

Saluran Pemasaran Karet (*Hevea brasiliensis*) di Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan

Dedy Hermadi

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Ana Zuraida

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Arief Hidayatullah

Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

Alamat: Jln. Adyaksa no 2 Kayu tangi banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

Korespondensi penulis: dedyhermadi555@gmail.com

Abstract. Rubber is a commodity that is closely related to human daily needs. The productivity of rubber plantations in Indonesia is on average low and the quality of the rubber produced is also less than satisfactory. Even on the world market, Indonesian rubber is known for its low quality. Balangan Regency is one of the regencies in South of Borneo which produces 7,343 tons of rubber (rubber producers), consisting of 1,250 tons of community agricultural production and 6,093 tons of private agricultural production. It was found that there was a decline in production and marketing which had not yet involved institutional marketing institutions. This research uses a survey method with qualitative and quantitative data. The population in this study were all rubber farmers in Batu Mandi Village, Batu Mandi District, Balangan Regency with a cultivated land area of 1 hectare or more. Channel I farmers distribute commodities to factories through collectors. Channel II, farmers sell at low prices to small collectors by asking for lower prices.

Keywords: commodity, rubber, production.

Abstrak. Karet adalah suatu komoditi yang erat dengan kebutuhan sehari-hari manusia. Produktivitas lahan karet di Indonesia rata-rata rendah dan mutu karet yang dihasilkan juga kurang memuaskan. Bahkan di pasar dunia karet produksi Indonesia terkenal dengan kualitas rendah. Kabupaten Balangan sebagai salah satu Kabupaten yang ada di Kalimantan Selatan yang memproduksi karet (penghasil karet) sebanyak 7,343 ton yang terdiri dari produksi pertanian rakyat 1,250 ton dan produksi pertanian swasta 6.093 ton. Ditemukan penurunan produksi dan pemasaran yang belum melibatkan lembaga pemasaran secara melembaga. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan data kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani karet di Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan dengan luasan lahan garapan sebesar 1 hektar atau lebih. Saluran I petani menyalurkan komoditi ke pabrik melalui pengepul. Saluran II, petani menjual dengan harga murah ke pengepul kecil dengan meminta harga lebih murah.

Kata kunci: komoditi, karet, produksi.

LATAR BELAKANG

Karet (*Hevea brasiliensis*/) adalah komoditi yang mempunyai hubungan erat dengan kebutuhan sehari-hari. Hasil olahan yang menggunakan berbahan dasar karet 73% seperti: ban, sedangkan sisanya dalam bentuk alat-alat untuk kesehatan, mainan anak-anak, peralatan otomotif, sol sepatu, sandal dan sebagainya (Hendratno, 2008). Menurut Ditjen Perkebunan, Departemen Pertanian luas lahan karet di Indonesia yang dimiliki Indonesia pada tahun 2010 mencapai 2,7-3,4 juta hektar, Ini merupakan lahan karet yang terluas di dunia. Sayangnya

perkebunan karet yang luas tidak diimbangi dengan produktivitas yang memuaskan. Produktivitas lahan karet di Indonesia rata-rata rendah dan mutu karet yang dihasilkan juga kurang memuaskan. Bahkan di pasaran global karet Indonesia terkenal *low quality*. Kabupaten Balangan sebagai salah satu produsen karet (penghasil karet) sebanyak 7,343 ton yang terdiri dari produksi pertanian rakyat 1,250 ton dan produksi pertanian swasta 6.093 ton. 2 Yang tersebar di 262.295 ha, di mana luas lahan pertanian karet terdiri dari perkebunan rakyat 235.826, 13.025 ha milik PBN dan sisa 13.444 Ha milik PBS (Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Selatan Tahun 2013). Perkebunan karet di Kabupaten Balangan sudah membudaya dalam kehidupan masyarakat sehari-hari, umumnya diusahakan oleh petani dalam skala kecil (sempit) dikatakan sempit karena karet rakyat biasanya di Kelola dengan teknik budidaya sederhana berupa pemupukan sesuai kemampuan petani. Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan, adalah salah satu wilayah penghasil karet. Ditemukan penurunan produksi dan pemasaran yang belum melibatkan lembaga pemasaran secara melembaga. Peningkatan produksi dan melembaganya, saluran pemasaran ditentukan oleh kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh petani dalam pengolahan karet. Pengolahan karet secara tepat memberikan hasil produksi yang tinggi dan tingkat keuntungan yang memadai nilai ekonomi seketika melibatkan semua komponen yang terlibat dalam pemasaran.

