

## **ANALISIS PEMASARAN BAHAN OLAHAN KARET RAKYAT DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI**

### **Analysis of Crumb Rubber Marketing in Kuantan Singingi Regency**

**Meli Sasmi, Suardi Tarumon dan Eliza**

Program Studi Magister Agribisnis Universitas Riau Pekanbaru. Riau, Kampus Bina Widya

km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru, Riau

[Diterima Juni 2012; Disetujui Februari 2013]

#### **ABSTRACT**

The purpose of this research was to recognize the crumb rubber marketing, price transmission, dan market integration in Kuantan Singingi Regency. The research used survey method to collect primary and secondary data. The analysis instruments used were margin and multiple regression analyses with refer to Nerlove Model. The results showed that the best efficient rubber crum channel was found on marketing channel which was done by farmers joined together into cooperative marketing group by action system. The elasticity value of price at farmer level transmission showed that price was enough response on price changes in trader level in long term as well as short term. The price response at trader level that was resulted by price changes at the fabric level in long term as well as short term was good. Nevertheless, price at the fabric level was not responsive on price changes of FOB in long term as well as short term. Analysis of market integration showed that market at farmer and trader levels was integrated perfectly in which price changes on one market will be followed by other markets with the same proportion. Although market structure directed to oligopsony form, transaction process showed more clearly on perfect competition market. It is because the good relationship between farmer and trader. The good integration market was also occurred between market at trader level and market at the fabric.

**Keywords:** *Crumb Rubber, Marketing margin, Price elasticity, Market integration.*

#### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran bahan olahan karet rakyat, transmisi harga, dan integrasi pasar di Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian dilakukan dengan metode survei untuk mengumpulkan data primer dan sekunder. Untuk menganalisis data digunakan analisis margin dan analisis regresi berganda mengacu pada model Nerlove. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran karet yang paling efisien ditemukan pada saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani yang tergabung dalam kelompok pemasaran bersama melalui sistem lelang. Nilai elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa harga di tingkat petani cukup responsif terhadap perubahan harga di tingkat pedagang baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Respon harga di tingkat pedagang akibat perubahan harga ditingkat pabrik baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang juga cukup baik. Namun harga di tingkat pabrik tidak begitu responsif terhadap perubahan harga FOB baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis integrasi pasar menunjukkan bahwa pasar di tingkat petani dan pedagang terintegrasi secara sempurna, dimana perubahan harga pada satu pasar diikuti oleh perubahan harga pada pasar yang lain dengan proporsi yang relatif sama. Walaupun struktur pasar mengarah ke bentuk oligopsoni namun proses transaksi lebih menunjukkan perilaku pasar bersaing sempurna. Hal ini disebabkan oleh hubungan yang baik antara petani dengan pedagang. Demikian juga antara pasar tingkat pedagang dan pabrik menunjukkan bahwa kedua pasar terintegrasi dengan baik.

**Kata Kunci:** *Bahan olahan karet, Margin pemasaran, Elastisitas harga, Integrasi pasar.*

#### **PENDAHULUAN**

Pertanian merupakan sektor ekonomi yang utama di negara-negara berkembang.

Peranan atau kontribusi sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi suatu negara menduduki posisi yang sangat vital, hal ini disebabkan

karena: Pertama sektor pertanian merupakan sumber persediaan bahan makanan dan bahan mentah yang dibutuhkan oleh suatu negara. Kedua tekanan demografis yang besar di negara berkembang sering disertai dengan meningkatnya pendapatan yang menyebabkan kebutuhan juga meningkat. Ketiga sektor pertanian harus dapat menyediakan faktor-faktor yang dibutuhkan untuk ekspansi ke sektor-sektor lain terutama industri, biasanya berwujud modal, tenaga kerja dan bahan mentah. Keempat sektor pertanian merupakan basis dari hubungan-hubungan pasar yang penting yang dapat menciptakan *spread effect* dalam proses pembangunan. Kelima sektor ini dapat juga menciptakan forward dan backward linkage yang bila disertai dengan kondisi yang tepat dapat memberi sumbangan yang besar untuk pembangunan (Hasna, 2011)

Sektor pertanian pada subsektor perkebunan di Kabupaten Kuantan Singingi, Karet merupakan komoditi utama unggulan dan merupakan usaha yang dilakukan secara turun temurun oleh masyarakat. Dari total areal perkebunan komoditi karet merupakan lahan terluas yaitu seluas 152.466,17 ha (54,72%), diikuti kelapa sawit seluas 120.578,59 ha (43,27%), Kakao hanya seluas 2.194,92 (0,79%) ha dan aneka tanaman seluas 3.402,52 ha (1,22%)

Sistem pemasaran bahan olahan karet rakyat dari petani ke pihak prosesor diduga masih kondisi yang belum efisien, hal ini

terlihat rantai pemasaran bokar yang panjang dan bertingkat-tingkat, tidak adanya ketetapan harga dasar oleh pemerintah, perkembangan harga karet terlihat mengalami fluktuasi pada kurun waktu lima tahun (2007-2001) dan ketentuan harga sangat bergantung pada fluktuasi harga karet dunia. (Tarmizi, 2007).

