

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHATANI KARET DAN PEMASARAN BOKAR DI DESA KASANG BANGSAWAN KECAMATAN PUJUD KABUPATEN ROKAN HILIR PROVINSI RIAU

Development Strategy Rubber Farming and Bokar Marketing in Kasang Bangsawan Village, Pujud District, Rokan Hilir Regency, Riau Province

Muammar Habulloh¹, Hajry Arief Wahyudy^{2*}

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Riau, Kota Pekanbaru Provinsi Riau

²Dosen Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Riau, Kota Pekanbaru Provinsi Riau

*Corresponding Author: hajry@agr.uir.ac.id.

Naskah diterima tanggal 06 Januari 2025, direvisi tanggal 30 Januari 2025, disetujui tanggal 21 Februari 2025.

ABSTRAK

Komoditas karet merupakan salah satu komoditas pertanian yang potensial untuk terus dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usahatani karet, pemasaran bahan mentah karet, strategi pengembangan usahatani karet dan pemasaran bahan mentah karet. Penelitian menggunakan metode survei di Desa Kasang Bangsawan, Kecamatan Pujud, Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau, pada Juni–November 2023 dengan analisis statistik deskriptif, deskriptif kualitatif dan kuantitatif, serta analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Karakteristik rata-rata umur petani dan pedagang adalah petani 41,75 tahun dan pedagang 49,60 tahun, tingkat pendidikan 9,66 tahun dan 12 tahun, pengalaman berusahatani 21,81 tahun dan 21,40 tahun, serta jumlah tanggungan keluarga 3,13 jiwa dan 3,40 jiwa. 2) Teknologi budidaya belum sepenuhnya sesuai teknis. 3) Pemasaran bahan mentah karet melibatkan petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, dan pabrik. Terdapat dua saluran pemasaran: saluran 1 (petani–pedagang desa–pedagang kecamatan) dengan biaya Rp 537,01/kg, keuntungan sebesar Rp 7.362,99/Kg, margin Rp 7.900/kg, farmer's share 52,12%, efisiensi 3,25%; dan saluran 2 (petani–pedagang kecamatan) dengan biaya Rp 394,08/kg, keuntungan sebesar Rp 7.805,92/Kg, margin Rp 8.200/kg, farmer's share 50,30%, efisiensi 2,39%. 4) Hasil analisis SWOT menunjukkan koordinat (-0,31;-0,26) pada kuadran IV (strategi WT), dengan strategi utama yaitu penerapan budidaya dan peremajaan karet sesuai SOP untuk meningkatkan pendapatan dan mencegah alih fungsi lahan.

Kata-kata Kunci: *Strategi Pengembangan, Usahatani Karet, Pemasaran Bahan Mentah*

Karet

ABSTRACT

Rubber is one of the agricultural commodities with strong potential for continued development. This study aims to analyze rubber farming, the marketing of raw rubber materials, and strategies for developing rubber farming and raw rubber marketing. The research was conducted using a survey method in Kasang Bangsawan Village, Pujud District, Rokan Hilir Regency, Riau Province, from June to November 2023. The data were analyzed using descriptive statistics, qualitative and quantitative descriptive analysis, and SWOT analysis. The results show that: (1) The average characteristics of farmers and traders are as follows: age of farmers and traders is 41.75 years and 49.60 years; education level is 9.66 years and 12 years; farming experience is 21.81 years and 21.40 years; and family dependents are 3.13 and 3.40 persons, respectively. (2) Cultivation technology has not yet been fully implemented according to technical standards. (3) Raw rubber marketing involves farmers, village collectors, sub-district collectors, and factories. There are two marketing channels: channel 1 (farmers–village collectors–sub-district collectors) with a cost of IDR 537.01/kg, a profit of IDR 7,362.99/kg, a margin of IDR 7,900/kg, a farmer's share of 52.12%, and an efficiency level of 3.25%; and channel 2 (farmers–sub-district collectors) with a cost of IDR 394.08/kg, a profit of IDR 7,805.92/kg, a margin of IDR 8,200/kg, a farmer's share of 50.30%, and an efficiency level of 2.39%. (4) The SWOT analysis shows coordinates (-0.31:-0.26) in quadrant IV (WT strategy), indicating that the main strategy is the implementation of proper cultivation techniques and rubber replanting based on SOPs to increase income and prevent land-use conversion.