KAJIAN TEORITIS

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran karet di Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan?.
2. Berapakah besarnya, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan farmer's share di Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan?.
3. Apa saluran pemasaran yang paling efektif di Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan?.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data Kualitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar, yang dapat menggambarkan pemasaran karet di Desa Batu Mandi. Sedangkan, data kuantitatif, merupakan data yang disajikan dalam bentuk angka yang mengandung informasi meliputi perkebunan karet di Desa Batu Mandi. Sumber data dalam penelitian ini ada 2, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer melalui wawancara dengan responden yaitu pelaku usaha

tani dengan menggunakan kuesioner sebagai panduan pengumpulan data yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait, buku, jurnal dan karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian saluran pemasaran karet.

Metode Penarikan Data Sample penelitian ini menggunakan metode melakukan survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani karet di Desa Batu Mandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan dengan luasan lahan garapan sebesar 1 hektar atau lebih. Sedangkan untuk menentukan sampel. Peneliti menggunakan pengambilan data 20 secara sensus untuk mengumpulkan data sejumlah 14 orang dari petani karet sebagai responden di tingkat petani. Adapun pengambilan sampel ditingkat pengumpul dan pabrik dilakukan secara snowball, masing-masing sampel diambil sebanyak 3 orang dari pengumpul dan 1 orang dari pengumpul besar.

Variabel yang diamati pada penelitian ini ada 4 yaitu: 1. Saluran pemasaran karet 2. Biaya pemasaran 3. Harga ditingkat masing-masing lembaga pemasaran 4. Efisiensi pemasaran.

Variabel yang dimiliki akan diteruskan dengan analisis data untuk mendapatkan jawaban secara ilmiah, dengan analisis deskriptif untuk mengungkap saluran pemasaran apa saja yang terdapat di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan. Adapaun untuk menjawab tujuan kedua dan ketiga diperlukan analisis kuantitatif berupa analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, Farmer's Share dan efisiensi pemasaran.

1. Saluran pemasaran: Untuk mengetahui sistem pemasaran karet digunakan analisis deskriptif saluran pemasaran
2. Analisis margin: Untuk mengetahui margin pemasaran karet pada setiap lembaga. $M_p = P_h - P_g$ Keterangan: M_p = Margin Pemasaran P_h = Harga pada pasar ditingkat atas (Rp/Kg) P_g = Harga pada pasar ditingkat bawah (Rp/Kg)
3. Keuntungan : Untuk mengetahui keuntungan pemasaran karet pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat digunakan rumus: $\pi = M - TC$ Keterangan: π = Keuntungan Lembaga (Rp) M = Margin Pemasaran (Rp) Tc = Biaya total yang di keluarkan pada setiap lembaga (Rp)
4. Farmer's share Keterangan: F_s = Farmer's share (%) P_f = Harga ditingkat petani (Rp) P_r = Harga ditingkat konsumen (Rp)
5. Efisiensi pemasaran Analisis efisiensi pemasaran menggunakan analisis deskriptif, dan juga Mempertimbangkan beberapa aspek, sebagai berikut:

