

KAJIAN RANTAI PASOK KARET RAKYAT DI PROVINSI JAMBI

Oleh:

Rita Nurmala¹⁾, Amzul Rifin, Harmini dan Dwi Nurul Amalia

Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB

e-mail : ¹⁾rita_ns@yahoo.com

ABSTRACT

Rubber is one of the main commodity in Jambi Province. In order to increase farmer's income, production increase must be followed by developing marketing efficiently. The objective of the research is to analyze (1) smallholder rubber supply chain based on supply chain network (SCN) framework, (2) smallholder rubber supply chain performance. The primary data is collected using interview technique with questionnaire. Descriptive analysis of the supply chain utilizing supply chain network (SCN) framework. Marketing efficiency is measured using marketing margin, farmer share analysis, benefit and cost ratio. Overall, rubber supply chain in Jambi Province is well performed. Rubber supply chain in Jambi Province consists of five channels. Looking at the marketing margin, farmer's share and benefit cost ratio, marketing channel one and five is more efficient compare with the other channels.

Keywords: supply chain, smallholder rubber, supply chain performance

ABSTRAK

Komoditas karet merupakan komoditas utama di Provinsi Jambi. Untuk meningkatkan pendapatan petani, peningkatan produksi sebaiknya diikuti dengan pengembangan pemasaran yang efisien. Penelitian ini bertujuan menganalisis: (1) rantai pasok karet rakyat sesuai dengan kerangka *supply chain network* (SCN) (2) kinerja rantai pasok karet rakyat. Data primer dikumpulkan melalui teknik wawancara menggunakan kuesioner. Analisis deskripsi rantai pasok karet rakyat menggunakan kerangka proses SCN. Efisiensi pemasaran diukur dari marjin pemasaran, analisis *farmer share*, rasio keuntungan dan biaya. Secara keseluruhan rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi berjalan lancar. Rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi terdiri dari lima saluran. Dilihat dari marjin pemasaran, *farmer share*, dan rasio keuntungan dan biaya, maka saluran satu dan lima relatif lebih efisien dibandingkan saluran lainnya.

Kata kunci: rantai pasok, karet rakyat, kinerja rantai pasok

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang dan Perumusan Masalah

Komoditas karet merupakan komoditas yang penting bagi perekonomian Indonesia. Nilai ekonomi yang diperoleh dari komoditas karet antara lain sebagai penyumbang devisa negara dan sebagai salah satu mata pencaharian masyarakat Indonesia. Sumbangan devisa negara melalui ekspor karet pada tahun 2012 mencapai 11.13 miliar US\$ dengan volume mencapai 2.38 juta ton karet kering. (Kementerian, 2012). Tujuan ekspor karet Indonesia antara lain Amerika Serikat, Jepang, Singapura, Uni Eropa dan Negara konsumen lainnya. Pangsa pasar terbesar karet alam Indonesia

yaitu Amerika Serikat sebesar 40 persen, Singapura 32.8 persen, Uni Eropa 7.5 persen, Jepang 3.3 persen dan Negara lain sebesar 11.4 persen. Laju perkembangan ekspor karet alam Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun hal ini dikarenakan meningkatnya produksi karet dalam negeri dan permintaan karet alam untuk industri berbasis karet di Negara maju.

Komoditas karet merupakan komoditas penting bagi perekonomian Provinsi Jambi, yakni sebagai penyumbang PDRB terbesar pada sektor perkebunan dan penyedia lapangan pekerjaan bagi masyarakat di pedesaan. Kontribusi karet terhadap PDRB Provinsi Jambi tahun 2011 sebesar 17 persen dengan laju pertumbuhan sebesar 6.3 persen. Selain itu, perkebunan karet melibatkan lebih dari 251 400 orang petani dalam kegiatan produksi, ratusan pedagang perantara dalam kegiatan pemasaran, serta pemasok bahan baku Bokar (Bahan Olahan Karet Rakyat) bagi 10 unit pabrik karet yang mengolahnya menjadi *Crumb Rubber* (Karet Remah) (Disperindag Provinsi Jambi, 2012). Dilihat dari volume dan nilai ekspor, komoditas karet menyumbang 30 persen dari total nilai ekspor Provinsi Jambi pada tahun 2011.