Berdasarkan fenomena ini permasalahan yang muncul berkaitan dengan pemasaran adalah bagaimana sebenarnya pola pemasaran karet di Kabupaten Kuantan Singingi, berapa margin pemasaran dan *share* harga yang diterima petani, bagaimana elastisitas transmisi harga dan integrasi pasar.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *survei*, terhadap petani yang tergabung dalam kelompok pemasaran bersama maupun non kelompok secara *purposive* berdasarkan dimana adanya kelompok pemasaran bersama bahan olahan karet rakyat yang dinilai paling aktif pada wilayah Kecamatan yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi. Dimana petani sampel terlihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pedagang yaitu *snowball sampling*, dapat dilihat pada Tabel 2. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data sekunder adalah data harga karet ditingkat petani, pedagang, pabrik serta harga FOB dalam kurun waktu lima tahun (2007-2011).

Tabel 2. Jumlah Sampel Petani dan Pedagang Non Kelembagaan Pemasaran Karet di Kabupaten Kuantan Singingi

No	Kecamatan/Desa	Jumlah Petani Sampel	Jumlah Pedagang Pengumpul	Jumlah Pedagang Besar
1	Benai/Banjar Benai	25	7	6
2	Kuantan Tengah/ Jaya Kopah	25	8	5
3	Kuantan Mudik/Pebaun Hilir	25	7	5
4	Singingi/Muara Lembu	25	5	3
Jumlah		100	27	19

Tabel 1. Jumlah Sampel dan Lokasi Kelompok Pemasaran Bersama di Kabupaten Kuantan Singingi

No	Kecamatan/Desa	Kelompok Pemasaran Bersama	Jumlah Anggota	Jumlah Sampel
1	Benai/Banjar Benai	KUB Sepakat	75	7
2	Kuantan Tengah/ Jaya Kopah	Gapoktan Maju Basamo	141	13
3	Kuantan Mudik/Pebaun Hilir	Kelompok Tani Tandikek Indah	37	3
4	Singingi/Muara Lembu	Gapoktan Singingi Mandiri jaya	70	7
Jumlah			323	30

Metode analisis digunakan adalah metode deskriptif dan metode kuantitatif. Untuk menjawab tujuan dan hipotesis dilakukan analisis data dengan menghitung margin pemasaran, transmisi harga dan integrasi pasar yang dianalisis dengan regresi berganda mengacu pada Model Nerlove.

### Spesifikasi Model Nerlove

Pada penelitian ini spesifikasi model Nerlove digunakan untuk mengetahui elastisitas transmisi harga sekaligus integrasi pasar, yang dilakukan dengan analisis regresi berganda.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian Leaver (2004) dan Alias dan Tang (2005), output yang digunakan dalam model estimasi adalah jumlah produksi (ton). Namun dalam penelitian ini, pembentukan model estimasi respon harga diperoleh secara tidak langsung melalui respon harga oleh karena itu, pengukuran respon harga menggunakan dua pendekatan respon, yaitu elastisitas jangka pendek dan jangka panjang.

Uchayani dan Sugiharti (2007) meneliti tentang Respon Petani Bawang Merah Terhadap Fluktuasi Harga dan Iklim di Kabupaten Brebes. Ditemukan respon penawaran output karena adanya perubahan harga pasar dinyatakan dengan ukuran elastisitas. Model yang digunakan adalah Model dasar fungsi *supply respon* dari Nerlove.

Senada dengan kajian-kajian tersebut diatas penyesuaian model yang paling dianggap tepat pada penelitian ini adalah model Nerlove, karena pendekatan ini juga diterapkan dalam menghitung elastisitas masing-masing peubah penjelas yang selanjutnya digunakan dalam proyeksi. Teknik penghitungan elastisitas dalam model penyesuaian parsial nerlove juga diterapkan dalam model baik elastisitas jangka pendek maupun jangka panjang, guna untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi harga.

