alat angkut ini akan menimbulkan biaya yang dirasa petani cukup berat. Besarnya biaya yang dikeluarkan mengakibatkan harga

yang di terima petani menjadi rendah dan selanjutnya akan mempengaruhi besarnya margin pemasaran.

Pada umumnya, permasalahan dalam pemasaran karet yang dihadapi adalah petani karet menempati posisi yang kurang menguntungkan dalam transaksi pemasaran bokar, panjangnya rantai pemasaran sehingga banyaknya lembaga pemasaran yang berperan di dalam pemasaran karet. Hal ini tentunya akan menimbulkan perbedaan harga yang diterima petani karet yang menjual bokarnya ke pasar lelang karet atau melalui pedagang pengumpul. Berdasarkan uraian di atas, penelitian bertujuan (1) untuk mengetahui saluran pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari, (2) untuk mengetahui peranan lembaga pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari, (3) untuk menganalisis biaya, keuntungan, marjin dan *farmer's share* pada pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari, (4) untuk mengetahui perbedaan *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari. Pemilihan tempat lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari merupakan salah satu daerah yang mempunyai produksi karet tertinggi di Provinsi Jambi. Penelitian ini difokuskan pada Analisis Pemasaran Bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari yang mencakup saluran pemasaran bokar dan peranan lembaga pemasaran bokar yang terlibat dalam pemasaran bokar, biaya, keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share* pada pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari.

Besarnya sampel yang akan diambil ditentukan menggunakan metode slovin dengan presisi 15 persen. Jumlah populasi petani karet adalah 1.573 orang petani, diperoleh sampel sebagai berikut:

Tabel 1. Populasi dan Sampel Petani Karet

No	Pemasaran	Populasi Petani Karet (Orang)	Sampel (Orang)
1	Pasar Lelang	192	40
2	Non Pasar Lelang	1.381	50
	Jumlah	1.573	90

Sumber : BPK3 Kecamatan Bajubang dan KUD Berdikari, 2015

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Sampel diambil 90 orang petani dari 1.573 populasi petani. Sedangkan penarikan contoh responden pedagang pengumpul menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu ditentukan secara sengaja yakni pedagang pengumpul yang membeli bokar dari petani responden dan sampel ditelusuri berdasarkan aliran bokar dari petani produsen hingga *crum rubber*. Jumlah sampel pedagang pengumpul pada setiap tingkatan ditetapkan maksimal 9 responden.

## Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan satu dan dua adalah analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menggambarkan secara umum peranan lembaga pemasaran dan saluran pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari. Untuk mengetahui peranan lembaga pemasaran dan saluran pemasaran bokar dengan cara menelusuri pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran bokar serta menelusuri mata rantai saluran pemasaran dari tingkat petani selaku produsen sampai pada konsumen akhir (*crumb rubber*).

Analisis kuantitatif digunakan untuk menjawab permasalahan dan tujuan ketiga dilakukan dengan alat analisis biaya, keuntungan lembaga pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share*. Biaya pada lembaga pemasaran yaitu semua biaya yang dikeluarkan akibat pelaksanaan fungsi-fungsi pemasaran, termasuk penyusutan bokar, baik kuantitas maupun kualitas yang terjadi selama proses penyaluran bokar pada lembaga pemasaran tersebut. Untuk menghitung margin, keuntungan dan *farmer's share* pemasaran bokar menurut Asmarantaka (2014) secara matematis dapat ditulis.

$$MP = Pr - Pf$$

$$\Pi = MP - BP$$

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

Dimana :

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat *crumb rubber* (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

$\Pi$  = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

BP = Biaya Pemasaran

FS = *Farmer's share* (%)

Setelah mengetahui dan memperoleh hasil dari *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran bokar dilakukan uji beda dua rata-rata. Pengujian hipotesis menggunakan t-uji dua sampel independen separated varians (ragam pisah) yang dirumuskan sebagai berikut :

$$t_{hit} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left[ \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \right] \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Dimana :