Keywords: *Development Strategy, Rubber Farming, Raw Rubber Material Marketing*

PENDAHULUAN

Komoditas karet merupakan salah satu komoditas yang potensial untuk terus dikembangkan. Namun, dalam perkembangannya dihadapkan pada tiga permasalahan utama, yaitu: pertama, produktivitas karet yang rendah dan cenderung mengalami penurunan. Hal ini disebabkan tanaman karet unggul yang dikembangkan melalui berbagai proyek pemerintah yang sudah memasuki usia tua dan tidak produktif lagi. Disisi lain peremajaan yang dilakukan petani secara mandiri pada umumnya menggunakan bibit tidak unggul. Kedua harga karet yang berfluktuasi dan cenderung rendah menyebabkan petani untuk konsisten menekuni usahatani yang cenderung melemah. Ketiga, alih fungsi lahan karet ke kelapa sawit baik pada lahan milik petani maupun perusahaan besar (Syahza, 2017).

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi pengembangan

tanaman karet yang cukup luas. Perkebunan karet rakyat di Provinsi Riau tersebar hampir di sebagian besar kabupaten. Potensi karet di Provinsi Riau memberikan dampak positif terhadap perekonomian yaitu sebagai sumber devisa, sumber bahan baku industri, sumber pendapatan dan kesejahteraan masyarakat serta sebagai pengembangan pusat-pusat pertumbuhan perekonomian di daerah dan berperan dalam pelestarian fungsi lingkungan hidup (Indalis, Rosnita, dan Kusumawaty, 2021).

Menurut Dinas Perkebunan Provinsi Riau (2022) tanaman karet di Kabupaten Rokan Hilir memiliki luas lahan 24.433 Ha, dengan produksi 21.446 ton dan produktivitas 0,877 Ton/Ha. Produktivitas tanaman karet di Kabupaten Rokan Hilir berada pada peringkat ke empat di Provinsi Riau. Selain itu, produktivitas tanaman karet di Kabupaten Rokan Hilir lebih tinggi dari pada rata-rata produktivitas tanaman karet di Provinsi Riau. Kecamatan Pujud berada pada peringkat pertama dalam memproduksi karet di Kabupaten Rokan Hilir, wilayah ini memiliki potensi yang besar pada tanaman karet. Pada tahun 2021, luas lahan tanaman karet di Kecamatan Pujud 8.018 Ha, produksi sebesar 7.639 Ton dengan produktivitas 0,95 Ton/Ha. Produktivitas karet di Kecamatan Pujud lebih kecil dari produktivitas karet rata-rata nasional, produktivitas karet rata-rata nasional pada tahun 2021 sebesar 1,04 Ton/Ha. Apabila dibandingkan dengan potensi produktivitas karet sekitar 4 Ton/Ha, menunjukkan bahwa produktivitas karet di Kecamatan Pujud masih tergolong rendah dan jauh dari potensi teknis.

Pertumbuhan luas lahan, produksi dan produktivitas tanaman karet di Kecamatan Pujud mengalami penurunan pada setiap tahunnya. Penurunan pertumbuhan luas lahan dan produksi tanaman karet tertinggi pada tahun 2019, dengan penurunan pertumbuhan luas lahan sebesar -1,70% dan penurunan pertumbuhan produksi sebesar -1,73%. Sedangkan penurunan pertumbuhan produktivitas tertinggi pada tahun 2021 sebesar -0,49%. Rata-rata luas lahan tanaman karet di Kecamatan Pujud 8.068 Ha dengan rata-rata pertumbuhan -0,67%. Rata-rata produksi tanaman karet di Kecamatan Pujud 7.732 Ton dengan rata-rata pertumbuhan -0,98%. Rata-rata produktivitas tanaman karet di Kecamatan Pujud yaitu 0,959 Ton/Ha dengan rata-rata pertumbuhan -0,35%.