Pada dasarnya penentu harga dipengaruhi harga pada tahun  $t$ ,  $t-1$ ,  $t-2$  dst... Untuk mengetahui respon harga maka perlu dimasukkan peubah-peubah tenggang waktu (lag variabels). Model analisis lag yang didistribusikan dengan pendekatan model penyesuaian Nerlove secara matematik asumsi yang dibangun disesuaikan dengan penelitian, menggunakan

metode regresi linier berganda, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Harga tingkat Petani ( $P_f$ ) dipengaruhi oleh harga tingkat pedagang ( $P_w$ ), pabrik ( $P_{fc}$ ) dan harga petani bulan lalu ( $P_{ft-1}$ ).

$$\text{Fungsi : } P_f = f(P_w, P_{fc}, P_{ft-1}) \dots \dots \dots (1)$$

$$\text{Persamaan : } P_f = b_0 + b_1 P_w + b_2 P_{fc} + b_3 P_{ft-1} + e \dots \dots (2)$$

2. Harga tingkat Pedagang ( $P_w$ ) dipengaruhi oleh harga tingkat pabrik ( $P_{fc}$ ), dan harga pedagang bulan lalu ( $P_{wt-1}$ ).

$$\text{Fungsi : } P_w = f(P_{fc}, P_{wt-1}) \dots \dots \dots (3)$$

$$\text{Persamaan : } P_w = b_0 + b_1 P_{fc} + b_2 P_{wt-1} + e \dots \dots (4)$$

3. Harga tingkat Pabrik ( $P_{fc}$ ) dipengaruhi oleh harga tingkat FOB ( $P_{fob}$ ), dan harga pabrik bulan lalu ( $P_{fct-1}$ )

$$\text{Fungsi : } P_{fc} = f(P_{fob}, P_{fct-1}) \dots \dots \dots (5)$$

$$\text{Persamaan : } P_{fc} = b_0 + b_1 P_{fob} + b_2 P_{fct-1} + e \dots \dots (6)$$

Dimana:

- $P_f$  = harga ditingkat petani (Rp/kg)
- $P_w$  = harga ditingkat pedagang (Rp/kg)
- $P_{fc}$  = harga ditingkat pabrik (Rp/kg)
- $P_{fob}$  = harga ekspor (harga FOB) (Rp/kg)
- $P_{ft-1}$  = harga ditingkat petani sebelumnya (Rp/kg)
- $P_{wt-1}$  = harga ditingkat pedagang sebelumnya (Rp/kg)
- $P_{fct-1}$  = harga ditingkat pabrik sebelumnya (Rp/kg)

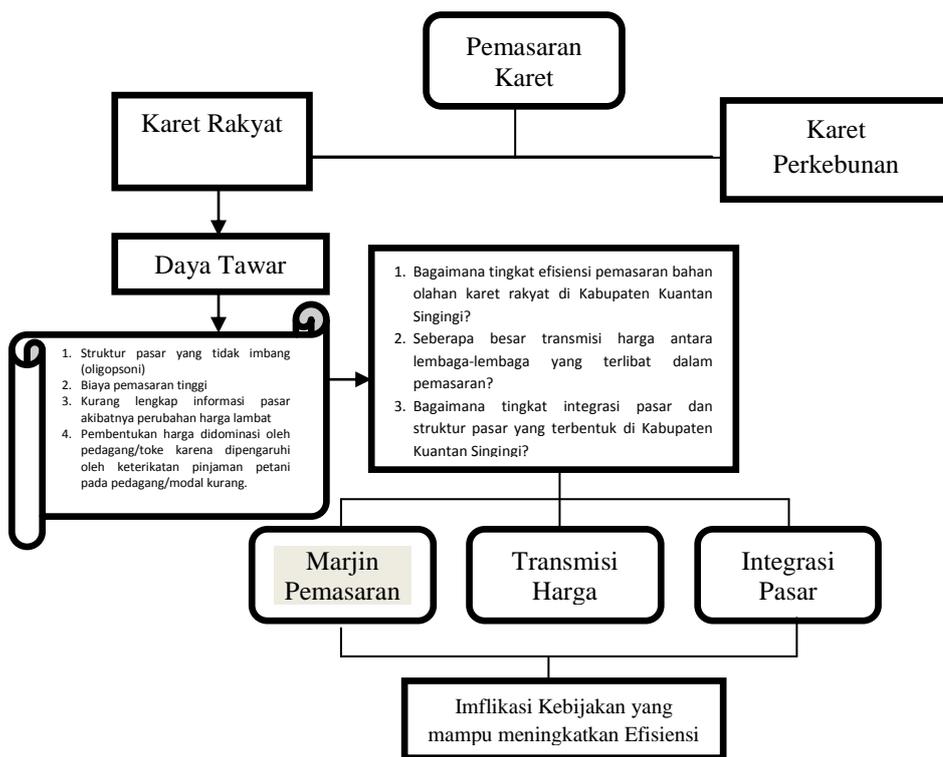
### Kerangka Pemikiran Operasional

Secara umum, untuk menduga efisiensi pemasaran bahan olahan karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi menggunakan beberapa pendekatan, yaitu analisis margin pemasaran, analisis transmisi harga dan integrasi pasar. Berdasarkan uraian diatas analisis transmisi harga dan integrasi pasar akan dilakukan menggunakan model penyesuaian Nerlove. Pelaksanaan penelitian ini dituangkan dalam bentuk alur pemikiran yang digambarkan dalam Gambar 1.

### Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas ditarik suatu kesimpulan hipotesa yaitu:

1. Diduga pemasaran bahan olahan karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi belum efisien.
2. Diduga elastisitas transmisi harga inelastis atau bias negatif (*bias againt*) ke petani.
3. Diduga lembaga pemasaran bokar belum terintegrasi dengan baik.



Gambar 1. Alur Kerangka Pemikiran Operasional Penelitian

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis Margin Pemasaran**

Analisis margin pemasaran untuk melihat efisiensi pemasaran yang diindikasikan oleh besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran. Dari enam saluran pemasaran terlihat yang paling efisien adalah pada saluran 4 yaitu pada pola kelompok dengan sistem lelang. Dapat dilihat pada Tabel 3.

**Hasil Pendugaan Parameter dan Elastisitas pada Model Efisiensi Harga Bahan Olahan Karet Rakyat**

Salah satu indikasi efisiensi pemasaran suatu komoditi adalah nilai elastisitas transmisi

harga. Jika nilai elastisitas teransmisi harga positif dan mendekati satu, berarti perubahan harga di pasar konsumen akhir dapat ditransmisikan dengan baik ke pasar produsen (petani karet). Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui persentase perubahan harga ditingkat produsen akibat perubahan harga ditingkat konsumen.

**Harga ditingkat Petani (P<sub>f</sub>)**

Hasil pendugaan parameter dan elastisitas pada persamaan harga petani disajikan pada Tabel 4. Dari Tabel 4 dapat diungkapkan bahwa secara keseluruhan tanda parameter dugaan peubah eksogen sesuai dengan yang diharapkan.

Tabel 3. Total biaya, Margin, Share, dan Efisiensi setiap pelaku Lembaga Pemasaran di KabupatenKuantan Singingi

No	Variabel	Non Kelembagaan			Kelembagaan		
		Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3	Saluran 4	Saluran 5	Saluran 6
1	Total Biaya	3.579.47	2.519.17	4.982.36	772.5	1.909.22	1.795
2	Margin Pemasaran	2.455.33	1.700	4.652.67	188.5	1.125	887
3	Share (%)	83.47	88.11	73.10	98.79	92.56	94.72
4	Efisiensi Pemasaran (%)	24	18	29	5	13	11

Tabel 4. Hasil Pendugaan Parameter Harga Tingkat Petani Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar)

Variable	Koefisien (b)	Harga Rata- rata	Elastisitas		T- hitung	P Value	VIF
			Jangka Pendek	Jangka Panjang			
Intercept	-211.686	9.643	-		-1.678	0.099	
Harga Pedagang (Pfw)	0.905	10.648	0.999	1.021	31.049	0.000	6.986
Harga Petani bulan lalu (Pft-1)	0.022	9.643			.710	0.481	6.986
Koef. Korelasi (R) = 0.996		F-hitung = 3511.933					
R Square = 0.992		Prob>F = 0.000					
Adjusted R Square = 0.992							
Durbin-Watson = 0.941							

#### Dependen Variable: Harga ditingkat Petani

Nilai elastisitas transmisi harga ditingkat petani terhadap harga ditingkat pedagang dalam jangka pendek (0.999), dan jangka panjang (1.021), artinya dalam jangka pendek apabila harga ditingkat pedagang meningkat sebesar 1 persen maka harga ditingkat petani meningkat sebesar 0.999 persen, jangka panjang meningkat sebesar 1.021 persen. Berdasarkan nilai elastisitas dapat dinyatakan bahwa harga ditingkat petani dalam jangka pendek dan jangka panjang responsif terhadap harga ditingkat pedagang.

Hasil pendugaan yang menunjukkan bahwa harga ditingkat petani dalam jangka pendek dan jangka panjang responsif, artinya kenaikan harga ditingkat pedagang ditransmisikan secara penuh ditingkat petani. Kondisi demikian menunjukkan bahwa komoditi karet merupakan komoditi yang prospektif untuk dikembangkan di Kabupaten Kuantan Singingi. Dengan demikian perlu implikasi kebijakan pemerintah untuk merangsang peningkatan luas lahan dan produksi dalam pembagunan kebun karet, juga perlu mempertahankan keberadaan komoditi karet dengan tidak melakukan alih fungsi lahan dari komoditi karet menjadi komoditi lain.

