

**SALURAN PEMASARAN BAHAN OLAH KARET (BOKAR)
DI KABUPATEN TULANG BAWANG BARAT
PROVINSI LAMPUNG**

Syaiful Iskandar¹, Danang Manumono², Listiyani²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

²Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran bokar, mengetahui mekanisme saluran pemasaran bokar, serta biaya dan margin pemasaran yang di kabupaten Tulang Bawang Barat Lampung.

Metode dasar yang digunakan adalah metode deskriptif, Metode penelitian secara Study Kasus dengan teknik Snowball, Responden terdiri dari 32 petani, 4 pedagang atau tengkulak dan 4 Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam pemasaran bokar di kabupaten Tulang Bawang Barat.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, terdapat tiga saluran pemasaran Bahan Olah Karet (Bokar) di Kabupaten Tulang Bawang Barat. Petani – Tengkulak – pabrik pengolah karet, Petani – Gapoktan – Tengkulak – Pabrik pengolah karet, Dan Petani – Pabrik Pengolah Karet. Terdapat lebih banyak petani yang menggunakan saluran pemasaran tengkulak untuk memasarkan bokar. Mekanisme pemasaran bokar (Lump), harga di tingkat petani di tentukan oleh Tengkulak berdasarkan kebersihan bongkahan bokar dengan cari di belah.

Margin pemasaran di saluran 1 sebesar Rp.2.000,00 dengan biaya pemasaran petani Rp.0,00 dan biaya pemasaran tengkulak sebesar Rp.250,00/Kg. Sedangkan di saluran ke II, margin yang di dapatkan sebesar Rp.3.000,00/Kg dengan biaya pemasaran petani sebesar Rp.100,00/Kg,dan biaya pemasaran tengkulak sebesar Rp.250,00/Kg. Saluran ke III, petani mendapatkan harga sebesar Rp.13.500,00/Kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp.250,00/Kg

Kata kunci : Bahan Olah Karet(Bokar),Saluran Pemasaran,Margin pemasaran,Biaya Pemasaran,Mekanisme Pemasaran.

PENDAHULUAN

Tanaman karet (*hevea brasiliensis*) merupakan salah satu tanaman perkebunan dan di jadikan sebagai salah sub sektor di bidang pertanian yang memiliki peranan ganda yang sangat penting di Indonesia. Hal ini karena selain sebagai sumber lapangan kerja, juga sebagai penghasil devisa negara yang cukup besar. Pada tahun 1864 di kebun raya bogor tanaman karet di perkenalkan pertama kali di indonesia sebagai tanaman koleksi. Setelah itu tanaman karet di kembangkan ke daerah-daerah menjadi tanaman perkebunan. Pada tahun 2014 sebuah data menunjukkan luas areal tanaman perkebunan karet di Indonesia sebesar 3,49 juta hektar dan menempati areal perkebunan terluas ketiga setelah kelapa sawit dan kelapa.

Dengan luas areal yang ada di Indonesia saat ini menjadikan Indonesia sebagai produsen karet terbesar di dunia, menjadikan Indonesia sebagai negara yang berpengaruh besar terhadap harga di pasar global. Industri karet di Indonesia mengalami pertumbuhan produksi yang stabil, sejak tahun 1980'an, hingga saat ini. Produksi karet terbesar di Indonesia antara lain berasal dari provinsi Lampung. Perkebunan karet di Indonesia tersebar di 22 provinsi dari 33 provinsi, yang ada di Lampung merupakan salah satu provinsi dengan luas areal perkebunan karet terbesar di Indonesia. Perkebunan karet di Provinsi Lampung tersebar hampir di setiap wilayah kabupaten dan kota. Pada tahun 2018 lahan karet terluas kedua berada di kabupaten Tulang Bawang Barat yaitu 34.799 ha. Dengan luas lahan Perkebunan karet di Provinsi lampunng saat ini dapat menyerap tenaga kerja yang lebih besar di bandingkan komoditi pertanian lain.