- a. Semakin pendek saluran pemasaran maka saluran pemasaran akan semakin efisien
- b. Semakin kecil margin pemasaran maka saluran pemasaran semakin efisien. 22
- c. Semakin besar farmer's share maka saluran pemasaran semakin biaya pemasaran dapat dilihat dari apa saja biaya yang di keluarkan petani pada saat memasarkan karet. Menurut Yahya (2009), untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan rumus : p Dimana: E_p = Persentase yang diterima petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. M = Margin H_e = Harga ditingkat Pengumpul Adapun pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (E_p) semakin kecil.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Seluruh sampel Identitas responden yang akan dibahas menggambarkan aspek keadaan petani yaitu umur, tingkat pendidikan, pengalaman sebagai petani karet, tanggungan keluarga, dan luas lahan garapan. Penguraian identitas responden akan membantu dalam proses penelitian karena dapat memberikan informasi tentang keadaan usaha yang mereka jalankan dengan sebenar-benarnya.

Pada penelitian ini, diperoleh responden dengan jumlah 14 orang petani, 3 orang pengumpul dan 1 pengumpul besar. Responden petani, pengumpul kecil, dan pengumpul besar merupakan penduduk asli yang berdomisili Batu Mandi. 14 orang responden petani merupakan petani yang memiliki pengalaman.

Baik dari petani dan pengumpul Desa Batumandi tidak melakukan pencatatan biaya dan akuntansi secara khusus, sehingga tidak diperoleh catatan ataupun pembukuan tentang akuntansi mengenai karet, namun petani secara praktis memang sudah hafal mengenai komponen-komponen biaya yang mereka keluarkan. Berdasarkan hasil wawancara, maka dilakukan identifikasi biaya-biaya yang dibutuhkan petani dalam mengelola kebun karet sampai mereka menyadap dan menjual karet ke pengumpul. Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kesatu.

a) Umur Responden

Umur merupakan salah satu hal yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas dari kinerja seseorang. Umur yang masih muda pada umumnya lebih kuat melakukan aktivitas dibandingkan umur yang sudah tua. Umur juga sangat mempengaruhi aktivitas seseorang karena dikaitkan langsung dengan kekuatan fisik dan mental, sehingga berhubungan erat dengan pengambilan keputusan. Responden yang berumur muda relatif cenderung mempunyai

kemampuan fisik baik, sedangkan responden yang lebih tua cenderung memiliki fisik yang kurang baik. Responden yang lebih tua sering kali memiliki keluhan seperti mudah lelah, keluhan mata, dan penyakit lain yang menghambat produktivitas karet.

Pertumbuhan manusia berjalan sesuai prinsip epigenetik yang menyatakan bahwa kepribadian manusia berjalan menurut tahapnya. Berkembangnya manusia dari satu tahap ke tahap berikutnya ditentukan oleh perubahan dalam menempuh tahap sebelumnya. Pembagian tahap-tahap ini berdasarkan periode tertentu dalam kehidupan manusia (Freud,2000). Komposisi umur responden dapat dilihat pada Tabel di bawah:

Tabel Umur Responden di Desa Batu Mandi (Data Primer, 2023)

No	Umur Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	25-35	1	6
2	36-46	7	39
3	47-57	6	33
4	58-68	4	22
	Total	18	100

Berdasarkan Tabel Umur Responden di atas jumlah responden terbanyak ada pada umur 36-46 dengan jumlah 7 orang, sedangkan yang terkecil adalah umur 25-35 tahun dengan jumlah 1 orang. Tabel tersebut juga menunjukkan bahwa petani karet lebih cenderung diisi oleh responden dalam usia produktif sesuai dengan BPS (2014) yaitu berkisar 25-60 tahun dan hanya ada sedikit petani yang di luar usia produktif.

b) Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan petani merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan petani dalam menerima teknologi, inovasi, dan mengambil keputusan dalam berusaha tani karet Tingkat pendidikan berpengaruh pada pengelolaan usaha tani. Tingkat pendidikan berpengaruh pada pengelolaan usaha tani hasil penelitian menunjukkan bahwa responden pernah mengenyam pendidikan menengah atas. Adapun responden mayoritas menunjukkan hanya mampu mengenyam pendidikan di tingkat SD adapun terdapat pula responden yang tidak menempuh pendidikan formal.