$\bar{x}_1$  = Rata-rata *farmer share* sampel pada saluran 1

$\bar{x}_2$  = Rata-rata *farmer share* sampel pada saluran 2

$n_1$  = Jumlah sampel pada saluran 1

$n_2$  = Jumlah sampel pada saluran 2

$S_1^2$  = Variabel sampel pada saluran 1

$S_2^2$  = Variabel sampel pada saluran 2

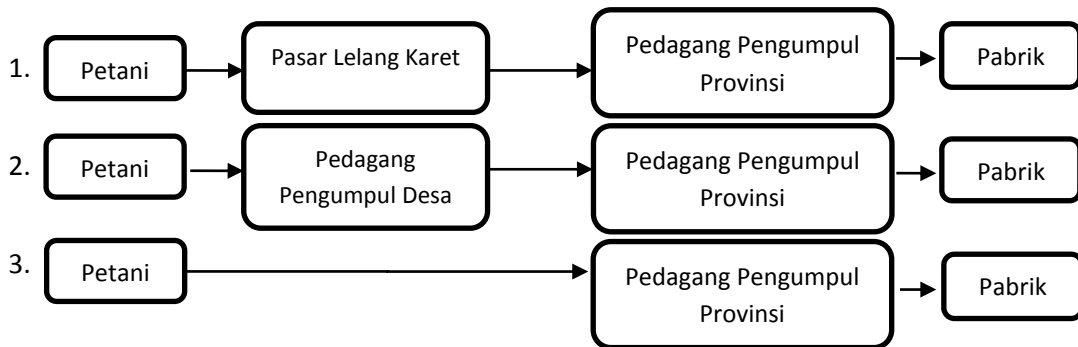
Kaedah keputusan yang digunakan adalah:

Bila  $t_{hit}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$  dengan derajat bebas ( $n_1 + n_2 - 2$ ) maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima artinya terdapat perbedaan *farmer share* yang signifikan pada dua saluran yang berbeda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Bokar

Dari hasil penelitian di lapangan, terdapat perbedaan jalur yang ditempuh menuju *crumb rubber* atau konsumen akhir yaitu ditemukan 3 saluran pemasaran. Adapun saluran pemasaran bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Bokar di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang

### Peranan Lembaga Pemasaran Bokar

Beberapa lembaga pemasaran yang terlibat langsung dalam pemasaran bokar dimulai dari Pasar lelang karet, pedagang pengumpul Desa dan pedagang pengumpul Provinsi.

#### Peranan Pasar Lelang Karet

Peranan Pasar Lelang Karet dapat dilihat dari fungsi-fungsi pemasaran sebagai berikut :

##### 1. Fungsi Pertukaran

Didalam proses pemasaran bokar, pada fungsi pertukaran inilah harga ditentukan. Rata-rata harga jual bokar petani responden di pasar lelang karet sebesar Rp 8.687,5/Kg, sementara rata-rata harga jual bokar pada pedagang pengumpul provinsi sebesar Rp 9.602,5/Kg. Ada 2 macam fungsi yang dapat dirinci dari fungsi pertukaran yaitu fungsi pembelian dan fungsi penjualan.

Tabel 2. Peranan Pasar Lelang Karet Berdasarkan Fungsi Pertukaran

Fungsi Pertukaran	Petani	Pasar Lelang	PPDes	PPKec	PPKab	PPProv	Crumb Rubber
Penjualan	✓	-	-	-	-	-	-
Pembelian	-	-	-	-	-	✓	-

Penjualan bokar di pasar lelang karet Desa Panerokan Kecamatan Bajubang dari petani sebagai produsen. Sedangkan, pembeli pedagang pengumpul provinsi.

##### 2. Fungsi Fisik

Tabel 3. Peranan Pasar Lelang Karet Berdasarkan Fungsi Fisik

Fungsi Fisik	Ada	Tidak Ada
Penyimpanan	-	✓
Pengangkutan	✓	-
Perubahan Bentuk	-	✓



Pada pasar lelang karet proses penyimpanan bokar tidak dilakukan, karena bokar dari petani langsung dijual dan diangkut oleh pembeli pada hari pasar lelang karet dilaksanakan.