Adanya potensi pengembangan komoditas karet di Provinsi Jambi akan sangat baik apabila didukung dengan suatu sistem pemasaran yang efisien. Selain itu juga, karet sebagai tanaman perkebunan, pengusahaannya pada umumnya diorientasikan ke pasar bukan untuk dikonsumsi sendiri. Sistem pemasaran yang efisien dapat dilihat dari tingkat harga dan stabilitas harga. Semakin tinggi harga jual karet, petani akan termotivasi untuk meningkatkan produksinya. Artinya tidak cukup hanya dengan meningkatkan produktivitas karet, namun harus diikuti usaha penyempurnaan atau perbaikan dalam sistem pemasaran. Perbaikan dalam sistem pemasaran bertujuan memperbesar tingkat efisiensi pemasaran diupayakan dengan memperbesar nilai yang diterima petani, memperkecil biaya pemasaran dan terciptanya harga jual dalam batas kemampuan daya beli konsumen.

Memperbesar nilai yang diterima petani karet, memperkecil biaya pemasaran dan terciptanya harga jual dalam batas kemampuan daya beli konsumen merupakan perbaikan bidang pemasaran yang bertujuan memperbesar tingkat efisiensi pemasaran. Untuk mencapai pendapatan yang diharapkan petani karet, dalam memasarkan produk yang dihasilkannya memperhitungkan beberapa hal seperti, jumlah produksi, lokasi pemasaran, biaya pengangkutan, saluran serta sifat persaingan. Pada sistem pemasaran terdapat aliran pemasaran dimana pada setiap tingkatannya akan terbentuk nilai tambah tersendiri. Maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian adalah bagaimana pemasaran karet di Provinsi Jambi secara umum dengan melihat rantai pasok?.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Rantai pasok karet rakyat sesuai dengan kerangka *supply chain network* (SCN) Van der Vorst meliputi sasaran rantai pasok, struktur hubungan rantai pasok, manajemen rantai pasok, kolaborasi rantai pasok, proses bisnis rantai pasok, pola distribusi rantai pasok, dan anggota pendukung rantai pasok.
2. Kinerja rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi meliputi marjin pemasaran, *farmer share*, rasio keuntungan dan biaya, dan efisiensi pemasaran.
3. Faktor yang mempengaruhi pilihan saluran pemasaran (*marketing channel choice*) yang dilakukan petani pada rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di daerah sentra produksi karet rakyat di Provinsi Jambi. Lokasi yang dipilih yaitu Kabupaten Batanghari dan Kabupaten Bungo. Lokasi dipilih secara *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa 2 (dua) Kabupaten tersebut memiliki pasar lelang karet (PLK) yang aktif dan juga terdapat pabrik pengolah karet (*crumb rubber*) sebagai alternatif pemasaran karet oleh petani. Pemilihan kecamatan dan desa dengan karakteristik yang sama yaitu kecamatan dan desa yang menghasilkan produksi karet rakyat terbesar. Jumlah petani responden yang diambil yaitu 107 orang diantaranya 54 orang di Kabupaten Batanghari dan 53 orang di Kabupaten Bungo. Penelitian ini juga menggunakan data *time series* harga karet bulanan pada setiap lembaga pemasaran karet rakyat yakni data harga karet bulan Januari 2009 sampai Agustus 2013.

