

## ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS KARET RAKYAT DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI, PROVINSI RIAU

### Analysis of Agribusiness Development Strategy for Small-holders Rubber in Kuantan Singingi Regency, Riau Province

**Hajry Arief Wahyudy, Azharuddin dan Asrol**

Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, Jl. Khaharuddin Nasution No.113 Pekanbaru. 28284,

Telp: 0761-674681; Fax: 0761-674681

[Diterima September 2015; Disetujui November 2015]

#### ABSTRACT

Rubber plantation in Kuantan Singingi Regency needs to pay attention in order to give so a great impact for farmers' welfare. Therefore, the strategy of rubber development by agribusiness-oriented become increasingly important. The purpose of this study was to analyze characteristics of the farmer, to highlight agribusiness system, and to make a strategic development of smallholder rubber agribusiness. The method used in this study was survey. The data used were primary and secondary data and then were adjusted to the needs of research v. Data were analyzed by descriptive quantitative and used SWOT Analysis. The results showed that the ability of farmers in rubber farming was dominated by productive age ranges with the education level of elementary school. This will be impacted on mindset primarily in making farm management decision. Management of smallholder rubber agribusiness system is not currently well integrated, each subsystem needs to get a referral to a policy binding so that the performance of each subsystem can be optimized. SWOT analysis directs agribusiness development strategy of smallholder rubber in Kuantan Singingi growth strategies, ie the quadrant WO (Weakness-Opportunity), so that the internal weakness of agribusiness system must be completed to take advantage of greater opportunities in the future.

**Keywords:** *Rubber, Strategic, Agribusiness system, SWOT Analysis*

#### ABSTRAK

Eksistensi perkebunan karet di Kabupaten Kuantan Singingi perlu mendapat perhatian agar dampaknya lebih besar bagi kesejahteraan petani. Oleh sebab itu, strategi pengembangan karet yang berorientasi agribisnis sangat diperlukan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis karakteristik petani, sistem agribisnis dan strategi pengembangan agribisnis karet rakyat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Data yang digunakan adalah data primer dan skunder yang variabelnya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif yang salah satunya menggunakan *SWOT Analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani karet didominasi oleh usia produktif dengan tingkat pendidikan hanya sampai Sekolah Dasar. Hal ini berdampak pada pola pikir terutama dalam mengambil keputusan manajemen usahatani. Pengelolaan sistem agribisnis karet rakyat saat ini belum terintegrasi dengan baik, masing-masing subsystem perlu mendapatkan arahan dengan kebijakan yang mengikat supaya kinerja masing-masing subsystem dapat dioptimalkan. Hasil analisis SWOT mengarahkan strategi pengembangan agribisnis karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi pada strategi pertumbuhan, yaitu pada kuadran WO (*Weakness-Opportunity*), sehingga kelemahan internal sistem agribisnis harus diselesaikan untuk memanfaatkan peluang yang semakin besar di masa yang akan datang.

**Kata Kunci:** *Karet, Strategi, Sistem agribisnis, Analisis SWOT*

#### PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Perkebunan merupakan satu dari

beberapa subsektor yang menggerakannya. Kontribusi subsektor perkebunan terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto yaitu 2,07 persen pada tahun 2012. Selain sebagai

penyedia bahan baku untuk sektor industri, subsektor perkebunan juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja dan penghasil devisa. Karet merupakan salah satu komoditi yang berkontribusi terhadap subsektor perkebunan. 85,96 persen produksi karet alam Indonesia diekspor ke manca negara, sisanya digunakan sebagai bahan baku industri dalam negeri.

Riau merupakan salah satu produsen karet nasional. Pada tahun 2012 Riau menempati urutan ke-empat sebagai penghasil karet terbesar di Indonesia. Perkebunan karet di Riau didominasi oleh perkebunan rakyat sebanyak 91,28%, sedangkan perkebunan Negara dan swasta masing-masing sebanyak 3,63% dan 5,09% (Badan Pusat Statistik, 2012).

Kondisi perkebunan karet Riau dalam lima tahun terakhir mengalami penurunan jumlah luas lahan. Penurunan luas lahan dan produksi tersebut diduga disebabkan oleh terjadinya alih fungsi lahan, terutama alih fungsi lahan ke komoditas perkebunan lainnya seperti kelapa sawit. Untuk lebih jelasnya mengenai perkembangan luas lahan perkebunan Riau dapat dilihat pada Gambar 1.

Ditinjau dari aspek potensinya, karet merupakan produk ekspor yang jumlah permintaannya terus meningkat setiap tahun. Hal tersebut dapat dilihat dari volume ekspor karet yang mengalami peningkatan signifikan. Pada Gambar 2, diketahui bahwa dari tahun 2005 volume ekspor karet (HS:400122/SIR) sebanyak 1.685 juta kg telah terjual ke berbagai negara dan terus meningkat hingga pada tahun 2012 mencapai 2.370 juta kg.

Permintaan karet diprediksi akan terus mengalami peningkatan pada masa yang akan datang, sebab kebutuhan barang-barang yang berasal dari karet juga semakin bertambah, khususnya di Kabupaten Kuantan Singingi yang mempunyai potensi lahan paling luas di Riau (30%). Untuk itu, maka Peluang yang ada harus dimanfaatkan secara optimal untuk mendapatkan nilai tambah, sehingga manfaatnya dapat dirasakan oleh masyarakat khususnya petani karet.

Efek ganda yang muncul setelah itu juga merupakan dampak positif bagi peningkatan pembangunan ekonomi daerah. Untuk dapat memberikan kontribusi yang tinggi dalam pembangunan perekonomian daerah, maka pengembangan komoditas karet harus dilaksa-

nakan dengan pendekatan sistem agribisnis. Pengembangan komoditas karet dengan sistem agribisnis merupakan acuan dalam penyusunan strategi pengembangan komoditas tersebut. Sehingga dihasilkan strategi pengembangan komoditas karet yang efektif, efisien dan berkualitas. Oleh sebab itu kajian tentang Strategi Pengembangan Agribisnis Karet Rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi menjadi sebuah keharusan.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis: (1) Karakteristik petani dan pedagang karet rakyat; (2) Sistem agribisnis yang meliputi: Subsistem penyediaan input, subsistem usahatani, subsistem agroindustri, dan subsistem pemasaran karet rakyat yang berlaku di daerah penelitian; dan (3) Strategi pengembangan agribisnis karet rakyat.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kuantan Singingi. Desain pengambilan sampel dilakukan berdasarkan *probability & nonprobability sample* (Cooper dan Schindler, 2014). *Probability* sampel akan digunakan untuk pengambilan sampel petani dan *nonprobability* sample untuk pedagang dan stakeholder terkait untuk analisis SWOT. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.