#### Harga ditingkat Pedagang ( $P_w$ )

Hasil pendugaan parameter dan elastisitas pada persamaan harga ditingkat pedagang disajikan pada Tabel 5. Dari Tabel 5 dapat diungkapkan bahwa secara keseluruhan tanda parameter dugaan peubah eksogen sesuai dengan yang diharapkan.

#### Dependen Variable: Harga ditingkat Pedagang

Nilai elastisitas harga ditingkat pedagang terhadap harga ditingkat pabrik dalam jangka pendek (1.017), dan jangka panjang (1.048), artinya dalam jangka pendek apabila harga ditingkat pabrik meningkat sebesar 1 persen maka harga ditingkat pedagang meningkat sebesar 1.017 persen, dan untuk jangka panjang meningkat sebesar 1.048 persen. Berdasarkan nilai elastisitas dapat dinyatakan bahwa harga ditingkat pedagang terhadap harga ditingkat pabrik responsif dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Harga ditingkat pabrik terhadap harga ditingkat pedagang responsif disebabkan oleh terjadinya hubungan baik antara pedagang dan pabrik, sehingga kenaikan harga ditingkat pabrik ditransmisikan sepenuhnya terhadap harga ditingkat pedagang. Nilai elastisitas yang tinggi menunjukkan pemasaran karet di Kabupaten Kuantan Singingi telah efisien.

Nilai elastisitas harga ditingkat pabrik terhadap harga ditingkat FOB dalam jangka pendek (0.34), jangka panjang (0.68), artinya pada waktu jangka pendek apabila harga ditingkat FOB meningkat sebesar 1 persen maka harga ditingkat pabrik meningkat sebesar 0.34 persen, dan untuk jangka panjang meningkat sebesar 0.68 persen.

Nilai-nilai elastisitas tersebut lebih kecil dari 1 yang berarti bahwa harga ditingkat pabrik tidak responsif terhadap harga FOB baik dalam jangka pendek jangka panjang. Nilai elastisitas tersebut tidak responsif, namun peningkatan harga ditingkat pabrik lebih peka terhadap harga Ekspor dalam jangka panjang.

Hasil pendugaan yang menunjukkan bahwa harga ditingkat FOB dalam jangka pendek dan jangka panjang tidak responsif, hal ini disebabkan harga tidak ditransmisikan

Tabel 5. Hasil Pendugaan Parameter Harga Tingkat Pedagang Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar)

Variable	Koefisien (b)	Harga Rata-rata	Elastisitas		T-hitung	P Value	VIF
			Jangka Pendek	Jangka Panjang			
Intercept	-.468	10.648			-2.067	0.043	
Harga Pabrik (Pfc)	.951	11.393	1.017	1.048	18.661	.000	7.460
Harga Pedagang bulan lalu (Pwt-1)	.026	10.648			.510	0.612	7.460
Koef. Korelasi (R) = 0.990		F-hitung = 65.920					
R Square = 0.980		Prob>F = 0.000					
Adjusted R Square = 0.992							
Durbin-Watson = 1.270							

sepenuhnya terhadap harga pabrik. Pada kenyataannya, respon harga pabrik akan lebih respon terhadap perubahan harga dan faktor penentu lainnya dengan memerlukan tenggang waktu (*time lag*), artinya pabrik dalam mengambil suatu keputusan dalam penetapan harga pada waktu *t* memerlukan tenggang waktu, sehingga ketika terjadi perubahan harga tidak dapat disikapi dengan segera.

Nilai elastisitas harga FOB dalam jangka pendek maupun jangka panjang tidak responsif maka perlu suatu implikasi bagi kebijakan pemerintah daerah dengan segera. Kebijakan pemerintah dalam memacu efisiensi harga ditingkat pabrik, sebaiknya diprioritaskan melalui, kebijakan pemerintah dalam penentuan harga dasar karet, maka perlu kebijakan pemerintah untuk pembangunan pabrik baru agar harga tidak lagi dikendalikan secara sepihak oleh pabrik. Sehingga naiknya harga ekspor (FOB) akan dapat ditransmisikan secara cepat kepada pedagang dan petani, pembentukan dan pengembangan kelompok pemasaran dengan sistem lelang.