Desa Kasang Bangsawan merupakan desa yang mayoritas masyarakatnya berprofesi sebagai petani karet. Produk yang dihasilkan petani karet dipasarkan untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Tetapi, karena budidaya karet di desa ini belum sesuai dengan SOP mengakibatkan produksi usahatani karetnya belum maksimal. Selain itu, proses pemasaran karet yang belum efisien karena pabrik karet cukup jauh dari Desa Kasang Bangsawan sehingga saluran pemasaran menjadi panjang dan pendapatan petani belum maksimal. Kegiatan pemasaran karet dilakukan oleh banyak lembaga pemasaran yang berarti banyak pelaku pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran sehingga sistem pemasaran menjadi

tidak efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Usahatani Karet Dan Pemasaran Bokar di Desa Kasang Bangsawan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau”.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara mewawancarai petani secara langsung. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kasang Bangsawan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau selama 6 bulan dari bulan Juni hingga November 2023. Alasan peneliti mengambil Kecamatan Pujud sebagai tempat penelitian disebabkan bahwa Kecamatan Pujud merupakan daerah penghasil karet terbesar di Kabupaten Rokan Hilir dan juga merupakan daerah yang penduduknya banyak bekerja sebagai petani karet.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani karet dan pedagang pengumpul bokar yang ada di Desa Kasang Bangsawan Kecamatan Pujud Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Berdasarkan data yang di peroleh dari Kantor Desa Kasang Bangsawan didapatkan bahwa jumlah petani karet sebanyak 128 orang. Pengambilan sampel petani dalam penelitian ini diambil secara *simple random sampling*, dengan jumlah sampel petani 25% yaitu sebanyak 32 orang responden. Pengambilan sampel pedagang pengumpul dalam penelitian ini diambil dengan metode sensus yaitu sebanyak 5 orang responden.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden/orang yang dijadikan objek penelitian. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kantor Desa Kasang Bangsawan, skripsi, jurnal, internet serta buku-buku yang relevan dengan permasalahan-permasalahan penelitian yang akan di cari.

Analisis Data

1. Analisis Karakteristik Petani Karet dan Pedagang Bokar

Karakteristik petani karet dan pedagang bokar dianalisis dengan menggunakan metode statistik deskriptif yang meliputi umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga.

2. Analisis Usahatani Karet

1. Teknologi Budidaya

Teknologi budidaya dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang meliputi pengendalian gulma, pemupukan dan penyadapan.

2. Penggunaan Faktor Produksi

Penggunaan faktor produksi dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang meliputi luas lahan, tenaga kerja dan modal.

3. Biaya Produksi

Total biaya produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut (Jaesron dan Fathorrozi, 2003)

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

Keterangan:

TC = Total Biaya (Rp/Ha/Tahun).

TFC = Total Biaya Tetap (Rp/Ha/Tahun).

TVC = Total Biaya Variabel (Rp/Ha/Tahun).

4. Pendapatan Kotor

Dengan menyeimbangkan output dan harga produksi yang digerakkan oleh pasar (Soekartawi, 2002), pendapatan kotor dapat dihitung dengan rumus.:

$$TR = Y.Py \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Ha/Tahun).

Y = Jumlah Produksi (Rp/Ha/Tahun).

Py = Harga Produksi (Kg).

5. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih usahatani dihitung dengan menggunakan rumus (Rahim dan Hastuti, 2007) sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih (Rp/Ha/Tahun).

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Ha/Tahun).

TC = Total Biaya (Rp/Ha/Tahun).

6. Efisiensi Usahatani

Rasio pendapatan total terhadap total pengeluaran mengungkapkan efisiensi usahatani karet yang dapat dimaksimalkan dengan rumus (Soekartawi, 2002) sebagai berikut:

$$RCR = TR/TC \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

RCR = Rasio Biaya dengan Penerimaan.

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Ha/Tahun).

TC = Total Biaya (Rp/Ha/Tahun).

Dengan kriteria apabila:

RCR > 1, Usahatani karet menguntungkan.

RCR = 1, Usahatani karet berada pada titik impas.

RCR < 1, Usahatani karet tidak menguntungkan.