2.1. Metode Pengolahan dan Analisis Data

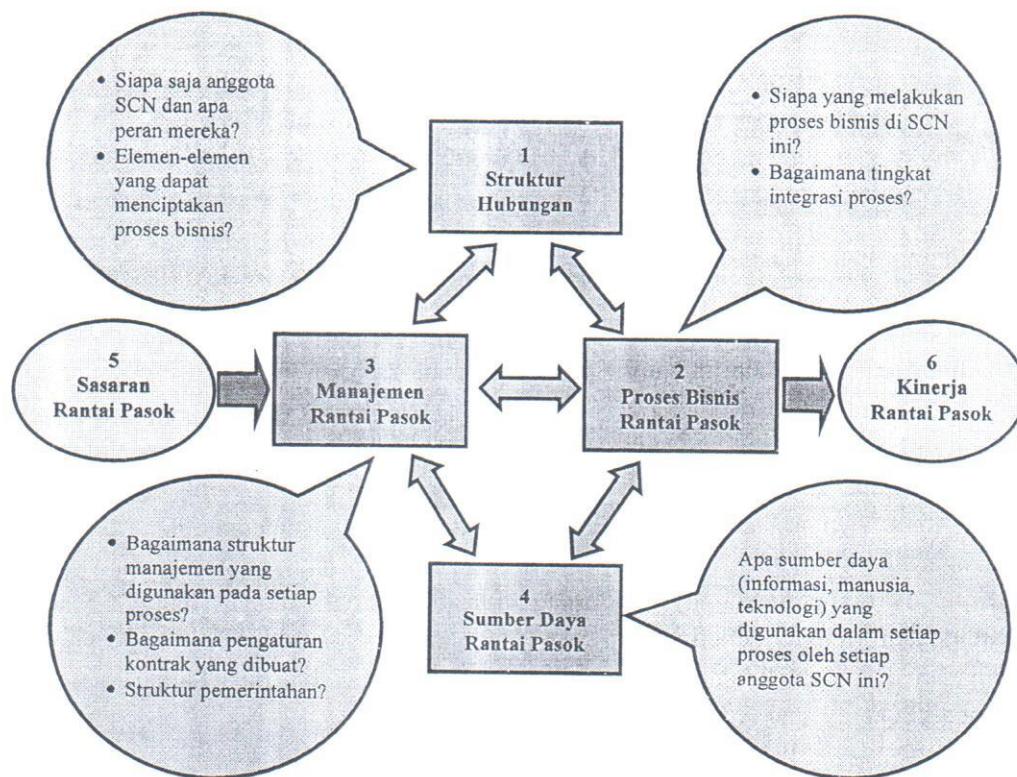
Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis (1) rantai pasok karet rakyat sesuai dengan kerangka *supply chain networking* (SCN) dan (2) saluran pemasaran karet rakyat dari petani berdasarkan pendekatan kelembagaan. Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran.

2.2. Analisis Rantai Pasok Karet Rakyat

Kondisi rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi yang meliputi anggota, proses, produk, sumber daya dan manajemen, hubungan antara atribut sehingga memungkinkan untuk dapat memahami satu sama lain secara jelas dengan menggunakan kerangka proses *supply chain network* (SCN). Pada kerangka SCN sejumlah karakteristik yang khas dari rantai pasok dapat diidentifikasi dengan

membedakan empat unsur berikut yang dapat digunakan untuk menggambarkan, menganalisis dan mengembangkan rantai pasok yaitu:

1. Struktur rantai pasok; (a) menggambarkan anggota utama atau aktor dari jaringan, dan dijelaskan pula peran tiap anggota rantai pasok; (b) menggambarkan elemen-elemen di dalam rantai pasok yang mampu mendorong terjadinya proses bisnis.



Gambar 1. Kerangka Analisis Deskriptif Rantai Pasok

Sumber : Van der Vorst (2006)

2. Proses bisnis rantai pasok yang terstruktur, kegiatan bisnis yang terukur dirancang untuk menghasilkan output tertentu (yang terdiri atas tipe fisik produk, layanan dan informasi) untuk pelanggan tertentu atau pasar. Didalam proses ini dianalisis saluran pemasaran dan aktor
3. Manajemen rantai pasok menggambarkan bentuk koordinasi dan struktur manajemen dalam jaringan yang memfasilitasi proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan proses oleh anggota dalam rantai pasok, dengan memanfaatkan sumber daya yang teradapat dalam rantai pasok dengan tujuan untuk mewujudkan tujuan kinerja rantai pasok.

4. Sumber daya rantai pasok yang digunakan untuk menghasilkan produk dan mengirimkannya kepada pelanggan (disebut transformasi sumber daya). Sumber daya rantai pasok dapat berupa sumber daya fisik, teknologi, sumber daya manusia, dan permodalan.
5. Sasaran pasar dalam SCN dapat diklasifikasikan ke dalam upaya segmentasi pasar, kualitas yang terintegrasi, dan optimalisasi rantai atau kombinasi antara tiga hal tersebut.
6. Kinerja rantai pasok. Kinerja rantai pasok dalam penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan marjin pemasaran, *farmer share* serta rasio keuntungan dan biaya.