Kabupaten Tulang Bawang Barat memiliki produksi sebesar 23,339 Ton, tidak di imbangi dengan tersedianya Pabrik Pengolahan Karet. Sampai saat ini Kabupaten Tulang Bawang Barat, hanya memiliki 2 pabrik pengolahan karet yaitu, Pabrik PT.Komering Jaya Perdana dengan kapasitas 26,6 Ton/hari yang dapat menerima boka dari perkebunan rakyat. Pabrik PT.Huma Indah Mekar dengan Kapasitas Produksi 14,4 ton/hari hanya memproduksi dari hasil perkebunan sendiri dan tidak menerima karet rakyat. Sedangkan selebihnya produksi karet rakyat di Tulang Bawang Barat, di jual ke luar daerah dalam bentuk Lump salah satunya ke Provinsi Sumatra Selatan dan Lampung Selatan. Dengan bertambahnya jarak tempuh dalam pemasaran boka , mengakibatkan terjadinya pemanjangan rantai pemasaran boka dan biaya pemasaran semakin membesar.

Dalam memasarkan hasil, pemasaran adalah proses yang harus di lalui oleh petani sebagai produsen penghasil, untuk menyalurkan hasil produksi hingga sampai ke tangan para konsumpen atau pabrik pengolahan karet. Dalam memasarkan hasil terdapat beberapa saluran yang harus di perhatikan , untuk melihat fungsi-fungsi pemasaran yang belum berjalan dengan baik. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi harga beli bahan olah karet (bokar) tersebut. salah satu faktor utama yaitu kualitas bahan olah karet (bokar),usia bahan olah karet (bokar) atau *lump* yang berpengaruh ke kadar air, dan Jumlah tengkulak dan gapoktan di tingkat Kecamatan dan kabupaten.

Produksi karet petani dipasarkan oleh petani melalui beberapa saluran, Tengkulak atau Pedagang, Gabungan Kelompok tani (gapoktan), dan pabrik pengolahan karet yang berada di kabupaten Tulang Bawang Barat atau di luar Kabupaten Tulang Bawang Barat. Margin pemasaran, yaitu selisih harga beli di tingkat petani dan tingkat pabrik pengolah karet, termasuk biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pihak-pihak terlibat di dalam pemasaran. Semua biaya termasuk biaya pemasaran dan margin pemasarn yang terdapat di dalam penjualan produk tersebut mulai dari petani, gapoktan, tengkulak, hingga ke pabrik pengolah karet. Dalam mekanisme pemasaran karet di Tulang bawang barat, mutu bokar menjadi faktor utama yang mempengaruhi harga beli bokar di tingkat petani.

Penelitian ini yang bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran bokar yang di gunakan oleh petani di Kabupaten Tulang Bawang Barat, Mekansime penentuan harga beli bokar di Kabupaten Tulang Bawang Barat, dan Mengetahui biaya dan margin pemasaran bokar petani di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Cilacap, terdiri dari empat macam saluran pemasaran. Penti sebagian memilih untuk menggunakan saluran pemasaran Bokar yang ada dan di kategorikan sebagai saluran pemasaran yang panjang yaitu Petani - Pedagang desa - pedagang kabupaten dan eksportir. Petani yang memilih menggunakan saluran pemasaran singkat atau lebih pendek yang memiliki aksesibiliti yang baik yaitu Petani - pedagang kabupaten - eksportir (Anah, Widodo, 2018)

Saluran pemasaran bahan olah karet atau lump mangkuk yang efisien berdasarkan dari nilai magin pemasaran, Farmer shere dan tingkat harga yang di peroleh petani yaitu saluran pemasaran dua Petani - Pedagang Besar - Pabrik pengolah karet. Dengan nilai marjin pemasaran dan tingkat keuntungan masing masing sebesar Rp.2.331/kg dengan keuntungan pemasaran Rp. 1.639. (fahurrozi, Kusrini, komariyati, 2015)