3. Analisis Pemasaran Bokar

1. Lembaga pemasaran, saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran

Lembaga pemasaran, saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran dapat diperoleh dari wawancara dengan petani dan pedagang di daerah penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

2. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran dihitung dengan rumus menurut (Soekartawi, 2006) sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

B_p = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

B_1 = Biaya bongkar muat (Rp/Kg)

B_2 = Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)

B_3 = Biaya transportasi (Rp/Kg)

3. Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran, dapat dirumuskan:

$$\Pi = M - B \dots \dots \dots (6)$$

Keterangan:

Π = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg).

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg).

B = Biaya pemasaran (Rp/Kg).

4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Menghitung margin pemasaran digunakan rumus (Sudiyono, 2004) yaitu:

$$M = HK - HP \dots \dots \dots (7)$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg).

HK = Harga yang dibayarkan Konsumen Akhir (Rp/Kg).

HP = Harga yang diterima Petani /Produsen (Rp/Kg).

5. Farmer's Share

Farmer's share digunakan untuk membandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir dan dinyatakan dalam bentuk persentase. Menggunakan rumus (Rosmawati, 2011) yaitu:

$$Fs = Pf / Pr \times 100\% \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan:

Fs = *Farmer's Share*.

Pf = Harga ditingkat Petani (Rp/Kg).

Pr = Harga ditingkat Lembaga Pemasaran (Rp/Kg).

6. Efisiensi Pemasaran

Menurut (Soekartawi, 2002) untuk menghitung efisiensi pemasaran dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = TB/TNP \times 100\% \dots\dots\dots (9)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%).

TB = Total Biaya (Rp/Kg).

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg).

Artinya, semakin rendah atau kecil persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin efisien. Sebaliknya semakin tinggi atau besar persentase efisiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien (Soekartawi, 2002).

4. Strategi Pengembangan Usahatani Karet dan Pemasaran Bokar

Strategi pengembangan usahatani karet dan pemasaran bahan mentah bokar menggunakan analisis SWOT dan pengelompokan strateginya menggunakan matriks IFAS (*Internal Faktor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Faktor Analysis Summary*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Petani Karet dan Pedagang

Karakteristik petani karet dan pedagang bokar meliputi umur petani rata-rata 41,75 tahun, terdiri dari umur 15-64 tahun berjumlah 32 orang. Sedangkan umur pedagang rata-rata 49,60 tahun, yang terdiri dari umur 15-64 tahun berjumlah 5 orang. Tingkat pendidikan rata-rata 9,66 tahun, yang terdiri dari tingkat pendidikan 6 tahun berjumlah 7 orang, 9 tahun berjumlah 11 orang dan 12 tahun berjumlah 14 orang. Sedangkan rata-rata tingkat pendidikan pedagang yaitu 12 tahun yang terdiri dari tingkat pendidikan 12 tahun berjumlah 5 orang. Pengalaman berusahatani petani karet rata-rata 21,81 tahun, yang terdiri dari pengalaman

berusahatani lebih dari 10 tahun berjumlah 32 orang. Sedangkan rata-rata pengalaman berusahatani pedagang karet 21,40 tahun, yang terdiri dari pengalaman berusahatani lebih dari 10 tahun berjumlah 5 orang. Jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata 3 jiwa yang terdiri dari 1-3 jiwa berjumlah 21 orang dan 4-6 jiwa berjumlah 11 orang. Sedangkan rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang adalah 3,40 jiwa yang terdiri dari 1-3 jiwa berjumlah 3 orang dan 4-6 jiwa berjumlah 2 orang.

2. Usahatani Karet

Teknologi Budidaya

a. Pengendalian Gulma

Rekomendasi umum Frekuensi Aplikasi Herbisida pada umur tanaman lebih dari 15 tahun yaitu 2 kali/tahun. Sedangkan umur tanaman karet di desa ini rata-rata 20,56 tahun dengan rata-rata frekuensi aplikasi herbisida 2 kali/tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa frekuensi aplikasi herbisida di daerah penelitian sudah sesuai dengan teknis.

b. Pemupukan

Rekomendasi umum pemupukan pada umur tanaman lebih dari 20 tahun yaitu pupuk urea 200 g/ph/th, pupuk SP 36 tidak ada, pupuk KC1 150 g/ph/th, pupuk kies tidak ada dan frekuensi pemupukan 2 kali/tahun. Sedangkan rata-rata umur tanaman karet di desa ini 20,56 tahun dengan penggunaan pupuk urea 268 g/ph/th, rata-rata penggunaan pupuk SP 36 tidak ada, rata-rata penggunaan pupuk KC1 268 g/ph/th, rata-rata penggunaan pupuk Kies tidak ada dan rata-rata frekuensi pemupukan 2 kali/Tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemupukan di daerah penelitain belum sesuai dengan teknis.