### Analisis Data

#### Analisis Karakteristik Petani

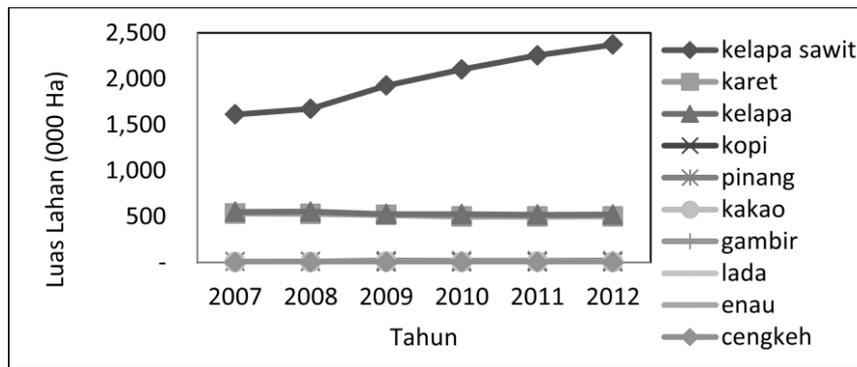
Karakteristik Petani karet rakyat yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi akan dianalisis secara deskriptif, yang terdiri dari (a) Umur, (b) Pendidikan, (c) Pengalaman usahatani dan (d) Jumlah tanggungan keluarga.

#### Analisis Sistem Agribisnis Karet Rakyat

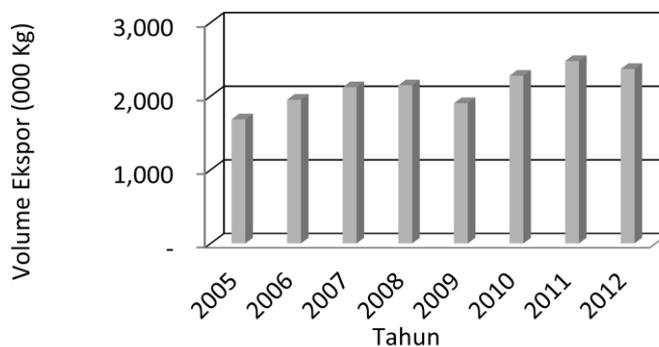
Pengadaan faktor produksi pada usahatani karet dianalisis secara deskriptif. Pengadaan faktor produksi tersebut yaitu berkaitan dengan: (1) Lahan, (2) Tenaga Kerja, (3) Modal.

Menurut Soedijanto (1998), dalam menganalisis pengadaan sarana produksi dapat digunakan dengan identifikasi *Impac Point* Teknis yaitu memakai model Tingkat Penerapan Teknologi (TPT) dengan menggunakan nilai skor yang telah ditetapkan sebagai berikut:

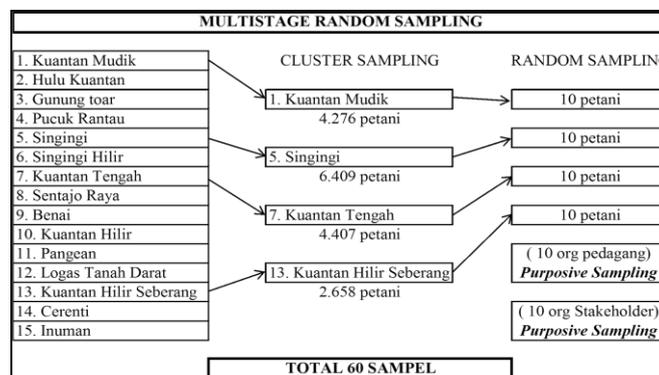
Skor < 10 = Tidak Sesuai  
Skor 10 – 15 = Kurang Sesuai



Gambar 1. Perkembangan Luas Lahan Perkebunan Riau, Tahun 2007-2012



Gambar 2. Volume Ekspor Karet HS:400122 (SIR), Tahun 2005-2012



Gambar 3. Penentuan Sampel Penelitian

Skor > 15 = Sesuai.

Dengan angka skor:

- 1 = saprodi tidak tersedia saat dibutuhkan
- 2 = saprodi kurang tersedia saat dibutuhkan
- 3 = saprodi tersedia saat dibutuhkan

Analisis yang dilakukan dalam usahatani karet adalah analisis teknik budidaya, biaya, produksi, pendapatan, dan efisiensi usahatani. Adapun model analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

Teknologi budidaya tanaman karet dapat diketahui dengan melakukan analisis secara deskriptif kualitatif.

### Manajemen Usahatani

Biaya produksi dihitung dengan rumus Soekartawi (2002):

$$TC = TFC + TVC \dots\dots\dots (1)$$

$$TC = \{(X_1.PX_1) + (X_2.PX_2) + (X_3.PX_3) + (X_4.PX_4)\} + D \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- X<sub>1</sub> = Jumlah penggunaan pupuk (Kg/ha)
- X<sub>2</sub> = Jumlah penggunaan herbisida (liter/luas lahan)
- X<sub>3</sub> = Jumlah penggunaan cuka (botol/bulan)
- X<sub>4</sub> = Jumlah penggunaan tenaga kerja (HKP/luas lahan)
- D = Nilai penyusutan (Rp/unit/bulan)

Biaya penyusutan dihitung dengan rumus Hernanto (1996):

$$D = \frac{NB-NS}{UE} \dots\dots\dots (4)$$

**Pendapatan Bersih**

Pendapatan bersih dihitung dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995):

$$\pi = Y.Py - [\sum_{i=1}^3(Xi.Pi) + D] \dots\dots\dots (5)$$

**Efisiensi Usahatani Karet**

Efisiensi usahatani karet akan dianalisis dengan menggunakan rumus *Return Cost Ratio* (RCR) (Soekartawi, 1995):

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots (6)$$

**Analisis Subsistem Agroindustri Karet Rakyat**

Informasi tentang industri pengolahan karet rakyat akan disajikan dengan mendeskripsikan data dan informasi yang berkaitan dengan gambaran umum proses pengolahan karet, jenis produksi, kapasitas pabrik, dan informasi umum lainnya. Sedangkan pada tingkat petani akan dideskripsikan mengenai pengolahan lateks secara sederhana.