Tabel Tingkat Pendidikan Petani Responden Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan (Data Primer,2023)

No	Tingkat Pendidikan (Responden)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	8	44
2	SMP	6	33
3	SMA	4	22
	Total	18	100

Berdasarkan Tabel Tingkat Pendidikan Petani di atas, jumlah ditingkat pendidikan responden petani karet terbanyak berada pada tingkat SD yaitu 8 orang atau 44% dari total responden, diikuti jumlah responden tingkat SMP sebanyak 6 orang yaitu 33% dari total responden dan yang terkecil adalah tingkat SMA yaitu sekitar 4 orang atau 22% dari total responden. Adapun penyebab rendahnya tingkat pendidikan dipengaruhi oleh faktor ekonomi yang mengharuskan petani untuk tidak melanjutkan pendidikan dan memilih membantu orang tua atau meneruskan usaha orang tua dalam bertani karet.

c) Pengalaman Sebagai Petani Karet

Pengalaman sangat berperan penting dalam melakukan usaha. Semakin lama seseorang melakukan usahanya maka semakin banyak pelajaran yang biasa membangun untuk perkembangan usahanya. Pengalaman yang dimiliki seseorang juga dapat meningkatkan keterampilan yang dimiliki. Dengan adanya pengalaman seseorang akan lebih cekatan dalam menjalankan usaha tambah dengan faktor penunjang seperti pendidikan maka dalam menjalankan usaha akan lebih terampil dalam memproduksi. Identitas Responden berdasarkan pengalaman dapat dilihat table berikut:

Tabel Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Sebagai Petani Karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan (Data Primer, 2023)

No	Lama Usaha (dalam tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	5-8	1	6
2	9-12	7	39
3	13-16	5	28
4	17-20	5	28
	Jumlah	18	100

Tabel Identitas berdasarkan pengalaman di atas menunjukkan bahwa pengalaman petani karet yang paling banyak berada di 9-12 tahun yaitu sebanyak 7 responden atau sekitar 39% dari total responden. Kemudian yang paling sedikit adalah 1 orang di lama usaha kisaran 5-8 tahun dengan persentase hanya 6% dari total responden. Persentase ini menunjukkan bahwa banyak yang telah memiliki pengalaman usaha tani dimana petani sudah memiliki pengalaman dan ilmu pengetahuan yang diperlukan untuk melakukan usaha tani dan cara melakukan penjualan karet di Desa Batumandi.

d) Tanggungan Keluarga

Jumlah keluarga dapat menambah semangat kepala keluarga dalam menjalankan usahanya. Uraian mengenai tanggungan keluarga responden petani karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan.

Tabel Identitas Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga Petani Karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan (Sumber : Data Primer setelah diolah, 2023)

No	Jumlah Tanggungan (orang)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	2-3	8	44
2	4-5	10	56
	Total	18	100

Tabel identitas reponden berdasarkan tanggungan keluarga menunjukkan bahwa jumlah tanggungan responden yang paling terbanyak berada pada 4-5 orang dimana terdapat sebanyak 9 responden atau 64% dari total responden sedangkan yang paling sedikit adalah jumlah tanggungan 2-3 orang dengan 5 jumlah responden atau 36% dari total persentase. Hal ini menunjukkan semua responden petani karet mempunyai tanggungan keluarga yang merupakan motivasi para petani karet dapat memenuhi kebutuhan keluarganya.

Karakteristik Pengumpul

Pengumpul karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, terdiri dari 3 orang pengumpul kecil dan 1 orang Pengumpul besar.

Pengumpul adalah badan atau orang pribadi yang kegiatan usahanya mengumpulkan hasil kehutanan, perkebunan pertanian dan perikanan. Kemudian pengumpul menjual hasil-hasil tersebut kepada badan usaha industri yang bergerak dalam sektor kehutanan, perkebunan, pertanian, dan perikanan. Pengumpul kecil karet di Desa Batumandi yang menjadi responden ini berjumlah 3 orang pengumpul.