c. Penyadapan Karet

Rekomendasi umum frekuensi penyadapan pada umur tanaman lebih dari 2 tahun yaitu 2 hari sekali. Sedangkan rata-rata umur tanaman karet di daerah penelitian yaitu 20,56 tahun dengan frekuensi penyadapan yaitu 1 hari sekali. Hal tersebut menunjukkan bahwa frekuensi penyadapan di daerah penelitian belum sesuai dengan teknis.

Penggunaan Faktor Produksi

a. Luas Lahan

Luas lahan yang dimiliki petani karet rata-rata 1,31 ha terdiri dari luas lahan 0,5 ha sampai dengan 2 ha berjumlah 32 jiwa.

b. Tenaga Kerja

Penggunaan tenaga kerja usahatani karet pada tenaga kerja pria rata-rata yaitu 125,18 HOK/Tahun dan pada tenaga kerja wanita rata-rata yaitu 72,95.

c. Modal

Total penggunaan modal (ember, mangkok, parang, talang, kawat, pisau sadap, tali

tambang, sprayer, batu asah, BBM, cuka, pupuk, roundup, tenaga kerja) rata-rata sebesar Rp 21.581.313,03.

Biaya Produksi

Rata-rata biaya tetap (ember, mangkok, parang, talang, kawat, pisau sadap, tali tambang, sprayer, batu asah) yaitu Rp 194.218,40/Ha/Tahun. Sedangkan untuk rata-rata biaya variabel (BBM, cuka, pupuk, roundup, tenaga kerja) yaitu Rp 10.423.818,61/Ha/Tahun. Sehingga, dapat diperoleh rata-rata total biaya produksi usahatani karet di Desa Kasang Bangsawan yaitu Rp 10.618.037,02/Ha/Tahun.

Pendapatan

Pendapatan usahatani karet di Desa Kasang Bangsawan terdiri dari pendapatan kotor dengan rata-rata Rp 22.344.353,57/Ha/Tahun. Rata-rata pendapatan kotor Rp/Ha/Tahun adalah rata-rata jumlah produksi karet 2.629,71 Kg/Ha/Tahun dikalikan dengan rata-rata harga karet Rp 8.496,88/Kg. Selanjutnya pendapatan bersih adalah pendapatan kotor dikurangi dengan total biaya, rata-rata pendapatan bersih usahatani karet di Desa Kasang Bangsawan yaitu Rp 11.726.316,55/Ha/Tahun.

Efisiensi Usahatani

Hasil penelitian menunjukkan RCR sebesar 2,10 berarti $RCR > 1$, sehingga dapat disimpulkan bahwa usahatani karet di daerah penelitian layak untuk dijalankan karena usahatani tersebut menguntungkan.

3. Pemasaran Bokar

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari petani, pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kecamatan dan pabrik karet.

1. Saluran Pemasaran

Terdapat dua saluran pemasaran, saluran pertama dari petani ke pedagang pengumpul tingkat desa, kemudian ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan, selanjutnya ke pabrik karet. Saluran kedua dari petani ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan, kemudian ke pabrik karet.

2. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran yang dilakukan petani karet yaitu fungsi penjualan, fungsi penanggungan resiko dan fungsi informasi pasar. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul yaitu fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan, fungsi penanggungan resiko, fungsi pengangkutan, fungsi permodalan, fungsi informasi pasar, fungsi standarisasi dan grading.

3. Biaya Pemasaran

Saluran pemasaran satu terdiri dari pedagang pengumpul tingkat desa dengan total biaya pemasarannya sebesar Rp 245,46/Kg dan pedagang pengumpul tingkat kecamatan dengan total biaya pemasarannya sebesar Rp 291,55/Kg, total biaya pemasaran pada saluran pemasaran satu sebesar Rp 537,01/Kg, sedangkan pada saluran pemasaran dua total biaya pemasarannya sebesar Rp 394,08/Kg.

4. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan saluran pemasaran satu dari pedagang pengumpul tingkat desa sebesar Rp 1.254,54/Kg dan pedagang pengumpul tingkat kecamatan sebesar Rp 6.108,45/Kg. Total keuntungan saluran pemasaran satu yaitu sebesar Rp 7.362,99/Kg, sedangkan pada saluran pemasaran dua keuntungan pemasarannya yaitu Rp 7.805,92/Kg.

5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran pada saluran pemasaran satu terdiri dari pedagang kecil dengan margin pemasarannya sebesar Rp 1.500,00/Kg dan pedagang besar dengan margin pemasarannya sebesar Rp 6.400,00/Kg. Total margin pemasaran pada saluran pemasaran satu sebesar Rp 7.900,00/Kg, sedangkan pada saluran pemasaran dua margin pemasarannya yaitu Rp 8.200,00/Kg.

6. *Farmer's Share*

Farmer's share di daerah penelitian terdiri dari *Farmer's share* saluran pemasaran satu yaitu 52,12% dan *Farmer's share* saluran pemasaran dua yaitu 50,30%.

7. Efisiensi Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran karet di Desa Kasang Bangsawan sudah efisien dengan efisiensi saluran pemasaran satu yaitu 3,25% dan efisiensi saluran pemasaran dua yaitu 2,39%.

4. Strategi Pengembangan Usahatani Karet dan Pemasaran Bokar

Analisis SWOT

Faktor internal dan eksternal pada usahatani karet dan pemasaran BOKAR diolah menggunakan matriks SWOT sebagai berikut:

Tabel 1. Model Matriks Faktor Internal

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
A	Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1	Kepemilikan lahan sebagian besar milik pribadi	0,16	3,23	0,53
2	Siklus produksi karet relatif singkat	0,11	2,23	0,25

3 Biaya pemasaran bokar rendah	0,16	3,18	0,51
Subtotal	0,44		1,29
B Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1 Kualitas bokar masih rendah	0,11	2,10	0,22
2 Keterbatasan modal petani karet	0,13	2,63	0,35
3 Budidaya yang dilakukan cenderung belum sesuai SOP	0,16	3,13	0,50
4 Posisi tawar menawar petani karet lemah	0,16	3,25	0,54
Subtotal	0,56		1,60
Total	1,00		-0,31

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

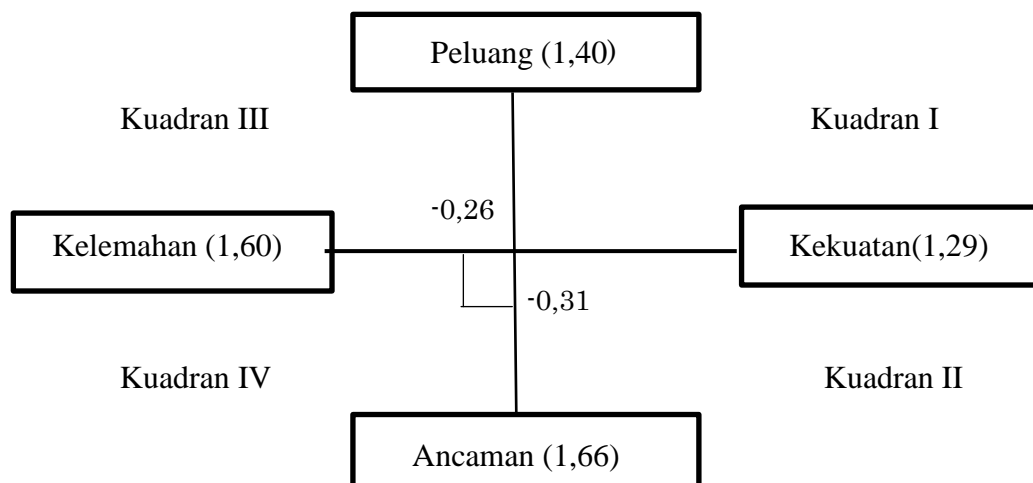
Hasil faktor internal usahatani karet dan pemasaran bokar di daerah penelitian yang meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dengan nilai dari kekuatan adalah 1,29 dan kelemahan adalah 1,60. Total keseluruhan dari faktor internal adalah -0,31.