**Analisis Pemasaran Karet Rakyat**

Saluran pemasaran, lembaga pemasaran dan fungsi pemasaran yang dilakukan dianalisis secara deskriptif kualitatif.

Biaya pemasaran karet digunakan rumus Hamid (1994), sebagai berikut:

$$He = Hp + (B + \pi) \dots\dots\dots (7)$$

$$B = He - (Hp + \pi) \dots\dots\dots (8)$$

Besarnya margin pemasaran akan dihitung menggunakan rumus menurut Saefuddin dan Hanafiah (1986), yaitu:

$$M = Hk - Hp \dots\dots\dots (9)$$

Efisiensi pemasaran dihitung menggunakan rumus Soekartawi (1995), sebagai berikut:

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100 \% \dots\dots\dots (10)$$

**Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Karet Rakyat**

Analisis penyusunan perencanaan strategis pengembangan agribisnis karet rakyat ini berguna untuk menentukan faktor penentu utama dari beberapa faktor yang akan dianalisis. Faktor tersebut berupa unsur internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dilingkup agribisnis karet di Kabupaten Kuantan Singingi. Penentuan bobot untuk kriteria faktor kepentingan strategis dilakukan dengan metode *Pair Waste Comparison*.

Dari hasil perhitungan nilai ranking faktor-faktor strategi yang diunggulkan, diperoleh urutan daftar faktor strategi yang akan menjadi prioritas untuk dikembangkan. Selanjutnya guna menganalisa berbagai faktor yang dapat mempengaruhi dalam proses pembuatan strategi pengembangan agribisnis karet di Kabupaten Kuantan Singingi, maka metode yang akan digunakan adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Petani Karet**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa petani karet di Kabupaten Kuansing didominasi oleh usia produktif. Secara umum petani karet di Kabupaten Kuansing hanya memperoleh pendidikan sampai tingkat SD. Hal ini berdampak terhadap pola pikir petani yang kurang baik, terutama dalam mengambil keputusan manajemen usahatani. Rata-rata pengalaman petani dalam mengelola usahatannya adalah 14 tahun. Jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata sebanyak 3 orang.

**Sistem Agribisnis Karet**

**Subsistem Penyediaan Input**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata petani karet memiliki lahan seluas 1,18 ha. Hasil terdapat 19 petani yang lahannya dikelola sendiri, sedangkan sisanya 21 petani yang lahannya dikelola oleh orang lain dengan sistem bagi hasil, yaitu 50:50 dari penerimaan hasil usahatani karet.

Terdapat empat kegiatan yang rutin dilakukan oleh petani dalam mengelola usahatani karetnya, yaitu penyiangan batang karet, pengumpulan dan pembekuan, pembersihan gulma dan pemupukan. Untuk penyiangan rata-rata dibutuhkan waktu selama 16,70 HKP, pengumpulan dan pembekuan 1,73 HKP. Untuk pembersihan gulma dan pemupukan dilakukan setiap 6 bulan sekali dengan rata-rata penggunaan masing-masing 1,74 HKP dan 0,18 HKP per bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pupuk dan pestisida terjamin ketersediaannya karena sesuai dengan kriteria 6 tepat. Sedangkan ketersediaan bibit tidak sesuai dengan kriteria 6 tepat, dan ketersediaan alat-alat peranian juga kurang sesuai dengan kriteria 6 tepat.

### Subsistem Usahatani

Teknologi budidaya karet yang berlaku di Kab. Kuansing belum mengacu pada SOP secara umum. SOP budidaya karet yang dirujuk

berpedoman pada “Teknologi Budidaya Karet Chairil Anwar (2001)”.

Hasil penelitian, diketahui bahwa pembukaan lahan dengan cara membakar masih dilakukan. Hal ini berdampak pada ancaman pelarangan impor komoditas yang diperoleh dari hasil pembukaan lahan dengan cara dibakar oleh negara tujuan ekspor karet terutama eropa.

Begitu juga dengan penataan jalan produksi, saluran drainase, penanaman, pemupukan, pemeliharaan, teknik penyiangan batang karet dan penanganan pasca panen yang belum sesuai dengan standar yang berlaku umum. Oleh sebab itu, maka perlu adanya bimbingan bagi petani. Hal ini dalam rangka memaksimalkan produksi yang seharusnya dapat dicapai melalui penerapan SOP yang sudah ditetapkan.

Pada Tabel 1 diketahui bahwa total biaya produksi yaitu sebanyak 1.696.759 Rp/bulan. Komponen biaya terbesar adalah upah tenaga kerja. Upah tenaga kerja didasarkan atas bagi hasil penjualan karet. Bagi hasil sebanyak

Tabel 1. Penggunaan Sarana Produksi, Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Karet

| Uraian                              | Satuan    | Jumlah | Harga (Rp) | Nilai perbulan (Rp) | Persentase (%) |
|-------------------------------------|-----------|--------|------------|---------------------|----------------|
| <b>A. Sarana Produksi</b>           |           |        |            |                     |                |
| Pupuk/6 bulan                       |           |        |            |                     |                |
| - Kandang                           | karung    | 25,00  | 17.500     | 72.917              | 4,30           |
| - Urea                              | kg        | 96,43  | 6.393      | 102.746             | 6,06           |
| - Tsp                               | kg        | 50,00  | 7.750      | 64.583              | 3,81           |
| - NPK                               | kg        | 100,00 | 8.600      | 143.333             | 8,45           |
| Herbisida/6 bulan                   | liter     | 1,43   | 62.188     | 14.770              | 0,87           |
| Cuka                                | botol     | 3,70   | 4.250      | 15.725              | 0,93           |
| Sub total                           |           |        |            | 414.074             | 24,40          |
| <b>B. Tenaga Kerja</b>              |           |        |            |                     |                |
| - Penyiangan                        | % x 0,5TR | 82,43  |            | 1.037.930           | 61,17          |
| - Pengumpulan & Pembekuan           | % x 0,5TR | 8,51   |            | 107.211             | 6,32           |
| - Pembersihan Gulma                 | % x 0,5TR | 8,58   |            | 108.053             | 6,37           |
| - Pemupukan                         | % x 0,5TR | 0,91   |            | 11.407              | 0,67           |
| Sub total                           |           |        |            | 1.270.008           | 74,85          |
| <b>C. Penyusutan</b>                |           |        |            |                     |                |
|                                     |           |        |            | 12.677              | 0,75           |
| <b>D. Total Biaya</b>               |           |        |            |                     |                |
| - Biaya Tetap                       |           |        |            | 12.677              |                |
| - Biaya tdk tetap                   |           |        |            | 1.684.082           |                |
| <b>D. Produksi:</b>                 |           |        |            |                     |                |
| Minggu I                            | kg        | 89,45  | 7.271      | 643.778             |                |
| Minggu II                           | kg        | 88,70  | 7.240      | 637.490             |                |
| Minggu III                          | kg        | 87,35  | 7.106      | 611.969             |                |
| Minggu IV                           | kg        | 89,53  | 6.985      | 625.130             |                |
|                                     |           | 355,03 |            |                     |                |
| <b>E. Pendapatan Kotor</b>          |           |        |            |                     |                |
|                                     |           |        |            | 2.518.366           |                |
| <b>F. Pendapatan Bersih</b>         |           |        |            |                     |                |
|                                     |           |        |            | 821.607             |                |
| <b>G. Pendapatan Kerja Keluarga</b> |           |        |            |                     |                |
|                                     |           |        |            | 2.104.292           |                |
| <b>H. RCR</b>                       |           |        |            |                     |                |
|                                     |           |        |            | 1,48                |                |