2.3. Marjin Pemasaran dan *Farmer share*

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen (Hudson 2007). Semakin tinggi biaya pemasaran menyebabkan semakin tingginya marjin pemasaran. *Farmer share* merupakan rasio antara harga di tingkat petani terhadap harga di tingkat pedagang (Hudson 2007). Secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut :

$$M = P_r - P_f \text{ dan } FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100 \text{ persen}$$

dimana :

- M_m = Marjin pemasaran karet
 P_r = Harga karet di tingkat pabrik (Rp/kg)
 P_f = Harga karet di tingkat petani (Rp/kg)
 FS = Bagian harga yang diterima petani (Rp/kg)

2.4. Rasio Keuntungan dan Biaya

Rasio keuntungan dan biaya menunjukkan perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dengan keuntungan yang dihasilkan. Penyebaran rasio keuntungan dan biaya pada lembaga pemasaran, dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{Li}{Ci} = \frac{\text{Rasio Keuntungan}}{\text{Biaya}}$$

Keterangan:

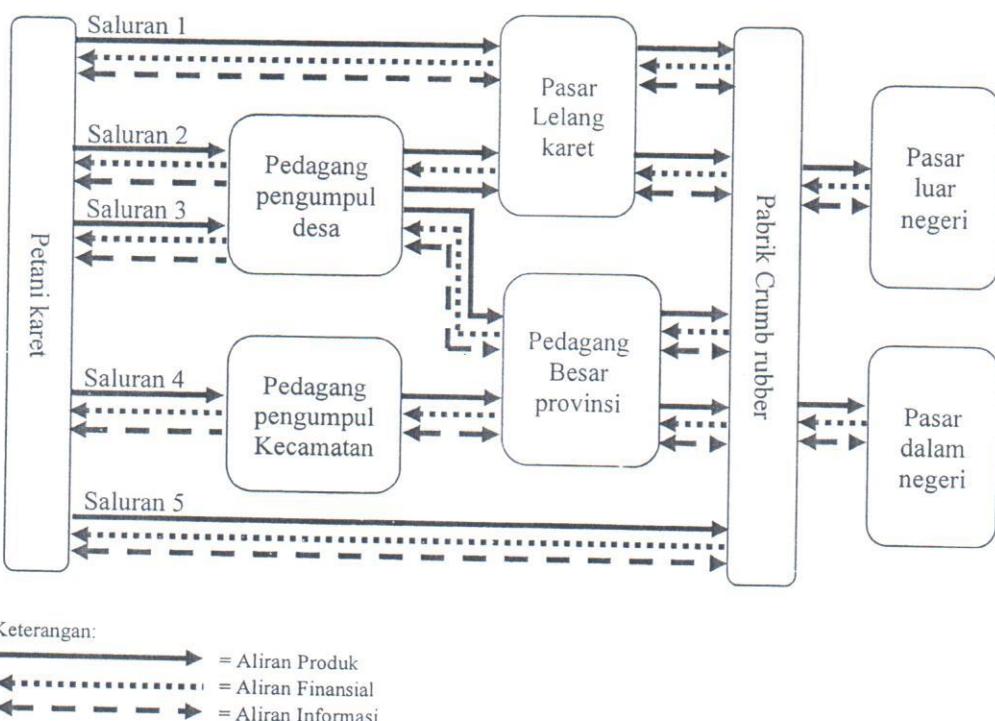
- Li = Keuntungan lembaga pemasaran
 Ci = Biaya pemasaran

Angka rasio keuntungan dan biaya sama dengan satu menunjukkan bahwa keuntungan yang dihasilkan sama besar dengan biaya yang dikeluarkan dan lebih

Bokor *SIR* tidak diperbolehkan mengandung kontaminan vulkanisat karet dan kontaminan berat serta harus mengandung kontaminan ringan maksimum 5 persen.

3.2. Struktur Hubungan Rantai Pasok

Struktur hubungan rantai pasok karet rakyat dapat dianalisis melalui anggota yang membentuk rantai pasok dan peran masing-masing anggota serta entitas atau elemen-elemen yang terdapat di rantai pasok seperti produk, pasar, *stakeholder*, dan situasi persaingan.