Tabel 2. Model Matriks Faktor Eksternal

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
A Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1	Pemasaran lokal yang mudah di akses	0,15	3,28	0,51
2	Kebutuhan industri pengolahan dengan bahan baku karet	0,14	3,00	0,43
3	Menggunakan peralatan yang sederhana	0,15	3,15	0,47
	Subtotal	0,45		1,40
B Ancaman (<i>Threats</i>)				
1	Perubahan iklim	0,15	3,08	0,45
2	Alih fungsi lahan	0,11	2,25	0,24
3	Harga karet tidak stabil	0,15	3,13	0,46
4	Rantai pemasaran panjang	0,16	3,30	0,51
	Subtotal	0,55		1,66
	Total	1,00		-0,26

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

Hasil faktor eksternal usahatani karet dan pemasaran bokar di daerah penelitian yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan nilai peluang adalah 1,40 dan ancaman adalah 1,66. Total keseluruhan dari faktor eksternal adalah -0,26.



Gambar 1. Diagram SWOT

Hasil analisis pada diagram SWOT diperoleh koordinat $(-0,31;-0,26)$ yang mana koordinat tersebut terletak pada kuadran IV (empat) yaitu strategi WT (*Weaknesses* dan *Threats*). Strategi ini menunjukkan situasi strategi bertahan bagi petani dan pedagang pengumpul. Artinya, petani dan pedagang pengumpul di daerah penelitian dapat menggunakan strategi yang meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan hasil analisis matriks SWOT menghasilkan 7 alternatif strategi bagi usahatani karet dan pemasaran bokar di Desa Kasang Bangsawan. Alternatif-alternatif yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi S-O yaitu Memanfaatkan pemasaran lokal yang mudah di akses agar biaya pemasaran semakin rendah. Meningkatkan jumlah produksi bokar untuk meningkatkan pendapatan serta dapat memenuhi kebutuhan industri pengolahan dengan bahan baku karet.

2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi S-T yaitu memanfaatkan kepemilikan lahan pribadi untuk meningkatkan pendapatan usahatani karet agar terhindar dari alih fungsi lahan. Memanfaatkan informasi dari BMKG agar siklus produksi karet tidak terganggu.

3. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi W-O yaitu meningkatkan kualitas bokar agar pedagang pengumpul pasar lokal meningkatkan harga bokar. Memanfaatkan peralatan yang sederhana untuk mengatasi keterbatasan modal petani karet.

4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

Alternatif strategi yang diperoleh berdasarkan strategi W-T yaitu melakukan budidaya

dan peremajaan karet sesuai dengan SOP agar meningkatkan pendapatan dan modal usahatani karet sehingga dapat terhindar dari alih fungsi lahan.

Tabel 3. Matriks SWOT Usahatani Karet dan Pemasaran Bokar

Faktor Internal	Kekuatan (S) a. Kepemilikan lahan sebagian besar milik pribadi b. Siklus produksi karet relatif singkat c. Biaya pemasaran bokar rendah.	Kelemahan (W) a. Kualitas bokar masih rendah b. Keterbatasan modal petani karet c. Budidaya yang dilakukan cenderung belum sesuai SOP d. Posisi tawar menawar petani karet lemah
Faktor Eksternal		
Peluang (O) a. Pemasaran lokal yang mudah di akses b. Kebutuhan industri pengolahan dengan bahan baku karet c. Menggunakan peralatan yang sederhana.	Strategi (SO) a. Memanfaatkan pemasaran lokal yang mudah di akses agar biaya pemasaran semakin rendah. b. Meningkatkan jumlah produksi bokar untuk meningkatkan pendapatan serta dapat memenuhi kebutuhan industri pengolahan dengan bahan baku karet.	Strategi (ST) a. Memanfaatkan kepemilikan lahan pribadi untuk meningkatkan pendapatan usahatani karet agar terhindar dari alih fungsi lahan. b. Memanfaatkan informasi dari BMKG agar siklus produksi karet tidak terganggu.
Ancaman (T) a. Perubahan iklim b. Alih fungsi lahan c. Harga karet tidak stabil d. Rantai pemasaran panjang	Strategi (WO) a. Meningkatkan kualitas bokar agar pedagang pengumpul pasar lokal meningkatkan harga bokar. b. Memanfaatkan peralatan yang sederhana untuk mengatasi keterbatasan modal petani karet.	Strategi (WT) Melakukan budidaya dan peremajaan karet sesuai dengan SOP agar meningkatkan pendapatan dan modal usahatani karet sehingga dapat terhindar dari alih fungsi lahan.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2023