50:50. Oleh sebab itu, digunakan asumsi bahwa 50% dari hasil penjualan karet merupakan biaya tenaga kerja. Bagi petani yang berstatus sebagai pengelola kebun sendiri, 100% penjualan adalah milik pribadi, karena biaya tenaga kerja yang 50% tersebut dihitung sebagai pendapatan kerja keluarga.

Rata-rata produksi karet dalam satu minggu yaitu sebanyak 89 kg/ luas lahan, dan 355 kg/luas lahan/bulan. Kualitas produksi dilihat dari kebersihan dan kadar air karet yang dijual. Hasil pengujian kadar kemurnian karet oleh pabrik menunjukkan bahwa rata-rata kemurnian karet hanya 60%. Hal ini perlu ditanggapi serius, sebab harga jual karet yang diterima tergantung kemurnian karet yang dijual.

Pendapatan bersih usahatani sebanyak Rp.821.607/bulan. Jumlah pendapatan kerja keluarga yaitu sebanyak Rp.2.104.292/ bulan. Jumlah ini relatif kurang memuaskan karena harga karet saat penelitian murah dibanding harga normal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata efisiensi usahatani karet di daerah penelitian adalah 1,48. Artinya setiap Rp 1 biaya yang dikeluarkan, maka akan memperoleh pendapatan kotor sebesar Rp 1,48 atau pendapatan bersih sebesar Rp 0,48 (efisien secara ekonomi).

### Subsistem Agroindustri Karet

**Tahap 1**, pada saat batang karet disadap, maka latek akan keluar mengikuti alur sadap menuju wadah yang sudah dipersiapkan sebelumnya. Wadah dibiarkan penuh hingga 6 hari sesuai dengan siklus produksi petani.

**Tahap 2**, selanjutnya adalah proses pengolahan ojol (lumb), yang diawali dengan pengumpulan lateks ke dalam ember untuk dibawa ke tahapan selanjutnya.

**Tahap 3**, sebelum proses pembekuan dimulai, petani biasanya mempersiapkan alat dan bahan seperti cuka dan air, serta membersihkan lubang tempat pembekuan, tujuannya agar kualitas ojol baik dan bersih.

**Tahap 4**, lateks dimasukkan ke dalam lubang, kemudian dicampur dengan bahan campuran cuka dan air berdasarkan takaran tertentu, kemudian diaduk untuk memastikan bahan tercampur merata.

**Tahan 5**, proses pembekuan dapat berjalan sempurna dengan waktu sekitar 6 jam.

Kemudian ojol siap untuk dijual ke pedagang pengumpul atau pedagang besar.

### Pengolahan Karet Ditingkat Pabrik

Pabrik pengolahan karet (*crumb rubber*) di Kabupaten Kuantan Singingi hanya ada satu, yaitu PT. Andalas Agrolestari yang berlokasi di desa Logas Kecamatan Singingi yang memiliki kapasitas mesin terpasang 40.000 ton pertahun. Produksi karet di Kuantan Singingi mencapai 56.299 ton pada tahun 2012. Melihat kapasitas mesin yang ada, seharusnya kebutuhan bahan baku pabrik sudah melebihi kapasitas. Tetapi kebijakan pabrik hanya membatasi kapasitas sebesar 25.000 ton pertahun. Sehingga jumlah produksi karet Kuansing yang mampu diserap oleh pabrik hanya 44,40%, sedangkan sisanya dibeli oleh perusahaan lain di luar daerah. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga beli perusahaan dari luar daerah sangat kompetitif.

Penetapan harga pada tingkat pabrik didasari kadar murni karet yang diketahui rata-rata 60% saja. Ketetapan kadar ini berlaku umum, padahal tidak semua produksi karet rakyat memiliki tingkat kadar kemurnian karet yang sama. Hal ini merupakan sebuah kelemahan yang seharusnya menjadi perhatian.

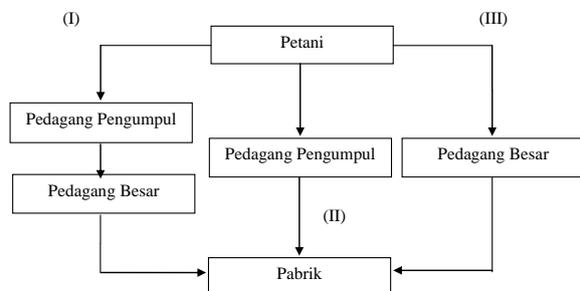
Produk yang dihasilkan oleh perusahaan ini adalah *Standart Indonesian Rubber* (SIR), yaitu SIR 3CV, SIR 10 dan SIR 20. PT. Andalas Agrolestari telah menjalin hubungan kerja sama dengan beberapa perusahaan ban internasional, seperti Brigestone, Michelin, Gajah Tunggal (GT) serta perusahaan lain guna menjamin ketersediaan pasokan serta komitmen untuk meningkatkan industri karet dalam Negeri.

### Subsistem Pemasaran

Secara umum saluran pemasaran yang berlaku pada saat penelitian terdiri dari tiga saluran. Masing-masing saluran dapat dilihat pada Gambar 4.