Gambar 2. Struktur Rantai Pasok Karet Rakyat di Provinsi Jambi

Petani Karet

Petani karet merupakan anggota rantai yang mengawali rantai pasok rakyat. Petani karet berperan penting pada rantai pasok karet rakyat karena kualitas, kuantitas, dan kontinuitas pasokan bokar sangat ditentukan olehnya. Para petani karet di Provinsi Jambi saat ini masih banyak yang menggunakan bibit karet cabutan, anakan liar, atau hasil semaihan karet dari pohon karet alam yang dibudidayakan sebelumnya. Meskipun demikian, bibit karet unggul sebenarnya sudah dikenal luas oleh petani. Petani karet yang berada di Provinsi Jambi menjual bokar kepada beberapa alternatif pemasaran diantaranya pasar lelang karet pedagang pengumpul desa, pedagang

pengumpul kecamatan, dan pabrik. Harga karet tergantung pada perlakuan yang telah dilakukan oleh petani karet dan kepada siapa petani menjual bokarnya.

Pasar Lelang Karet

Pasar lelang dibentuk untuk melakukan kontrol terhadap harga yang ditetapkan oleh *tauke* atau pedagang pengumpul yang membeli karet dari petani secara langsung. Melalui pasar lelang, harga bahan olahan karet (bokar) dibeli dari petani berdasarkan kualitas karet yang diproduksi. Pada lokasi penelitian terdapat 3 (tiga) pasar lelang karet (PLK) dan telah terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi yaitu PLK Desa Panerokan, PLK Desa Ladang Peris dan PLK Kecamatan Pelepat. Untuk informasi pasar, yang berupa perkembangan harga beli dan harga jual, diperoleh langsung dari pabrik maupun Dinas Perdagangan Provinsi Jambi. Adapun sistem pembayaran yang diterapkan pada PLK dari utusan pabrik sebagai pembeli kepada petani sebagai penjual adalah pembayaran secara tunai.

Pedagang Pengumpul Desa

Pedagang pengumpul desa umumnya bertempat tinggal di lokasi desa yang sama atau bahkan bisa datang dari desa sekitar. Beberapa pedagang pengumpul desa yang terdapat di Provinsi Jambi juga berprofesi sebagai petani. Petani tersebut merupakan petani yang mempunyai modal cukup dalam melakukan kegiatan usaha ini. Pedagang pengumpul desa melakukan pembelian kepada petani karet dengan harga sesuai perlakuan dan kualitas bokar yang dihasilkan oleh petani karet. Selain menerima bokar di rumah masing-masing, pedagang pengumpul desa juga mencari bokar ke rumah dan kebun petani karet.

Pedagang Pengumpul Kecamatan

Pedagang pengumpul kecamatan merupakan anggota rantai pasok karet rakyat yang berperan penting. Transaksi pembelian bokar dapat dilakukan di tempat pengumpul yang lingkupnya lebih kecil dengan mendatangi langsung atau menunggu di rumah pedagang. Sebagian besar pedagang pengumpul kecamatan sudah mempunyai pedagang pengumpul lingkup lebih kecil yang menjadi langganan. Setiap pedagang pengumpul kecamatan memberikan harga yang berbeda tergantung dari kualitas bokar yang dijual. Begitu juga penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul kecamatan ke pedagang berikutnya yang sesuai dengan kualitas bokar. Adapun sistem pembayaran yang diterapkan oleh pedagang pengumpul kecamatan terhadap pedagang pengumpul sebelumnya adalah pembayaran tunai.

Pedagang Besar Provinsi

Pedagang besar provinsi menampung penjualan dalam lingkup satu provinsi. Transaksi pembelian bokar biasanya dilakukan di tempat pengumpul yang lingkupnya

lebih kecil dengan mendatangi langsung atau beberapa petani yang mendatangi langsung ke gudang pedagang besar provinsi. Untuk informasi pasar, yang berupa perkembangan harga beli dan harga jual, diperoleh dari pedagang pengumpul yang lingkup lebih sempit, pabrik serta dari mekanisme pasar yang terjadi. Adanya hubungan yang sangat kuat terjadi pada pedagang besar provinsi dengan pabrik, hal ini terlihat dari cukup tersedianya informasi harga yang diperoleh, disamping itu terdapat jalinan kerjasama antara lembaga pemasaran tersebut dalam permodalan.