Analisis Pemasaran Bahan Olah Karet (Bokar) di desa Jake Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi, terdapat dua jenis saluran pemasaran bahan olah karet fungsi pemasaran yang di lakukan dalam kegiatan pemasaran ini yaitu, fungsi penjualan, fungsi penyimpanan ,fungsi pengangkutan, , fungsi pembelian, fungsi informasi pasar, penanggungan resiko standarisasi penyortiran dan fungsi pembiayaan.(alfira, Chezy, Susanto, 2019)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Analisis Saluran Pemasaran Bahan Olah Karet (BOKAR) Di Kecamatan Mandor Kabupaten Landak, Hasil dan Keuntungan yang di peroleh kelompok tani , di gunakan untuk dana sosial, dana pembangunan dan alat alat yang di butuhkan kelompok tani,dan di perlukan dalam proses pemasaran bokar kelompok tani.(Siswandi, Yurisinthae, Kusrini, 2018)

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, Metode penelitian secara Study Kasus dengan teknik Snowball, Responden terdiri dari 32 petani, 4 pedagang atau tengkulak dan 4 Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) dalam pemasaran bokar di kabupaten Tulang Bawang Barat.

Data yang diperoleh dari kegiatan penelitian dianalisis menggunakan analisis kualitatif yang di peroleh dari hasil wawancara atau tanya jawab yang di lakukan secara langsung. Setruktur pemasaran yang akan di teliti dimana petani menjual hasil bokar ,petani menjual ke gapoktan lalu gapoktan menjual bokar ke tengkulak atau pabrik, ada sebagian petani menjual bokar ke tengkulak dan tengkulak menjual ke pabrik, selain itu ada petani yang menjual hasil bokar dengan volume banyak pabrik. Pengambilan data yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, yang di ambil dari 40 responden yang di dalamnya terdapat petani, tengkulak, dan gapoktan.

Harga yang terbentuk :

$$Mp = Pr - Pf$$

$$N = MP - BP$$

$$Fs = Pf : Pr \times 100\%$$

Dimana :

MP= Marjin Pemasaran Karet

Pf = Harga Karet Di Tingkat Petani

N= Keuntungan pemasaran

Pr= Harga Karet Di Tingkat Pabrik

BP= Biaya Pemasaran

Fs= Bagian Harga Yang Di Terima Petani

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya pemasaran bokar petani dari petani hingga ke pabrik untuk memasarkan hasil bahan olah karet (Bokar). Dalam pemasaran bokar petani, biaya saluran pemasaran terjadi karena jarak pabrik pengolahan karet lokal ± 15 Km dari lokasi petani, sedangkan untuk pabrik luar daerah berjarak ± 300 Km dari Kabupaten Tulang Bawang Barat. Margin pemasaran dapat di tinjau dari dua sisi, yaitu dari harga di tingkat petani, dan harga di tingkat pabrik pengolahan karet di masing-masing kecamatan di empat kecamatan di Kabupaten Tulang Bawang Barat.

Distribusi margin dalam saluran pemasaran bokar, yang di maksud adalah selisih antara harga beli bokar di tingkat petani dan harga jual di tingkat pabrik pengolahan karet di masing-masing saluran pemasaran. Perbedaan harga beli bokar di tingkat petani dan harga beli di tingkat pedagang. Untuk mengatasi masalah tersebut maka di buat rata-rata harga jual dan harga beli bokar di masing-masing tingkatan yang di ambil pada saat penelitian.

Tabel 5.7 Uraian Biaya dan Margin Pemasaran

Saluran Pemasaran	Harga Di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Biaya pemasaran (Rp/Kg)			Margin Pemasa ran (Rp)	Harga Pabrik (Rp/Kg)	Harga Bersih Yang di terima Petani (Rp/Kg)
		Petani	Gapoktan	Tengkulak			
Saluran 1	11.500	-	-	250	2.000	13.500	11.500
Saluran 2	10.500	100	200	250	3.000	13.500	10.400
Saluran 3	13.500	250	-	-	0	13.500	13.250
Rata-Rata	11.500	175	200	250	1.667	13.500	11.717