Petani pada saluran 1 mendapat harga pada kisaran 6000-7500 Rp/kg. Penetapan harga dilihat dari kualitas karet secara visual, yaitu kebersihan dan kesegaran karet, serta kadar air yang terkandung didalamnya. Prosesnya manual, hanya berdasarkan pengalaman pribadi pedagang pengumpul. Untuk mengantisipasi penyusutan berat timbang yang diterima oleh pedangan pengumpul saat menjual karet ke tahap selanjutnya, petani dibebankan 1 kg karet dalam setiap 10 kg yang dijualnya. Artinya

jumlah timbang karet petani dipotong sebanyak 10% oleh pedagang pengumpul. Sehingga dapat dipahami bahwa penyusutan berat timbang pedagang pengumpul ditanggung oleh petani.



Gambar 4. Saluran Pemasaran Karet

Harga jual petani pada saluran 2 yaitu pada kisaran 7000-8000 Rp/kg. Sedangkan pada saluran 3 yaitu pada kisaran 8000-8700 Rp/kg Untuk penetapan harga, prosesnya hampir sama dengan yang diterima petani pada saluran 1.

Berdasarkan saluran pemasarannya, pedagang pengumpul dibagi menjadi dua golongan, yaitu pedagang pengumpul yang menjual karet ke pedagang besar dan yang menjual langsung ke pabrik. Untuk harga yang diterima oleh pedagang pengumpul yang menjual karet ke pedagang besar, penentuan harga ditentukan setelah pedagang besar melakukan cek kualitas karet dengan cara membelah dua karet tersebut. Perlakuan ini untuk menjamin kualitas sebagai antisipasi dari kecurangan-kecurangan petani saat pembekuan karetnya. Jika terdapat kotoran-kotoran yang menempel pada gumpalan karet, maka pedagang besar menolak karet tersebut.

Begitu juga dengan pedagang pengumpul yang menjual karet langsung ke pabrik. Harga karet ditentukan berdasarkan kemurnian karet. Untuk mengetahui kemurnian karet itu, pihak pabrik melakukan uji labor berdasarkan sampel

dan biasanya hasil pengujian menunjukkan bahwa rata-rata kemurnian karet yang diterima hanya mencapai 60%. Sehingga harga yang diterima dihitung dari 60 % dari harga karet murni (kisaran Rp14.500-15.500/kg). Selain itu pedagang pengumpul juga menanggung penyusutan berat timbang serta biaya pemasaran.

Pada Tabel 2, pedagang besar dan pabrik melakukan fungsi pemasaran secara utuh, sedangkan pedagang pengumpul tidak, karena tidak melakukan fungsi pemasaran penyimpanan dan standarisasi grading.

Pada saluran pemasaran I menunjukkan efisiensi pemasaran sebesar 26,56%. Angka tersebut mengindikasikan bahwa saluran pemasaran I sangat tidak efisien. Pada kenyataannya, saluran pemasaran ini sudah tidak diminati lagi oleh para pelaku pemasaran karet di Kuansing. Tetapi aktifitas seperti ini masih ada terutama bagi pedagang pengumpul yang berada jauh dari lokasi pabrik Hal ini, akan menanggung biaya transportasi yang sangat besar.

Aktifitas pemasaran yang terjadi pada saluran pemasaran II menunjukkan efisiensi pemasaran sebesar 15,47%. Angka tersebut mengindikasikan bahwa saluran pemasaran II lebih efisien dari pada saluran pemasaran I. Saat ini saluran pemasaran II sangat banyak pelakunya. Dan biasanya pedagang pengumpul memiliki kendaraan sendiri untuk pengangkutan karet ke pabrik, sehingga pemasarannya lebih efisien dan menguntungkan tidak hanya bagi pedagang, tapi juga bagi petani karena harga jual karet di tingkat petani lebih tinggi dari pada saluran I.

Aktifitas pemasaran pada saluran pemasaran III ini menunjukkan efisiensi pemasaran sebesar 17,05%. Angka tersebut mengindikasikan bahwa saluran pemasaran III masih kalah efisien dari saluran pemasaran II.

Tabel 2. Fungsi Pemasaran Karet di Kabupaten Kuantan Singingi

| Fungsi Pemasaran         | Pedagang Pengumpul | Pedagang Besar | Pabrik |
|--------------------------|--------------------|----------------|--------|
| Pembelian                | √                  | √              | √      |
| Penjualan                | √                  | √              | √      |
| Pengangkutan             | √                  | √              | √      |
| Penyimpanan              | —                  | √              | √      |
| Info pasar               | √                  | √              | √      |
| Pembiayaan               | √                  | √              | √      |
| Standarisasi dan Grading | —                  | √              | √      |

Tabel 3. Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Karet (Per kg)

| Uraian                            | Saluran I  |           | Saluran II |           | Saluran III |           |
|-----------------------------------|------------|-----------|------------|-----------|-------------|-----------|
|                                   | Biaya (Rp) | Share (%) | Biaya (Rp) | Share (%) | Biaya (Rp)  | Share (%) |
| <b>PETANI</b>                     |            |           |            |           |             |           |
| Harga Jual                        | 6.250      | 68,31     | 7.151      | 78,15     | 8.700       | 81,50     |
| <b>PEDAGANG PENGUMPUL</b>         |            |           |            |           |             |           |
| Harga Beli                        | 6.250      |           | 7.151      |           |             |           |
| Biaya Pemasaran                   |            |           |            |           |             |           |
| a. Upah Tenaga Kerja              | 100        |           | 200        |           |             |           |
| b. Transportasi                   | 250        |           | 500        |           |             |           |
| c. Penyusutan Berat Timbang (10%) | 625        |           | 715        |           |             |           |
| Total Biaya Pemasaran             | 975        | 10,66     | 1.415      | 15,47     |             |           |
| Keuntungan                        | 325        | 3,55      | 584        | 6,38      |             |           |
| Margin                            | 1.300      |           | 1.999      |           |             |           |
| Harga Jual                        | 7.550      |           | 9.150      |           |             |           |
| <b>PEDAGANG BESAR</b>             |            |           |            |           |             |           |
| Harga Beli                        | 7.550      |           |            |           | 8.700       |           |
| Biaya Pemasaran                   |            |           |            |           |             |           |
| a. Upah Tenaga Kerja              | 200        |           |            |           | 200         |           |
| b. Transportasi                   | 500        |           |            |           | 750         |           |
| c. Penyusutan Berat Timbang (10%) | 755        |           |            |           | 870         |           |
| Total Biaya Pemasaran             | 1.455      | 15,90     |            |           | 1.820       | 17,05     |
| Keuntungan                        | 145        | 1,58      |            |           | 918         | 8,59      |
| Margin                            | 1.600      |           |            |           | 2.738       |           |
| Harga Jual                        | 9.150      |           |            |           | 11.438      |           |
| <b>PABRIK KARET</b>               |            |           |            |           |             |           |
| Harga Beli                        | 9.150      | 100,00    | 9.150      | 100,00    | 10.675      | 100,00    |
| Margin Pemasaran                  | 2.900      |           | 1.999      |           | 2.738       |           |
| Efisiensi Pemasaran               | 26,56      |           | 15,47      |           | 17,05       |           |