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini dapat disimpulkan: Karakteristik petani dan pedagang rata-rata berumur produktif yaitu 41,75 tahun dan 49,60 tahun, tingkat pendidikan petani dan pedagang rata-rata yaitu 9,66 tahun dan 12 tahun, pengalaman berusahatani petani dan pedagang rata-rata yaitu 21,81 tahun dan 21,40 tahun dan jumlah tanggungan keluarga petani dan pedagang rata-rata yaitu 3,13 jiwa dan 3,40 jiwa. Teknologi budidaya tanaman karet tidak sesuai teknis, luas lahan petani rata-rata yaitu 1,31, total tenaga kerja rata-rata yaitu 198,13 HOK/Tahun, total modal rata-rata sebesar Rp 21.581.313,03, total biaya produksi rata-rata sebesar Rp 10.618.037,02/Ha/Tahun. Pendapatan kotor rata-rata sebesar Rp 22.344.353,57/Ha/Tahun dan pendapatan bersih rata-rata sebesar Rp 11.726.316,55/Ha/Tahun. RCR sebesar 2,10.

Lembaga dan saluran yang terlibat dalam pemasaran bokar adalah petani, pedagang pengumpul tingkat desa, pedagang pengumpul tingkat kecamatan dan pabrik. Fungsi pemasaran dilakukan melalui 2 saluran yaitu, saluran 1: petani ke pedagang pengumpul tingkat desa selanjutnya ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan, saluran 2: petani ke pedagang pengumpul tingkat kecamatan. Petani melakukan fungsi-fungsi pemasaran kecuali fungsi pembelian, pengangkutan, pengelolaan, standarisasi dan grading. Pedagang pengumpul melakukan fungsi-fungsi pemasaran kecuali fungsi pengelolaan. Pada saluran 1 biaya pemasaran sebesar Rp 537,01/Kg, keuntungan sebesar Rp 7.362,99/Kg, margin pemasaran sebesar Rp 7.900,00/Kg, *Farmer's share* sebesar 52,12%, efisiensi sebesar 3,25%. Pada saluran 2 biaya pemasaran sebesar Rp 394,08/Kg, keuntungan sebesar Rp 7.805,92/Kg, margin pemasaran sebesar Rp 8.200,00/Kg, *Farmer's share* sebesar 50,30%, efisiensi sebesar 2,39%.

Analisis SWOT dalam diagram SWOT diperoleh koordinat (-0,31:-0,26), koordinat tersebut terletak pada kuadran IV yaitu strategi WT. Strategi WT dalam matriks SWOT yaitu melakukan budidaya dan peremajaan karet sesuai dengan SOP agar meningkatkan pendapatan dan modal usahatani karet sehingga dapat terhindar dari alih fungsi lahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Perkebunan Provinsi Riau. 2022. Statistik Perkebunan. Pekanbaru.
- Indalis, Bamba, Rosnita, and Yeni Kususmawaty. 2021. Strategi Pengembangan Usahatani Karet Di Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Agribisnis* 23(1): 43–56.
- Jaesron, Tati Suhartati, and M. Fathorrozi. 2003. Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahim, Abd., dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomitrika Pertanian: Pengantar, Teori*

- Dan Kasus. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rosmawati, Henny. 2011. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani Di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *AgronobiS* 3(5): 1–9.
- Soekartawi. 2002a. Analisis Usaha Tani. Jakarta: UI Press.
- . 2002b. Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian: Teori & Aplikasinya. Jakarta: Rajawali Pers.
- . 2006. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori Dan Aplikasinya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sudiyono, Armand. 2004. Pemasaran Pertanian. Malang: UMM Press.
- Syahza, Almasdi. 2017. Ekonomi Pembangunan. Teori Dan Kajian Empirik Pembangunan Pedesaan. Pekanbaru: UR Press.