### Integrasi Pasar

Integrasi pasar atau keterduan pasar secara sederhana digunakan untuk mempelajari sampai seberapa jauh pembentukan harga suatu komoditas pada suatu pasar (tingkat lembaga pemasaran) dipengaruhi harga pasar lainnya atau tingkat lembaga lainnya (Mulyoko, 1994). Dua pasar dikatakan terpadu apabila perubahan harga yang terjadi pada salah satu pasar disalurkan dengan baik ke pasar lain. Semakin cepat penyaluran, maka semakin terpadu kedua pasar tersebut.

Untuk menganalisis lebih lanjut fenomena perubahan harga antar pasar, maka dilakukan analisis integrasi pasar yang bertujuan untuk melihat keterpaduan harga antara harga tingkat petani (Pf) dengan harga pasar tingkat

konsumen (Pr), dan selanjutnya dapat diketahui struktur pasar yang terjadi baik ditingkat petani atau konsumen.

### Harga ditingkat Pabrik (P<sub>fc</sub>)

Hasil pendugaan parameter dan elastisitas pada persamaan harga ditingkat pabrik disajikan pada Tabel 6. Dari Tabel 6 dapat diungkapkan bahwa secara keseluruhan tanda parameter dugaan peubah eksogen sesuai dengan yang diharapkan.

Pengukuran integrasi pasar pada penelitian ini digunakan analisis regresi. Metode ini digunakan untuk menghitung keeratan hubungan harga dari dua pasar yang berbeda sehingga dapat diketahui bagaimana pergerakan harga dari waktu ke waktu. Tingkat integrasi pasar dapat dilihat dari nilai koefisien regresi yang dihasilkan. Semakin tinggi nilai koefisien regresi menunjukkan makin tingginya tingkat integrasi kedua pasar.

Jika koefisien korelasi  $b_i = 1$ , artinya terjadi integrasi harga secara sempurna, struktur pasar persaingan sempurna. Jika koefisien korelasi  $b_i \neq 1$ , tidak terjadi integrasi harga secara sempurna sehingga pasarnya bukan pasar persaingan sempurna dan pemasaran tidak efisien. Jika  $b_i < 1$ , maka pasarnya mengarah ke monopsoni/oligopsoni dan jika  $b_i > 1$ , pasarnya mengarah ke monopoli.

Hasil analisis hubungan antara harga petani dengan harga pedagang pada Tabel 36 diperoleh nilai koefisien regresi (b) sebesar 0.905, artinya apabila harga ditingkat pedagang meningkat Rp.1, maka harga ditingkat petani naik sebesar Rp. 0.905. Nilai koefisien regresi  $b < 1$  hal ini menunjukkan bahwa pasar mengarah ke oligopsoni, namun pada dalam proses transaksi lebih menunjukkan perilaku pasar persaingan sempurna. Hal

Tabel 6. Hasil Pendugaan Parameter Harga Tingkat Pedagang Bahan Olahan Karet Rakyat (Bokar)

Variable	Koefisien (b)	Harga Rata-rata	Elastisitas		T-hitung	P Value	VIF
			Jangka Pendek	Jangka Panjang			
Intercept	1.541	11.393			3.174	0.002	
Harga Ekspor (Pfob)	0.156	24.676	0.34	0.68	4.232	0.000	7.219
Harga pabrik bulan lalu	0.533	11.393			5.222	0.000	7.219
Koef. Korelasi (R) = 0.958		F-hitung = 311.137					
R Square = 0.917		Prob>F = 0.000					
Adjusted R Square = 0.914							
Durbin-Watson = 1.920							

ini kemungkinan disebabkan oleh hubungan yang baik antara petani dan pedagang.

Struktur pasar yang dihadapi oleh petani karet di Kabupaten Kuantan Singingi cenderung mengarah kepada struktur pasar oligopsoni. Dikatakan demikian karena dilihat dari sudut penjual (jumlah petani) yang relatif banyak, sedangkan dari sudut pembelinya sedikit (pedagang perantara) dan keadaan produk yang dimiliki oleh petani umumnya homogen.

Hasil analisis hubungan antara harga ditingkat pedagang dengan harga pabrik pada Tabel 6 diperoleh nilai koefisien regresi (b) sebesar 0.951, artinya apabila harga ditingkat pabrik meningkat Rp.1 maka harga ditingkat pedagang naik sebesar Rp. 0.951. Nilai koefisien regresi  $b < 1$  hal ini menunjukkan pasar mengarah ke oligopsoni. Walaupun struktur pasar mengarah ke bentuk oligopsoni namun pada dalam proses transaksi lebih menunjukkan pasar persaingan sempurna karena nilainya telah mendekati satu.