### Strategi Pengembangan Agribisnis Karet Rakyat

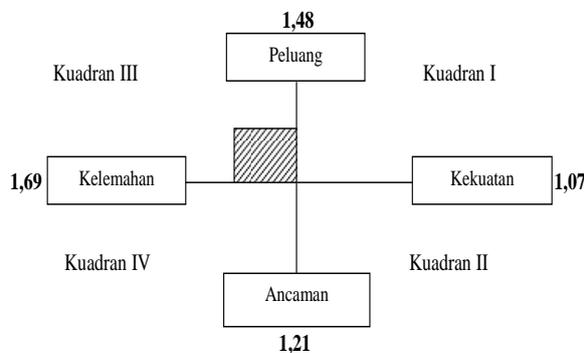
Untuk menganalisis strategi pengembangan agribisnis karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor produksi secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu perusahaan. Analisis ini didasarkan pada usaha untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman secara bersamaan. Model analisis yang digunakan dalam perumusan strategi yang akan dijalankan yaitu model matrik SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan dari sistem agribisnis karet diperoleh beberapa faktor internal dan eksternal yang menentukan arah strategi pengembangan agribisnis karet di Kabupaten Kuansing. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4 dan Tabel 5.

Berdasarkan Tabel IFAS dan EFAS dapat diketahui bahwa hasil analisis SWOT untuk pengembangan agribisnis karet di Kab. Kuansing yaitu sebagai berikut. Faktor internal pengembangan agribisnis karet yang meliputi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) menunjukkan bahwa total nilai dari kekuatan adalah 1,07 dan kelemahan adalah 1,69 sehingga total keseluruhan dari faktor internal adalah 2,76. Faktor eksternal yang meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) menunjukkan bahwa nilai peluang adalah 1,48 dan ancaman adalah 1,21 sehingga total keseluruhan dari faktor eksternal adalah 2,68.

Tabel 5. Hasil Penentuan Bobot dan Rating Faktor Eksternal (EFAS)

| FAKTOR EKSTERNAL |  | Bobot | Rating | B X R |
|------------------|--|-------|--------|-------|
| <b>Peluang</b>   |  |       |        |       |
| A                | Subsistem Penyediaan Input   |       |        |       |
| 1                | Supplier saprodi semakin berkembang  | 0,06  | 2      | 0,15  |
| 2                | Tersedianya jenis bibit dengan produktivitas tinggi                              | 0,07  | 4      | 0,26  |
| B                | Subsistem Usahatani  |       |        |       |
| 3                | Teknologi budidaya karet masih bisa dimaksimalkan                                | 0,07  | 4      | 0,25  |
| 4                | Diversifikasi pola bagi hasil  | 0,07  | 3      | 0,18  |
| C                | Subsistem Agroindustri   |       |        |       |
| 5                | Diversifikasi produk olahan  | 0,06  | 2      | 0,14  |
| 6                | Barang substitusi(karet sintetis) semakin mahal                                  | 0,06  | 2      | 0,13  |
| D                | Subsistem Pemasaran  |       |        |       |
| 7                | Pemintaan terus semakin meningkat tiap tahun                                     | 0,07  | 3      | 0,19  |
| 8                | Kebijakan bea dan tarif sangat mendukung   | 0,06  | 3      | 0,17  |
| Jumlah           |  | 0,53  |        | 1,48  |
| <b>Ancaman</b>   |  |       |        |       |
| A                | Subsistem Penyediaan Input   |       |        |       |
| 1                | Harga pupuk mahal  | 0,06  | 2      | 0,12  |
| 2                | Alih fungsi lahan  | 0,08  | 4      | 0,27  |
| B                | Subsistem Usahatani  |       |        |       |
| 3                | Perubahan iklim  | 0,06  | 3      | 0,15  |
| 4                | Efisiensi dan kualitas produksi negara pesaing penghasil karet jauh lebih tinggi | 0,05  | 2      | 0,10  |
| C                | Subsistem Agroindustri   |       |        |       |
| 5                | Klaim kualitas SIR yang rendah di pasar internasional                            | 0,06  | 2      | 0,14  |
| 6                | Bahan baku industri semakin terbatas   | 0,05  | 2      | 0,08  |
| D                | Subsistem Pemasaran  |       |        |       |
| 7                | Harga karet tidak stabil   | 0,07  | 3      | 0,22  |
| 8                | Adanya Spekulasi   | 0,06  | 2      | 0,13  |
| Jumlah           |  | 0,47  |        | 1,21  |
| Total Jumlah     |  | 1,00  |        | 2,68  |

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa pada faktor internal jumlah bobot nilai untuk faktor kelemahan lebih besar dibandingkan dengan faktor kekuatannya, artinya faktor kelemahan harus menjadi fokus dalam langkah strategis pengembangan agribisnis karet. Pada faktor eksternal dapat diketahui pula bahwa jumlah bobot nilai untuk faktor peluang lebih besar dibandingkan faktor ancaman. Dalam kondisi seperti ini faktor peluang harus dimanfaatkan secara maksimal agar keberlangsungan agribisnis bisa terjaga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Diagram Analisis SWOT

Selanjutnya, hasil analisis pada diagram SWOT (Tabel 6), menunjukkan bahwa strategi pengembangan agribisnis karet di Kabupaten Kuansing terletak pada kuadran III yaitu Strategi WO (*Weaknesses and Opportunities*). Strategi ini merupakan strategi pertumbuhan, dengan cara mengatasi kelemahan untuk mengejar peluang.