Pabrik *Crumb Rubber*

Karet remah (*crumb rubber*) adalah bahan olahan karet (bokar) yang diproses melalui tahap peremahan. Produksi karet di Provinsi Jambi masih sebatas menjadi *crumb rubber* (karet remah) atau bahan baku industri karet. Pembeli produk ini adalah sebagian besar adalah perusahaan ban seperti *Goodyear*, *Michelin*, dan *Bridgestone* dari luar negeri. Dengan demikian, orientasi pasar perusahaan karet di Provinsi Jambi didominasi ekspor dengan negara tujuan adalah Amerika Serikat, Jepang, Cina, Brazil dan beberapa negara di Eropa. Untuk informasi pasar, yang berupa perkembangan harga beli dan harga jual, diperoleh dari pedagang pengumpul yang lingkup lebih sempit, konsumen (*buyer*) serta dari mekanisme pasar yang terjadi.

3.3. Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan bersama yang dilakukan bersama di dalam rantai pasok bokar di Provinsi Jambi.

Pemilihan Mitra

Pemilihan mitra merupakan proses memilih rekan kerja yang dapat diajak kerja sama dalam suatu usaha. Pemilihan mitra penting untuk diperhatikan karena berhasilnya sebuah usaha juga ditentukan oleh kinerja mitra. Petani karet akan memilih calon pembeli bokar terutama dengan harga beli lebih baik. Namun juga petani karet sudah memiliki langganan pembeli yang lokasinya dekat dengan rumah sehingga lebih mengandalkan rasa kepercayaan. Sedangkan untuk pedagang pengumpul, memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam memilih petani karet sebagai mitranya. Dengan terjalinnya mitra antara petani karet dengan pedagang pengumpul, maka akan ada rasa kepercayaan di antara keduanya.

Kesepakatan Kontraktual

Kesepakatan yang dibuat antara petani karet dan pedagang pengumpul tidak dilakukan melalui kontrak secara formal dalam tulisan, tetapi hanya kesepakatan melalui lisan. Kesepakatan yang dibuat keduanya hanya mengenai kualitas bokar,

harga jual, dan jumlah penjualan bokar kepada pedagang pengumpul. Kesepakatan antara pedagang pengumpul dengan pabrik juga dilakukan secara informal, tidak ada bentuk kontrak formal. Kesepakatan yang ditetapkan bersama adalah mengenai harga jual bokar, kualitas produk, dan kuantitas yang dipesan.

Sistem Transaksi

Sistem transaksi yang terjadi antara petani karet dan pedagang pengumpul adalah tunai, walaupun terkadang petani dapat meminta uang di muka jika terdesak dengan kebutuhan dan juga menukar bokar hasil panen dengan bahan kebutuhan pokok yang berada di warung milik pedagang pengumpul. Sistem transaksi tersebut juga berlaku untuk transaksi antara pedagang pengumpul yang lingkupnya lebih sempit terhadap pedagang pengumpul yang lingkupnya lebih luas. Transaksi oleh pedagang besar dengan pabrik dilakukan *non cash* via transfer bank atau via cek tunai.

Dukungan Pemerintah

Pemerintah telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan pengembangan agribisnis karet. Kebijakan-kebijakan yang telah dikeluarkan pemerintah antara lain Gerakan Nasional Bokar Bersih (GNBB), Peraturan Menteri Pertanian RI Nomor 33/Permentan/OT.140/7/2006 tentang Pengembangan Perkebunan Melalui Program Revitalisasi Perkebunan. Peraturan Menteri Pertanian tahun 2006 tersebut dijadikan acuan dan pedoman dalam upaya pemerintah membantu eksistensi para petani karet rakyat melalui program revitalisasi perkebunan. Selain kebijakan, pemerintah melalui kegiatan penelitian dan pengembangan dapat membantu perkembangan teknologi pertanian bibit atau teknologi pertanian bibit unggul, teknologi pasca panen, teknologi pengolahan, dan teknologi dalam pemasaran. Peran pemerintah dalam bidang penelitian adalah dengan mendirikan Pusat Penelitian Karet Indonesia (Puslitkaret).

3.4. Kolaborasi Rantai Pasok

Kolaborasi rantai pasok terlihat dari adanya *information sharing* secara sukarela dan timbal balik antar setiap anggota rantai pasok. Informasi berasal dari pabrik yang disampaikan kepada pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul tingkat kabupaten, pedagang besar provinsi dan pasar lelang karet kemudian diteruskan kepada pedagang pengumpul desa yang selanjutnya disampaikan juga kepada petani karet.