### 3. Fungsi Fasilitas

Tabel 4. Peranan Pasar Lelang Karet Berdasarkan Fungsi Fasilitas

Fungsi Fasilitas	Ada	Tidak Ada
Standarisasi	✓	-
Resiko :		
Resiko Fisik	✓	-
Resiko Pasar		✓
Pengumpulan	✓	-

Proses standarisasi bokar di pasar lelang karet dilakukan yang bertujuan untuk membantu pembelian dan penjualan bokar yang memudahkan dalam transaksi, karena bokar dari petani akan mudah diterima oleh pabrik. Resiko yang timbul pada pasar lelang karet biasanya cenderung pada resiko fisik sedangkan untuk resiko pasar sangat kecil kemungkinan akan terjadi karena, biasanya harga di pasar lelang karet telah ditetapkan dan transparan sehingga perubahan harga di pasar lelang karet cukup stabil. Resiko fisik yang sering terjadi di pasar lelang karet disebabkan karena adanya proses pengumpulan terlebih dahulu, jadi bokar yang dihasilkan petani sebelum ditimbang dikumpulkan di pasar lelang karet di tempat yang terbuka dan terpapar cahaya matahari secara langsung dalam waktu sekitar 6 jam, sehingga kadar air pada bokar menyusut.

### Peranan Pedagang Pengumpul Desa

#### 1. Fungsi Pertukaran

Rata-rata harga jual bokar di tingkat petani responden pada pedagang pengumpul Desa sebesar Rp 7.570/Kg, sementara rata-rata harga jual bokar pada pedagang pengumpul Desa sebesar Rp 9.000/Kg. Harga yang diterima petani dari pedagang pengumpul Desa umumnya tidak jauh berbeda dengan harga yang berlaku di pasar Lelang karet selisih harganya yaitu sebesar Rp 1.275/Kg.

Tabel 5. Peranan Pedagang Pengumpul Desa Berdasarkan Fungsi Pertukaran

Fungsi Pertukaran	Petani	Pasar Lelang	PPDes	PPKec	PPKab	PPPProv	Crumb Rubber
Penjualan	✓	-	-	-	-	-	-
Pembelian	-	-	-	-	-	✓	-

Penjualan bokar pada pedagang pengumpul desa di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang dari petani sebagai produsen. Sedangkan, pembelian pedagang pengumpul provinsi.

#### 2. Fungsi Fisik

Tabel 6. Peranan Pedagang Pengumpul Desa Berdasarkan Fungsi Fisik

Fungsi Fisik	Ada	Tidak Ada
Penyimpanan	✓	-
Pengangkutan	✓	-
Perubahan Bentuk	-	✓

Pemasaran bokar pada tingkat pedagang pengumpul desa dilakukan proses penyimpanan bokar, karena bokar dari petani bisa kapan saja dibeli atau diterima oleh pedagang pengumpul desa. Adapun transportasi untuk mengangkut bokar biasa yang

digunakan yaitu mobil *pick up* maupun truk. Bentuk bokar dalam transaksi jual beli bokar pada pedagang pengumpul desa yaitu dalam bentuk slab dan bokar dari petani tidak terjadi perubahan bentuk.

## 2. Fungsi Fasilitas

Tabel 7. Peranan Pedagang Pengumpul Desa Berdasarkan Fungsi Fasilitas

Fungsi Fasilitas	Ada	Tidak Ada
Standarisasi	✓	-
Resiko :		
Resiko Fisik	✓	-
Resiko Pasar	✓	-
Pengumpulan	✓	-

Proses standarisasi bokar dilakukan oleh pedagang pengumpul desa yang bertujuan untuk membantu dan memudahkan pembelian dan penjualan bokar dalam transaksi, karena bokar dari petani akan mudah diterima oleh pabrik. Resiko yang timbul yaitu resiko fisik dan resiko pasar, sedangkan untuk resiko pasar sangat besar kemungkinan akan terjadi karena, biasanya harga di tetukan oleh pedagang sehingga perubahan harga akan mudah terjadi. Resiko fisik juga sering terjadi. Terjadinya hal tersebut dikarenakan pada saat transaksi jual beli bokar biasanya pedagang langsung menimbang bokar dari petani sehingga kadar air pada bokar masih banyak. Selain itu, timbangan yang digunakan juga bisa menimbulkan resiko fisik karena timbangan yang dipakai yaitu timbangan pikul, sehingga timbangan kurang akuratan. Hal tersebut menyebabkan terjadinya penyusutan.