Berdasarkan Tabel matrik SWOT diketahui bahwa terdapat empat macam strategi yang bisa digunakan untuk pengembangan agribisnis karet di Kabupaten Kuansing, yaitu:

1. **Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)**, yaitu strategi pencapaian, mengejar peluang yang cocok untuk kekuatan yang ada pada internal. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk pengembangan agribisnis karet dengan strategi ini adalah sebagai berikut:

- Memaksimalkan teknologi budidaya pada lahan perkebunan karet yang dimiliki sebagian besar petani,
- Pengelolaan kebun dengan diversifikasi pola bagi hasil,
- Memanfaatkan ketersediaan pabrik pengolahan, jumlah pedagang yang banyak, serta lokasi pemasaran yang berdekatan untuk memaksimalkan potensi demand yang terus meningkat, yang didukung dengan kebijakan pemerintah.

2. **Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)**, yaitu strategi pertumbuhan, mengatasi kelemahan untuk mengejar peluang. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk pengembangan agribisnis karet dengan strategi ini adalah sebagai berikut:

- Memperbaiki akses permodalan bagi petani untuk memanfaatkan peluang yang ada, agar pengembangan agribisnis karet bisa dilaksanakan
- Melakukan program replanting bagi tanaman tua dan rusak, dengan penggunaan bibit unggul yang produktivitasnya tinggi,
- Memperbaiki kualitas ojol dengan teknologi yang tepat sehingga harga jual karet dapat ditingkatkan,
- Melakukan penyuluhan untuk diversifikasi produk olahan karet,
- Memperbaiki rantai pemasaran agar lebih efisien dan menguntungkan.

3. **Strategi S-T (*Strengths-Threats*)**, yaitu strategi bertahan, mengidentifikasi cara-cara usaha dengan kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi kerentanan terhadap ancaman eksternal. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk pengembangan agribisnis karet dengan strategi ini adalah sebagai berikut:

- Mempertahankan lahan perkebunan karet agar tidak dialih fungsikan,
- Dengan tersedianya tenaga kerja dari dalam keluarga, maka dapat mengurangi biaya TK sehingga penerimaan tetap besar, meskipun harga tidak stabil,
- Memperbaiki kualitas ojol yang dijual dengan penerapan standarisasi dan grading untuk meningkatkan harga karet dan kepercayaan internasional.

4. **Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)**, yaitu strategi diversifikasi, membuat rencana lain untuk menutupi kelemahan usaha yang sangat rentan terhadap ancaman eksternal. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk pengembangan agribisnis karet dengan strategi ini adalah sebagai berikut:

- Untuk menutupi keterbatasan modal, maka penggunaan pupuk alternative yang harganya relatif lebih murah namun tetap efektif, seperti kompos dapat diterapkan,
- Meningkatkan kemampuan petani dengan penyuluhan yang efektif, efisien dan berkualitas, agar kelemahan yang ada dapat diatasi, sehingga ancaman dapat dihindarkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Kemampuan petani dalam usaha pengembangan perkebunan karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi masih dibatasi oleh rendahnya tingkat pengetahuan terhadap proses pelaksanaan budidaya yang sesuai dengan standar operasional prosedur (SOP).

Oleh sebab itu perlu ditingkatkan dengan cara penyuluhan yang intensif dan berkualitas.

2. Sistem agribisnis karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi menunjukkan hasil sebagai berikut:

- a. Dalam pengembangan perkebunan karet di Kabupaten Kuantan Singingi, subsistem penyediaan input belum dikelola secara maksimal terutama pada faktor produksi modal, sehingga masih memerlukan perbaikan. Di samping itu juga memerlukan kebijakan yang tegas untuk meminimalkan alih fungsi lahan ke komoditas lain.
- b. Subsistem usahatani pada perkebunan karet yang ada saat ini masih berpotensi untuk dikembangkan dengan penerapan teknologi budidaya yang efektif, efisien dan berkualitas. Teknologi tersebut berkaitan dengan peningkatan kualitas produksi agar harga yang diterima lebih tinggi.
- c. Subsistem agroindustri ditingkat petani belum ada peningkatan dari sebelumnya karena tidak mempunyai diversifikasi pengolahan lebih lanjut, sedangkan pada tingkat pabrik masih berpeluang untuk pemenuhan kapasitas mesin yang masih bisa dimaksimalkan.
- d. Pada subsistem pemasaran karet di Kabupaten Kuantan Singingi, efisiensi pemasaran perlu ditingkatkan. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran II, yaitu: Petani – Pedangang Pengumpul – Pabrik.
- e. Berdasarkan hasil analisis SWOT, maka strategi pengembangan agribisnis karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi adalah strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), yaitu strategi pertumbuhan, dengan caramengatasi kelemahan internal usaha untuk mengejar peluang yang ada saat ini.