Tabel Responden Karaktristik Pengumpul di Desa Batu Mandi

No	Usia	Pendidikan	Jumlah	Jenis Pengepul
1	45-60	SD-SMP	3 orang	Kecil
2	56	SMA	1 orang	Besar

Pendapatan pengumpul kecil dalam sebulan tidak menentu karena bergantung pada hasil produksi karet pada petani, adapun mereka tidak melakukan pencatatan pengeluaran secara tertulis sehingga pengeluaran bulanan tidak dapat dirincikan dan hanya berdasarkan perkiraan kebutuhan bulanan. Pengumpul kecil umumnya membeli karet dari petani secara langsung di cakupan daerah lokasi penelitian yang kemudian dijual kembali ke pengumpul besar sebelum akhirnya dijual ke pabrik.

Pengumpul besar adalah badan usaha atau perorangan yang menjual barang dan jasa, langsung kepada konsumen akhir sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Adapun pada saluran pemasaran, petani dan pengumpul kecil memegang peranan penting sebagai rangkaian pemasaran karena hasil dari pengumpul besar bergantung pada usaha petani dan juga pengumpul kecil. Hasil di atas sejalan dengan hasil penelitian oleh Mulyani (2017) yaitu penghasilan pengumpul kecil akan tidak menentu akibat bergantung pada produksi karet petani dan penjualan ke pengumpul besar.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, saluran pemasaran, petani dan pengumpul kecil memegang peranan penting sebagai rangkaian pemasaran karena hasil dari pengumpul besar bergantung pada usaha petani dan juga pengumpul kecil.

Biaya Produksi

Petani karet di Desa Batu mandi hanya melakukan perkiraan harga untuk biaya yang diperlukan dalam proses produksi sehingga tidak diketahui pasti pengeluaran yang dikeluarkan baik secara per bulan atau dalam satu kali proses penanaman karet. (Nordiansyah, 2018) Pengumpul karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, terdiri dari 3 orang pengumpul kecil dan 1 orang Pengumpul besar.

Pada proses produksi juga diketahui ada beberapa perbedaan antara harga yang dikeluarkan setiap kalinya untuk membayar tenaga kerja sehingga biaya pasti untuk upah pekerja tidak dapat terdefiniskan dengan baik. Adapun biaya transportasi juga tidak diketahui karena petani di desa Batumandi tidak menggunakan biaya sarana dan prasarana seperti mobil pengangkut. Karet yang sudah dikumpulkan akan dijemput oleh pengumpul pengumpul dan pengumpul besar. Biaya-biaya tersebut harus dibukukan dengan baik dan akuntabel mengingat seluruh barang yang diproduksi kadang menelan banyak biaya dan tanpa pengendalian keuangan yang baik akan mengakibatkan kerugian terhadap perusahaan.

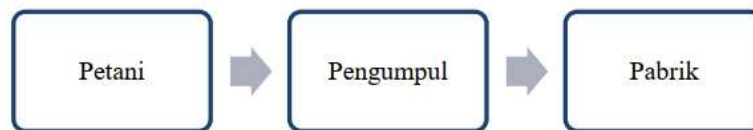
Saluran Pemasaran Karet

Pengumpul karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, terdiri dari 3 orang pengumpul kecil dan 1 orang Pengumpul besar. Petani dalam pemasaran karet bertindak sebagai produsen dan merupakan pihak pertama dalam penyaluran karet. Petani karet di Desa Batu Mandi melakukan panen karet di kebun karet baik milik sendiri atau milik orang lain setiap harinya dan dikumpulkan hingga berat tertentu. Setelah dirasa memenuhi berat yang ditargetkan, para

petani akan menyerahkan kolektif getah karet ke pengumpul setempat. Dalam memasarkan karet petani menjual lewat pengumpul kecil yang berada di sepanjang jalan desa Batu Mandi.