## Pedagang Pengumpul Provinsi

### 1. Fungsi Pertukaran

Rata-rata harga jual bokar di tingkat petani responden pada pedagang pengumpul Provinsi sebesar Rp 7.412,5/Kg, sementara rata-rata harga jual bokar pedagang pengumpul Provinsi sebesar Rp 9.575/Kg. Harga yang diterima petani dari pedagang pengumpul Provinsi umumnya berbeda dengan harga yang berlaku di pasar lelang karet. Selisih harga yang diterima petani yaitu Rp 1.117,5/Kg.

Tabel 8. Peranan Pedagang Pengumpul Provinsi Berdasarkan Fungsi Pertukaran

Fungsi Pertukaran	Petani	Pasar Lelang	PPDes	PPKec	PPKab	PPPProv	<i>Crumb Rubber</i>
Penjualan	✓	✓	✓	-	-	-	-
Pembelian	-	-	-	-	-	-	✓

Penjualan dari petani yang langsung menjual ke pedagang pengumpul provinsi, petani yang menjual ke Pasar Lelang Karet dan pedagang pengumpul desa. Pembelian bokar pada pedagang pengumpul provinsi di lokasi penelitian langsung ke *crumb rubber*.

### 2. Fungsi Fisik

Tabel 9. Peranan Pedagang Pengumpul Provinsi Berdasarkan Fungsi Fisik

Fungsi Fisik	Ada	Tidak Ada
Penyimpanan	✓	-
Pengangkutan	✓	-
Perubahan Bentuk	-	✓

Pemasaran bokar pada tingkat pedagang pengumpul provinsi dilakukan proses penyimpanan bokar, karena bokar dari petani bisa kapan saja dibeli atau diterima oleh pedagang pengumpul provinsi, sedangkan pada proses pengangkutan, misalnya biaya

untuk bongkar dan muat bokar dibebankan kepada pedagang pengumpul provinsi sebagai pembeli bokar.

### 3. Fungsi Fasilitas

Tabel 10. Peranan Pedagang Pengumpul Provinsi Berdasarkan Fungsi Fasilitas

Fungsi Fasilitas	Ada	Tidak Ada
Standarisasi	✓	-
Resiko :		
Resiko Fisik	✓	-
Resiko Pasar	✓	-
Pengumpulan	✓	-

Standarisasi bokar dilakukan oleh pedagang pengumpul provinsi baik pembelian dari petani langsung, pasar lelang karet dan pedagang pengumpul desa yang bertujuan untuk membantu dan memudahkan pembelian dan penjualan bokar dalam transaksi, karena bokar akan mudah diterima oleh pabrik. Resiko yang timbul yaitu resiko fisik dan resiko pasar, sedangkan untuk resiko pasar sangat besar kemungkinan akan terjadi karena, biasanya harga di tentukan oleh pedagang sehingga perubahan harga akan mudah terjadi. Resiko fisik juga sering terjadi. Terjadinya hal tersebut dikarenakan pada saat transaksi jual beli bokar biasanya pedagang langsung menimbang bokar dari petani sehingga kadar air pada bokar masih banyak. Selain itu, timbangan yang digunakan juga bisa menimbulkan resiko fisik karena timbangan yang dipakai yaitu timbangan pikul, sehingga timbangan kurang akuratan. Hal tersebut menyebabkan terjadinya penyusutan.

Disimpulkan bahwa dari tiga lembaga pemasaran bokar yang berperan di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari, pasar lelang karet merupakan lembaga pemasaran bokar yang berperan baik dalam melakukan segala aktivitas yang mampu menunjang kegiatan pemasaran dibandingkan lembaga non pasar lelang karet yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang pengumpul provinsi.