Struktur pasar yang dihadapi oleh pedagang cenderung mengarah kepada pasar oligopsoni. Hal tersebut dilihat berdasarkan dari sudut penjual (pedagang) yang relatif banyak, dibanding pembelinya (pabrik), dan keadaan produk yang dimiliki umumnya homogen.

Keadaan produk yang diterima oleh pabrik dari pedagang umumnya homogen dan mempunyai kualitas yang beragam, karena adanya perbedaan dari kualitas bokar dan kadar karet kering yang dijual, maka pabrik memberikan tingkat harga yang berbeda pula.

Pada proses keluar masuk pasar tidak terdapat hambatan karena pedagang sudah memiliki kepercayaan dari langganannya, serta pabrik yang menjadi tujuan penjualan. Sedangkan dalam penentuan harga jual didasarkan mutu bokar dan persentase kadar karet kering yang dihitung berdasarkan harga dasar pabrik yang berlaku saat penjualan.

Dikatakan bahwa dalam proses transaksi lebih menunjukkan perilaku pasar persaingan sempurna, ditandai dengan adanya hubungan yang baik antara pedagang dan pabrik, sehingga informasi harga cepat diperoleh.

Hasil analisis hubungan antara harga ditingkat pabrik dengan harga FOB pada Tabel 38 diperoleh nilai koefisien regresi (b) sebesar 0.156, artinya apabila harga ditingkat FOB meningkat Rp.1 maka harga ditingkat pabrik naik sebesar Rp. 0.156. Nilai koefisien regresi  $b < 1$  hal ini menunjukkan bahwa sistem pasar berintegrasi tidak sempurna, maka pasar mengarah ke oligopsoni.

Pada lembaga pemasaran ditingkat pabrik, struktur pasar yang dihadapi adalah oligopsoni. Secara umum hambatan yang mempengaruhi kebebasan dalam proses keluar masuk pasar yang dihadapi oleh pabrik adalah biaya ekspor yang cukup tinggi dan mutu SIR (Standar Indonesian Rubber). Selain itu harga SIR sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi internasional seperti terjadinya krisis Eropa sehingga terjadi penurunan permintaan konsumen dari luar negeri. Sedangkan penentuan harga yang ditetapkan oleh pabrik adalah berdasarkan harga ekspor dan harga pabrik periode bulan lalu.

Nilai koefien regresi yang lemah dapat dikatakan bahwa sistem pemasaran yang terbentuk tidak efisien, karena jika terjadi kenaikan harga satu-satuan ditingkat konsumen akan diikuti dengan kenaikan harga yang kurang dari satu-satuan ditingkat produsen. Dengan demikian perlu suatu kebijakan pemerintah; *pertama* perlunya penetapan harga dasar pabrik bagi pemerintah daerah, *kedua* perlunya adanya pembangunan pabrik baru, *ketiga* perlu adanya pembentukan dan pengembangan kelompok pemasaran terutama dengan sistem lelang.

## KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

### Kesimpulan

1. Terdapat 2 pola Saluran pemasaran bahan olahan karet rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi yaitu pola kelompok pemasaran bersama dan non kelompok. Pada setiap pola pemasaran terdapat pelaku pemasaran yang meliputi pedagang pengumpul, pedagang besar dan pabrik yang berada daerah dan luar daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran karet yang paling efisien ditemukan pada saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani yang tergabung dalam kelompok pemasaran bersama melalui sistem lelang.
2. Dari nilai elastisitas transmisi harga, dapat disimpulkan bahwa harga ditingkat petani cukup responsive terhadap perubahan harga ditingkat pedagang baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Respon harga ditingkat pedagang akibat perubahan harga ditingkat pabrik baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang juga cukup baik. Namun harga di tingkat pabrik tidak begitu responsive terhadap perubahan harga FOB baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
3. Nilai elastisitas transmisi harga dalam jangka panjang menunjukkan nilai lebih besar dari 1, hal ini menunjukkan bahwa komoditi karet merupakan komoditi prospektif untuk dikembangkan.
4. Analisis integrasi pasar dilakukan untuk mengetahui keterkaitan harga pada berbagai tingkat pasar. Hasil analisis menunjukkan bahwa pasar di tingkat petani dan pedagang terintegrasi secara sempurna, dimana perubahan harga pada satu pasar diikuti oleh perubahan harga pada pasar yang lain dengan proporsi yang relatif sama. Walaupun struktur pasar mengarah ke bentuk oligopsoni namun pada proses transaksi lebih menunjukkan perilaku pasar bersaing sempurna. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh hubungan yang baik antara petani dengan pedagang. Demikian juga antara pasar tingkat pedagang dan pabrik menunjukkan bahwa kedua pasar terintegrasi dengan baik.