Pengumpul kecil adalah perantara aktif yang membeli dan mengumpulkan karet dari petani Desa Batumandi kemudian menjualnya ke pengumpul besar. Adapun pengumpul besar kemudian menjualnya ke Pabrik untuk diolah.

Setelah melakukan panen karet petani (produsen), maka hal yang dilakukan adalah menyalurkan karet. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran karet di Desa Batumandi Kecamatan Batu Mandi Kabupaten Balangan terdiri dari dua saluran pemasaran yaitu : Saluran Pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang menggunakan satu pedagang perantara yaitu pengumpul. Dimana saluran pemasaran ini dimulai dari petani ke pengumpul.

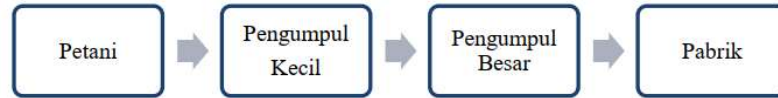


Gambar Saluran Pemasaran I pada Karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan

Gambar di atas merupakan saluran pertama, hasil panen petani karet dijual ke pengumpul yang berada di Desa Batumandi. Pengumpul melakukan pembelian Petani Pengumpul Pabrik karet dengan cara mendatangi langsung petani/produsen dilokasi penelitian, kemudian dipasarkan atau menjual langsung ke konsumen.

Saluran ini sistem pembayarannya antara pengumpul dan petani adalah barang yang dibeli dibayar hari itu pula. Sistem yang demikian, menguntungkan untuk petani karet dengan modal terbatas untuk langsung mengganti modal yang telah digunakan dan menjalankan perputaran keuangan. Sejalan dengan penelitian Mulyani (2017) hal ini menjadi salah satu keuntungan bagi petani karet karena proses pembayarannya tidak membutuhkan waktu yang lama sehingga uangnya dapat diterima pada hari itu juga. Sedangkan kekurangannya yaitu pada umumnya pengumpul yang berada dalam saluran pertama ini hanya memasarkan barangnya di Desa Batumandi. Hal ini dikarenakan mereka tidak memiliki modal yang besar dan jaringan yang luas untuk memasarkan barangnya di daerah yang lain.

Pada saluran pemasaran II, hasil karet melalui proses penyaluran yang lebih panjang dibanding saluran pemasaran satu. Saluran Pemasaran II meliputi Petani, Pengumpul Kecil, Pengumpul Besar, dan Pabrik.



Gambar Saluran Pemasaran II pada Karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan

Hasil panen petani dijual ke pengumpul kecil yang berada di Desa Batumandi. Pengumpul kecil mendapatkan keuntungan berupa pendapatan yang lebih besar berupa dibanding melalui saluran pemasaran pertama. Sedangkan kekurangannya adalah pada proses saluran kedua terletak pada uang hasil jual tidak langsung diterima pengumpul kecil di Desa Batumandi. Pelunasan pembayaran tidak langsung dilunasi tapi memerlukan waktu untuk pelunasan yang ditentukan sesuai kesepakatan bersama. Pada penelitian Mulyani (2017), ditemukan keselarasan bahwa alur pemasaran yang panjang membuat pembayaran tidak dapat langsung dibayarkan ke petani seperti biasa. Namun, laba yang diperoleh berjumlah lebih besar dibanding saluran pemasaran pertama. Dapat disimpulkan bahwa, sama seperti penelitian Mulyani, Saluran ke II yang memiliki alur lebih panjang memiliki margin yang lebih besar dan pelunasan pembayaran tidak dapat langsung dibayarkan seperti Saluran I.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan Penelitian dari hasil dari survey langsung dengan melakukan sampling acak terdapat 2 jalur pemasaran:

- I. Produsen Pengumpul Pabrik.
- II. Produsen Pengumpul Kecil Pengumpul Besar Pabrik.