- Saluran 1, harga yang di dapat petani sebesar Rp.11.500/Kg .Biaya pemasaran petani tidak ada karena tengkulak mendatangi ke rumah masing-masing petani. Margin pemasaran sebesar Rp.2000/Kg
- Saluran pemasaran 2, harga yang di dapat petani sebesar Rp. 10.500/Kg yang terdiri dari biaya pemasaran petani sebesar 100/Kg untuk biaya pengantaran ke tempat pengumpulan hasil (TPH) yang telah di sediakan Gapoktan mendapatkan harga Rp11.000/Kg dengan biaya pemasaran sebesar 200/Kg terdiri dari biaya pemeliharaan TPH dan upak pekerja. Margin Rp.3.000 /Kg.
- Saluran pemasaran 3 adalah harga yang di dapat petani sebesar Rp. 13.500/Kg, Biaya pemasaran sebesar Rp250/Kg, Petani mendapatkan harga jual di pabrik Pengolahan Karet sebesar Rp.13.500/Kg.

KESIMPULAN

- 1) Pemasaran di kabupaten Tulang Bawang Barat, terdapat tiga saluran pemasaran bahan olah karet (Bokar) di lokasi penelitian sebagian besar petani menggunakan saluran I. Petani - Tengkulak - Pabrik, untuk Saluran II. Petani - Gapoktan - Tengkulak - Pabrik, pada saluran ini gapoktan sebagai pedagang perantara dan rantai pemasaran yang singkat ialah Saluran III. Petani - Pabrik.
- 2) Mekanisme yang menentukan harga beli bokar di tingkat petani adalah tengkulak atau pedagang, dalam menentukan harga beli bokar di tingkat petani yang dilakukan oleh para pedagang melihat kebersihan di dalam bokar, usia bokar, untuk standarisasi k3 (Kadar Karet Kering) di lakukan oleh pihak pabrik pengolahan karet saat di pabrik.
- 3) Margin pemasaran di saluran I, dari Harga beli bokar di tingkat petani sebesar Rp.11.500/Kg, margin sebesar Rp.2000/Kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp.250/Kg. Sedangkan di saluran ke II dari harga beli di tingkat petani sebesar Rp.10.500 dan harga beli di tingkat gapoktan sebesar Rp.11.000/Kg dan margin yang di dapatkan sebesar Rp.3.000/Kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp.250/Kg dan di saluran ke III. Petani mendapatkan harga sebesar Rp.13.500/Kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp.250/Kg. dari ketiga saluran, saluran yang paling menguntungkan bagi petani adalah saluran 3, karena tidak terdapat pihak penyalur sebagai pemasar sehingga margin keuntungan petani yang di dapat sebesar 98,1% dari harga pabrik pengolahan karet.

DAFTAR PUSTAKA

- Anah F, Widodo S, 2018. Analisa Pemasaran Pertumbuhan Pertanian Karet di Desa Ciwalen Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah, Jurnal Pemasaran Kompetitif. Volume : 2 No 1/okt 2018, Halaman : 66 <http://openjurnal.unpam.ac.id> Diunduh 30 Maret 2021.
- Fahrurrozi, Komariyati dan Novira K, 2015. Analisis Saluran Pemasaran bahan olah karet (Bokar) Lump Mangkok Dari Desa Kompas Raya Kecamatan Pinoh Utara Kabupaten Melawai, Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian. Volume : 15 No 2/Mei 2015 Halaman : 116 <https://agrise.ub.ac.id> Diunduh 01 April 2022.
- Alfira, Chezy W.M , Susanto H, 2020. Analisis Pemasaran Bahan Olah Karet (Bokar) di desa Jake Kecamatan Kuantan Tengah Kabupaten Kuantan Singingi, ejurnal Agribisnis. Volume : 2 No 1/ Mei 2020 Halaman : 62 <https://ejurnal.uniks.ac.id/index.php/AGRITURE> Diunduh 1 April 2022.
- Siswandi, Kusri N, dan Yurisintha E, 2018 Analisis Saluran Pemasaran Bahan Olah Karet (BOKAR) Di Kecamatan Mandor Kabupaten Landak. Jurnal social economie of Agriculture. Volume : 7 No 1/April 2018 Halaman : 56 <https://jurnal.untan.ac.id> Diunduh 01 April 2021.