Tabel 5. Matrik SWOT

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>   | <p><b>Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status kepemilikan lahan sebagian besar milik petani</li> <li>2. Tersedianya tenaga kerja yang bersumber dari dalam keluarga</li> <li>3. Pengelolaan kebun yang relatif mudah dibanding dengan komoditas lainnya</li> <li>4. Siklus produksi cukup singkat.</li> <li>5. Proses pengolahan ojol mudah dilakukan</li> <li>6. Tersedianya pabrik pengolahan</li> <li>7. Jumlah pedagang relatif banyak</li> <li>8. Lokasi pedagang yang berdekatan dengan kebun petani</li> </ol> | <p><b>Kelemahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbatasan modal yang dimiliki oleh petani</li> <li>2. Bibit yang digunakan tidak unggul</li> <li>3. Budidaya yang dilakukan belum sesuai SOP</li> <li>4. Kualitas ojol masih rendah</li> <li>5. Lokasi pabrik relatif jauh</li> <li>6. Petani belum mampu mengolah karet lebih lanjut</li> <li>7. Standarisasi dan grading tidak berjalan baik</li> <li>8. Rantai pemasaran masih belum efisien</li> </ol>  |
| <p><b>Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Supplier saprodi semakin berkembang</li> <li>2. Tersedianya jenis bibit dengan produktivitas tinggi</li> <li>3. Teknologi budidaya karet masih bisa dimaksimalkan</li> <li>4. Diversifikasi pola bagi hasil</li> <li>5. Diversifikasi produk olahan</li> <li>6. Barang substitusi(karet sintetis) semakin mahal</li> <li>7. Permintaan terus semakin meningkat tiap tahun.</li> <li>8. Kebijakan bea dan tarif sangat mendukung</li> </ol> | <p><b>Strategi SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memaksimalkan teknologi budidaya pada lahan perkebunan karet yang dimiliki sebagian besar petani. {(S)1, (O)2,3}</li> <li>2. Pengelolaan kebun dengan diversifikasi pola bagi hasil. {(S) 1,2,3,4,5, (O) 4}</li> <li>3. Memanfaatkan ketersediaan pabrik pengolahan, jumlah pedagang yang banyak, serta lokasi pemasran yang berdekatan untuk memaksimalkan potensi demand yang terus meningkat, yang didukung dengan kebijakan pemerintah {(S)6,7,8, (O)6,7,8}.</li> </ol> | <p><b>Strategi WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki akses permodalan bagi petani untuk memanfaatkan peluang yang ada, agar pengembangan agribisnis karet bisa dilaksanakan {(W)1, (O)1,2,3,4,5,6,7,8}</li> <li>2. Melakukan program replanting bagi tanaman tua dan rusak, dengan penggunaan bibit unggul yang produktivitasnya tinggi {(W) 2,3,(O)1,2,3}</li> <li>3. Memperbaiki kualitas ojol dengan teknologi yang tepat sehingga harga jual karet dapat ditingkatkan {(W)4,6,7 (O) 3}</li> <li>4. Melakukan penyuluhan untuk diversifikasi produk olahan karet {(W)6, (O) 5}</li> <li>5. Memperbaiki rantai pemasaran agar lebih efisien dan menguntungkan {(S)8, (O)7}</li> </ol> |
| <p><b>Ancaman</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga pupuk mahal</li> <li>2. Alih fungsi lahan</li> <li>3. Perubahan iklim</li> <li>4. Efisiensi dan kualitas produksi negara pesaing penghasil karet jauh lebih tinggi</li> <li>5. Klaim kualitas SIR yang rendah di pasar internasional</li> <li>6. Bahan baku industri semakin terbatas</li> <li>7. Harga karet tidak stabil</li> <li>8. Adanya spekulasi</li> </ol>   | <p><b>Strategi ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan lahan perkebunan karet agar tidak dialih fungsikan {(S)1, (T) 2}</li> <li>2. Dengan tersedianya tenaga kerja dari dalam keluarga, maka dapat mengurangi biaya TK sehingga penerimaan tetap besar, meskipun harga tidak stabil {(S)2, (T) 1,7}</li> <li>3. Memperbaiki kualitas ojol yang dijual dengan penerapan standarisasi dan grading untuk meningkatkan harga karet dan kepercayaan internasional {(S)1,2,3,4,5,6,7,8 (T)5,7}</li> </ol>                | <p><b>Strategi WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk menutupi keterbatasan modal, maka penggunaan pupuk alternative yang harganya relatif lebih murah namun tetap efektif, seperti kompos dapat diterapkan {(W)1, (T)1}</li> <li>2. Meningkatkan kemampuan petani dengan penyuluhan yang efektif, efisien dan berkualitas, agar kelemahan yang ada dapat diatasi, sehingga ancaman dapat dihindarkan {(W) 1,2,3,4,5,6,7,8, (T)1,2,3,4,5,6,7,8}</li> </ol>   |

**Saran**

Pemerintah Kabupaten Kuantan Singingi diharapkan membuat kebijakan pengembangan agribisnis karet mengikuti acuan strategi yang telah diprioritaskan, strategi itu adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan lahan perkebunan karet agar tidak dialih fungsikan,
2. Memperbaiki akses permodalan bagi petani untuk memanfaatkan peluang yang ada, agar pengembangan agribisnis karet bisa dilaksanakan,

3. Melakukan program replanting bagi tanaman tua dan rusak, dengan penggunaan bibit unggul yang produktivitasnya tinggi,
4. Memperbaiki kualitas ojol yang dijual dengan penerapan standarisasi dan grading untuk meningkatkan harga karet dan kepercayaan internasional,
5. Memperbaiki rantai pemasaran agar lebih efisien dan menguntungkan,
6. Memaksimalkan teknologi budidaya pada lahan perkebunan karet yang dimiliki sebagian besar petani,
7. Pengelolaan kebun dengan diversifikasi pola bagi hasil,
8. Memanfaatkan ketersediaan pabrik pengolahan, jumlah pedagang yang banyak, serta lokasi pemasaran yang berdekatan untuk memaksimalkan potensi demand yang terus meningkat, yang didukung dengan kebijakan pemerintah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Chairil, A. 2001. *Manajemen Dan Teknologi Budidaya Karet*. Pusat Penelitian Karet, Medan.
- Cooper D. R. and P. S. Schindler. 2014. *Business Research Methods*, Twelfth Edition. The McGraw-Hill/Irwin, Wittenberg University, New York.
- Hamid, A. K. 1994. *Dasar-Dasar Tataniaga Pertanian*. Percetakan Fajar, Pekanbaru.
- Hernanto, F, 1996. *Ilmu Usahatani*, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hunger dan Wheelen. 2003. *Strategic Management*. Penebar Swadaya, Bandung.
- Hutagaol, R. E. 2010. Kajian Strategi Pemasaran Es Krim Baltic di PT. Balticindo Jaya-food Jakarta. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 5 (2): 122-131.
- Lusianah, M. Syamsun dan N. S. Palupi. 2010. Strategi dan Prospek Pengembangan Industri Produk Olahan Minyak Pala dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 5 (1): 65-79.
- Nainggolan, T. Y. 2010. Startegi Pengembangan Usaha “Nila Puff” dalam Meningkatkan Pebdapatan Ikam Pengolahan Hasil Perikanan pada CV. “X” di Cibinong Bogor. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 5 (2): 132-144.
- Saefudin dan Hanafiah. 1986. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soedijanto. 1998. *Program Penyuluhan Pertanian*. Universitas Terbuka Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Suhendra, U. 2010. Kajian Strategi Pemasaran Ikan Asap di UKM Petikan Cita Halus Citayam Bogor. *Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 5 (2): 145-156.
- Badan Pusat Statistik. 2012. *Statistik Karet Indonesia*. BPS, Jakarta.
- Syafriwan, Saipul Hadi dan Rosnita. 2013. Peranan Penyuluh dan Strategi Peningkatan Peranan Penyuluh Perkebunan dalam Pengembangan Kelompok Tani Pemasaran Karet di Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 28(2): 131-140.
- United Nation Comtrade. 2013. *Data Ekspor-Impor Karet Alam Indonesia*. *Online* pada: <http://www.uncomtrade.com>, Diakses tanggal Juli 2014.