Sumber Daya Rantai Pasok

Sumber daya dalam rantai sangat dibutuhkan dalam mendukung pengembangan dan mengefisiensikan kegiatan rantai pasok bokar di Provinsi Jambi. Sumber daya yang dimiliki setiap anggota rantai pasok berperan dalam pengembangan seluruh anggota

rantai pasok. Sumber daya yang dapat dikaji, yaitu sumber daya fisik, teknologi, sumber daya manusia, dan permodalan. Sumber daya ini berfungsi untuk meningkatkan kinerja rantai pasok keseluruhan.

Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik yang dimiliki petani karet adalah lahan garapan berupa berupa kebun dengan luas yang beragam, antara 2-3 hektar. Sumber daya fisik yang dimiliki pedagang pengumpul meliputi lahan, prasarana pendukung, dan bangunan. Terdapat beberapa pedagang pengumpul yang juga melakukan budidaya karet. Sumber daya fisik peralatan budidaya sebagai prasarana pendukung milik pedagang pengumpul sama seperti peralatan yang dimiliki petani karet.

Sumber Daya Teknologi

Perkebunan karet rakyat yang berada di Provinsi Jambi memiliki produktivitas yang masih rendah dan mutu produk yang dihasilkan masih belum baik. Petani karet sebagian besar memiliki pendidikan hanya tamat sekolah dasar. Tingkat pendidikan berpengaruh dalam respon inovasi teknologi. Selain itu, penggunaan zat pembeku menjadi faktor penentu kualitas bokar yang dihasilkan. Untuk mengatasi masalah tersebut BPTP Provinsi Jambi saat ini telah menganjurkan penggunaan “Deorub” bahan pembeku karet yang terbuat dari cangkang buah sawit dan merupakan formulasi asap cair dan asam-asam organik yang mengandung senyawa fenol, yang dapat mencegah dan mematikan pertumbuhan bakteri, serta berfungsi sebagai antioksidan, dan berbau asap. Keunggulan Deorub antara lain pembekuan lebih cepat, elastisitas Tinggi dan dapat meningkatkan kadar karet kering (K3).

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang digunakan petani karet adalah antara satu hingga dua pekerja upahan atau bagi hasil. Pekerjaannya mencakup penanaman dan perawatan seperti pemupukan. Sumber daya manusia yang digunakan oleh pedagang pengumpul biasanya berupa pekerja upahan untuk melakukan bongkar muat dan transportasi. Jumlah pekerja tergantung dari volume bokar yang diperoleh. Sedangkan modal yang digunakan oleh pedagang pengumpul berasal dari modal sendiri begitu juga pinjaman dari relasi. Pihak perbankan memiliki peranan dalam pengembangan usaha komoditas karet di Provinsi Jambi, diantaranya Bank mandiri, Bank Rakyat Indonesia (BRI), Bank Danamon, dan Bank Perkreditan Rakyat.

Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok mencerminkan proses-proses yang terjadi di sepanjang rantai pasok bokar karet rakyat. Proses bisnis rantai yang baik adalah proses bisnis yang saling terintegrasi satu sama lain. Hal-hal yang dapat dikaji dalam

proses bisnis rantai adalah hubungan proses bisnis rantai, pola distribusi, anggota rantai pendukung, perencanaan kolaboratif, aspek risiko, dan proses membangun kepercayaan (*trust building*).

3.5. Hubungan Proses Bisnis Rantai Pasok

Menurut Chopra & Meindl (2004), dalam menentukan proses yang dilakukan rantai pasok dilihat dari *push or pull view*, harus diperhatikan kapan proses pemesanan dilakukan oleh konsumen akhir (*customer order arrives*). Konsumen akhir dalam rantai pasok karet melakukan pemesanan produk kepada pasar lelang karet, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang besar provinsi. Pemesanan terjadi saat siklus *procurement*. Oleh karena itu, pedagang pengumpul kecamatan dan pedagang pengumpul kabupaten produk bokar melakukan proses *push*.