### Analisis Biaya, Keuntungan dan Margin dan *Farmer's Share*

Tabel 11. Analisis Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran I

Uraian	Rp/Kg	%
Harga Jual Petani	8.688	
Total biaya	255	
Keuntungan	-255	
Margin	0	
<i>Farmer's Share</i>		1
Harga Jual ke Pasar Lelang	8.688	
Harga Beli Pasar Lelang	8.688	
Total biaya	353	
Keuntungan	2.109	
Marjin	2.462	
<i>Farmer's Share</i>		77,92
Harga Jual ke <i>crumb rubber</i>	11.150	

Pada saluran pemasaran Bokar I, harga jual petani ke pasar lelang karet sebesar Rp 8.688/Kg, sementara harga dari pedagang pengumpul Provinsi ke *crumb rubber* sebesar Rp 11.150/Kg. Biaya saluran pemasaran I sebesar Rp 608/Kg. Keuntungan

sebesar Rp 1.854/Kg dan margin sebesar Rp 2.462/Kg serta *farmer's share* yang diterima petani sebesar 77,92%. Hal ini menunjukkan bahwa margin pemasaran bokar yang diperoleh pedagang pengumpul provinsi dari penjualannya ke *crumb rubber* lebih besar dibandingkan dari penjualan yang diperoleh dari pasar lelang karet di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari. Adapun analisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran II dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Analisis Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran II

Uraian	Rp/Kg	%
Harga Jual Petani ke PPD	7.542	
Total biaya	75	
Keuntungan	650	
Margin	725	
<i>Farmer's Share</i>		91,23
Harga Jual ke PPD ke PPProv	8.267	
Harga Beli PPDProv	8.267	
Total biaya	380	
Keuntungan	2.353	
Margin	2.733	
<i>Farmer's Share</i>		75,15
Harga Jual ke Pabrik	11.000	

Pada saluran pemasaran bokar II, harga jual bokar dari petani ke pedagang pengumpul Desa sebesar Rp 7.542/Kg, harga jual bokar dari pedagang pengumpul desa ke pedagang pengumpul provinsi sebesar Rp 8.267/Kg. Apabila dilihat harga jual bokar dari pedagang pengumpul provinsi ke pabrik sebesar Rp 11.000/Kg. Biaya pemasaran pada saluran II sebesar Rp 455/Kg dengan keuntungan Rp 3.003/Kg. Margin pemasaran saluran pemasaran II sebesar Rp 3.458/Kg dan *farmer's share* 68,56%. Adapun analisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran III dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Analisis Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran pada Saluran Pemasaran III

Uraian	Rp/Kg	%
Harga Jual Petani ke PPProv	7.479	
Total biaya	75	
Keuntungan	3.446	
Margin	3.521	
<i>Farmer's Share</i>		67,99
Harga Jual ke Pabrik	11.000	

Pada saluran pemasaran bokar III, harga jual petani ke pedagang pengumpul provinsi sebesar Rp 7.479/Kg. Harga jual pedagang pengumpul provinsi ke pabrik sebesar Rp 11.000/Kg. Pada saluran pemasaran III pedagang pengumpul Provinsi menjual bokar langsung ke *crumb rubber*. Pada saluran pemasaran III pedagang pengumpul provinsi menjual bokar langsung ke pabrik. Margin saluran pemasaran III sebesar Rp 3.521/Kg, biaya sebesar Rp 75/Kg, keuntungan sebesar Rp 3.446/Kg. dan *farmer's share* pada saluran pemasaran II sebesar 67,99%. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul provinsi lebih besar.

Untuk menghitung perbedaan *farmer's share* yang diterima petani pada masing-masing saluran pemasaran bokar dapat dilakukan menggunakan alat analisis uji beda dua rata-rata dengan tingkat kepercayaan 95 % ( $t_{\text{tabel}} 5\%$ ). Hasil analisis data menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani karet terbesar diperoleh pada saluran pemasara bokar I dengan memasarkan bokar yang dihasilkan petani karet melalui pasar lelang karet. Dengan asumsi bahwa peranan pasar lelang karet di lokasi penelitian cukup baik, dimana pada saluran pemasaran I lebih baik dibandingkan dengan saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III. Sementara bagian harga yang diterima petani karet terkecil diperoleh pada saluran pemasara bokar II dan saluran pemasaran III, dengan memasarkan bokar yang dihasilkan melalui pedagang pengumpul Desa dan pedagang pengumpul Provinsi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak jumlah lembaga yang terlibat dalam suatu saluran pemasaran bokar maka semakin rendah bagian harga yang dibayarkan konsumen akhir kepada petani.