Saluran I petani menjual kepada pengumpul yang mana langsung diserahkan ke gudang pabrik terdekat. Sedangkan pada Saluran II, petani menjual dengan harga rendah karena pengumpul kecil membeli secara banyak dan meminta pengurangan harga sedikit lebih murah untuk pembelian jumlah banyak. Pengumpul kecil juga melakukan penjemputan karet dan menjual ke pengumpul besar untuk kemudian diangkut menggunakan transportasi yang lebih besar ke gudang karet yang lebih jauh seperti di Hulu Sungai Tengah.

Saran untuk Pemerintah melalui penyuluh pertanian dapat mengadakan seminar atau workshop berkaitan dengan efektifitas pemasaran dan pembukuan secara administratif untuk gabungan kelompok petani yang potensial dan juga para pedagang ecer agar dapat meningkatkan efisiensi pemasaran yang lebih rendah. Sehingga semua pihak dapat merasakan

keuntungan dari sistem pemasaran karet di Desa Batumandi Kecamatan Batumandi Kabupaten Balangan.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal

- Dewi, D. K., & Maharani, E. (2016). Analisis pemasaran karet petani Eks UPP TCSDP di Desa Lubuk Sakai Kecamatan Kampar Kiri Tengah Kabupaten Kampar. *Indonesian Journal of Agricultural Economics*, 7(1), 56-68.
- Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23. <http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.
- Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315. <https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.
- Nordiansyah, M., Kadir, K., & Stiadi, D. Kajian Distribusi Pemasaran dan Harga Pokok Produksi Karet Rakyat di Kalimantan Selatan. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 7(2), 1-12.
- Nurhayati, E., Sari, M. R., Yuwono, N. W. S. 2021. *Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Karet Untuk Mendapatkan Penghasilan Yang Optimal. Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian, Vol 8(1), halaman 43-52.*

Artikel Prosiding

- Norsyaheera, A. W., Lailatul, F. A. H., Shahid, S. A. M., & Maon, S. N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).
- Sofiani, I. H., Ulfiah, K., & Fitriyanie, L. 2018. *Budidaya Tanaman Karet (Hevea brasiliensis) di Indonesia dan Kajian Ekonominya.*

Working Paper

- Masta Sembiring, Siti Aisyah Siregar. 2018. *Jurnal Studi Akutansi & Keuangan : Pengaruh biaya produksi dan biaya pemasaran terhadap laba bersih Vol 2, No 3 : hal. 135 – 140.*
- Yahya, M. 2009. *Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung Kuning Di Kecamatan Bontolempangan Kabupaten Gowa. AkMen JURNAL ILMIAH, 6(1)*

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

- Fita Rahmatiah. 2014. *Saluran dan Fungsi-fungsi Pemasaran Kacang Hijau di Desa Bontolangsa Kecamatan Bontonompo Kabupaten Gowa. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makasar.*
- Fitrah, 2014. *Lembaga dan Saluran Pemasaran Salak Di Desa Kulai Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makasar*

Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.

Mulyani, 2017. *Saluran Pemasaran Karet di Desa Dumpu Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makasar

Buku Teks

Abdullah, Tamtin, dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Irawan, Faried Widjaya dan Sudjoni. 1998. *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*. BPFE. Yogyakarta.

Kotler Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta 2000. Marketing Manajement. Edisi Melinium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey., 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keseblas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

Hendratno, E. H. 2008. *Analisis Permintaan Ekspor Karet Alamdonesia*. Bogor : Institut Pertanian Bogor

Mulyadi. 2009. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta. STIE YKPN

Soekartawi, 1995, *Analisis Usahatani*, UI-Press, Jakarta

Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Malang

Artikel Surat Kabar/Majalah

Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Sekretariat Kabupaten Balangan, Kabupaten Balangan Dalam Angka Tahun 2021, sumber:www.balangankab.bps.go.id. Diakses tanggal 3 Maret 2021