### Implikasi Kebijakan

Berdasarkan hasil estimasi, maka dapat diambil beberapa rekomendasi implikasi kebijakan sebagai berikut:

1. Perlunya penerapan kebijakan harga dari pemerintah agar harga tidak dikendalikan secara sepihak oleh pelaku-pelaku pasar. Kebijakan harga yang dimaksud adalah menetapkan harga dasar, yang layak sehingga petani lebih termotivasi dalam meningkatkan kegiatan produksi karet.
2. Dengan adanya keberadaan satu pabrik di Kabupaten Kuantan Singingi, maka perlu kebijakan pemerintah untuk pembangunan pabrik baru agar harga tidak lagi dikendalikan secara sepihak oleh pabrik. Sehingga naiknya harga ekspor (FOB) akan dapat ditransmisikan secara cepat kepada pedagang dan petani.
3. Mengingat respon harga karet dalam jangka pendek dan jangka panjang cukup tinggi, maka pemerintah perlu merencanakan kebijakan pembangunan kebun karet, dalam peningkatan lahan dan produksi, serta perlu mempertahankan keberadaan komoditi karet dengan tidak melakukan alih fungsi lahan.
4. Kebijakan yang perlu diterapkan pemerintah daerah adalah melakukan pembinaan terhadap petani dengan penumbuhan dan pengembangan kelompok pemasaran bersama dengan sistem lelang.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adyana, M. 2004. Penerapan Model Penyesuaian Parsial Nerlove dalam Proyeksi Produksi dan Konsumsi Beras. Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan. Bogor.
- Alias, Mohammad dan Tuch Cheous Tang. 2005. Supply Response of Malaysian Palm Oil Producer Impact of Interest Rate Variation. Malaysian Palm Oil Board. Malaysia.
- Askari, Hossein, dan John Thomas Cummings. 1977. Estimating Agricultural Supply Response with the Nerlove Model. *International Economic Review*, 18 (2):257-292.
- Dinas Perkebunan. 2012. Perkembangan Harga Rata-rata pada Tingkat Petani, Pedagang

- dan Pabrik di Kabupaten Kuantan Singingi. Taluk Kuantan.
- Gujarati, D. 1999. *Ekonometrika Dasar*. Alih Bahasa Sumarno Zain. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Gujarati, Damodar. 2004. *Basics Modelling of Agricultural Commodity Markets*. Roulledge. London
- Hasna. Q. 2011. Pertanian Merupakan Sektor Ekonomi yang Utama di Negara Berkembang. Planthos pital. Blogspot.Com /2011/11/23.
- Koutsoyiannis, A. 1977. *Theory of Econometrics; an Introductory Exposition of Econometric Methods*. Second Edition. The MacMillan Press Ltd, London
- Leaver, R. 2005. Measuring the Supply Response Function of Tobacco in Zimbabwe. *Agrekon*, 43:1.
- Lipsey, R. G. 1995. *Pengantar Microekonomi*. Jilid Satu Edisi Kesepuluh. Binarupa Aksara, Yogyakarta.
- Mulyoko, S. 1994. *Konsep Integrasi Pasar*. Pusat Informasi Pemasaran Tanaman dan Hortikultura, Jakarta.
- Karmadiani, M dan A. Sadono. 2000. *Perilaku Harga dan Efisiensi Sistem tataniaga Jeruk Siam Kalimantan Barat*. Program Studi Ekonomi Pertanian. Program Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Oktavianto, L. K. 2009. *Analisis Respon Penawaran Kelapa Sawit di Indonesia*. Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Pakpahan. 2006. *Analisis Sistem Pemasaran Manggis (Kasus di Desa Babakan, Kecamatan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, dan di Desa Karacak, Kecamatan Leuwiliang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*. Skripsi Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian IPB. Bogor.
- Prayoga. D. 2011. *Modul. Integrasi Pasar. Agribisnis*. <http://noteinbrawijaya.blogspot.com/2012/modul-integrasi-pasar>. Agribisnis. Universitas Brawijaya, Malang.
- Rhina. U. F. dan Sugiharti. 2007. Respon Petani Bawang Merah Terhadap Fluktuasi Harga dan Iklim di Kabupaten Brebes. *Jurnal sosial Ekonomi/Agribisnis*.
- Santosa, A. 2001. *Kajian Sistem Agribisnis Pada Usahatani Tebu Rakyat Bebas Lahan Kering dalam Upaya Pemberdayaan Petani tebu di Kabupaten Ngawi Jawa Timur*. Program Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.
- Tarmizi, A. 2007. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Pemasaran Karet Rakyat di Jambi. *Jurnal Jurusan Manajemen*.