Pada hasil uji beda dua rata-rata saluran pemasaran I dan II diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, sehingga diperoleh suatu keputusan bahwa tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Artinya terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani karet pada saluran pemasaran bokar I dan saluran pemasaran bokar II. Hasil uji beda dua rata-rata saluran pemasaran I dan III, diperoleh  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, sehingga diperoleh suatu keputusan bahwa tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Artinya terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani karet pada saluran pemasaran bokar I dan saluran pemasaran bokar III. Berdasarkan hasil analisis uji beda dua rata-rata untuk saluran pemasaran II dan III menunjukkan bahwa  $t$  tabel  $>$   $t$  hitung, sehingga diperoleh suatu keputusan bahwa tolak  $H_1$  terima  $H_0$ . Artinya tidak terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani karet pada saluran pemasaran bokar II dan saluran pemasaran bokar III.

## KESIMPULAN

Terdapat 3 saluran pemasaran bokar. Pada saluran pemasaran I bokar dari petani dijual ke pasar lelang karet kemudian ke pedagang pengumpul Provinsi dan sampai ke *crumb rubber*. Saluran pemasaran II bokar dari petani dijual ke pedagang pengumpul Desa kemudian ke pedagang pengumpul Provinsi ke *crumb rubber*. Saluran pemasaran III bokar dari petani dijual ke pedagang pengumpul Provinsi kemudian diteruskan ke *crumb rubber*. Ada 3 lembaga pemasaran bokar yang berperan di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari yang terlibat yaitu pasar lelang karet, pedagang pengumpul Desa dan pedagang pengumpul Provinsi. Pada dasarnya ketiga lembaga pemasaran tersebut melakukan semua fungsi-fungsi pemasaran dengan baik. Margin dan *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran bokar yaitu, biaya saluran pemasaran I sebesar Rp 608/Kg. Keuntungan sebesar Rp 1.854/Kg dan margin sebesar Rp 2.462/Kg serta *farmer's share* yang diterima petani sebesar 77,92%. Biaya pemasaran pada saluran II sebesar Rp 455/Kg dengan keuntungan Rp 3.003/Kg, margin sebesar Rp 3.458/Kg dan *farmer's share* 68,56%. Biaya pemasaran pada saluran III sebesar Rp 75/Kg dengan keuntungan Rp 3.446/Kg, margin sebesar Rp 3.521/Kg dan *farmer's share* 67,99%. Berdasarkan hasil uji beda dua rata-rata terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani pada saluran pemasaran I dan II serta I dan III, sedangkan pada saluran pemasaran II dan III tidak terdapat perbedaan *farmer's share* yang diterima petani karet di Desa Panerokan Kecamatan Bajubang Kabupaten Batanghari.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Pertanian Universitas Jambi dan Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian ini. Selain itu ucapan terima kasih juga diucapkan untuk Dinas Perkebunan Provinsi Jambi, Kepala Desa, petani karet, pedagang pengumpul Desa dan pedagang pengumpul Provinsi yang telah ikut serta membantu dalam penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asmarantaka Ratna W. Pemasaran Agribisnis. 2014. IPB Press. Bogor
- Dinas Perkebunan. 2015. Statistika Perkebunan Provinsi Jambi Tahun 2015. Dinas Perkebunan Provinsi Jambi
- Kotler P, Kevin Lane K. 2009. Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid Dua. Erlangga. Jakarta
- Mursid, M. 2015. Manajemen Pemasaran. Bumi Aksara. Jakarta
- Zulkifli, Napitupulu dan Elwamendri, 2006. Analisis Pemasaran Bokar: Suatu Kajian terhadap Peningkatan Kesejahteraan Petani Karet Melalui Pembinaan Tataniaga Bokar. Fakultas Pertanian-Kantor Bank Indonesia Jambi, Jambi