3.6. Pola Distribusi Rantai Pasok Karet Rakyat

Pola distribusi dalam rantai pasok karet menjelaskan bagaimana aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi di antara setiap anggota rantai pasok. Ketiga aliran ini akan dikaji apakah berjalan lancar atau tidak dan bagaimana pelaksanaan serta kendala yang dihadapi setiap ketiga aliran ini.

Aliran Produk

Produk yang dialirkan dalam rantai pasok ini adalah bahan olahan karet (bokar). Bokar merupakan produk akhir yang diterima oleh pabrik crumb rubber sebagai bahan baku pembuatan SIR 20. Aliran produk bokar diawali dari petani karet. Bokar hasil pengolahan petani karet kemudian dialirkan ke lembaga pemasaran lainnya. Sebanyak 40.18 persen bokar petani diperdagangkan pada pasar lelang yang kemudian dibeli oleh pabrik crumb rubber sebagai bahan baku. Sebanyak 31.77 persen dialirkan melalui pedagang pengumpul baik tingkat desa maupun tingkat kabupaten. Sedangkan 28.03 persen bokar dialirkan langsung ke pabrik crumb rubber. Pedagang pengumpul secara rutin berkomunikasi dengan pedagang besar karena setiap dua minggu sekali pedagang mengumpulkan bokar petani.

Aliran Finansial

Aliran finansial dalam rantai pasok ini berupa uang pembayaran atas produk yang dijual berupa bokar kepada mitranya. Uang pembayaran ini digunakan sebagai modal untuk kembali melakukan produksi sehingga membentuk siklus tersendiri. Aliran finansial dimulai dari pabrik crumb rubber hingga petani karet. Pabrik membayar langsung bokar setelah produk dibeli *non cash* via transfer bank. Adanya hubungan yang sangat kuat terjadi pada pedagang pengumpul dan pedagang besar

terutama pedagang besar provinsi dengan pabrik, cara pembayaran tidak hanya dilakukan secara tunai tapi juga dapat dibayar dimuka dan dibayar sebagian.

Aliran Informasi

Aliran informasi menjadi komponen yang penting dalam melancarkan aliran produk dan finansial dalam rantai pasok bokar. Informasi yang disampaikan melalui proses komunikasi dilakukan untuk menjaga rasa kepercayaan antara setiap anggota rantai pasok. Petani karet menerima informasi dari pabrik hanya berupa informasi teknologi budidaya yang berkembang agar dapat mengatasi kendala-kendala yang dihadapi petani di lahan. Informasi tentang naik turunnya harga bokar yang berdasarkan pada harga internasional, kualitas bokar yang diinginkan oleh konsumen akhir hanya diperoleh pedagang pengumpul maupun pedagang besar.

Anggota Pendukung Rantai Pasok

Anggota rantai pendukung merupakan pihak-pihak yang mendukung atau memperlancar kegiatan dan aliran yang terjadi sepanjang rantai pasok, baik aliran produk, finansial, dan informasi. Setiap anggota rantai pasok bokar memerlukan bahan *input* dalam proses produksi dan pemasaran yang dijalankan masing-masing. Petani karet membutuhkan bahan baku dalam budidaya karet seperti bibit, pupuk, obat, dan alat-alat pertanian. Petani karet memasok *input* yang sama dan sudah menjadi pelanggan pemasok.

Perencanaan Kolaboratif

Seiring dengan peningkatan produktivitas komoditas karet, anggota rantai pasok bokar Provinsi Jambi memiliki perencanaan peningkatan kualitas bokar sehingga harga yang diterima petani karet lebih tinggi. Perencanaan tersebut dilakukan melalui berbagai cara diantaranya terus dilakukan transfer pengetahuan dari pedagang pengumpul kepada petani karet, adanya bimbingan dari tenaga penyuluh lapangan dan aparat Dinas Perkebunan Provinsi Jambi.

Penelitian Kolaboratif

Selain memberikan pelatihan kepada petani pemerintah juga mendukung pengembangan agribisnis karet dengan melakukan penelitian-penelitian. Melalui Pusat Penelitian karet, yang melakukan penelitian guna mendapatkan inovasi dan teknologi di bidang budidaya dan pengolahan hasil karet. Selain Puslit karet, pemerintah juga melakukan riset mengenai pertanian melalui badan penelitian dan pengembangan pertanian, Kementerian Pertanian.

Jaminan Identitas Merek

Merek merupakan atribut produk sebagai penciri produk dari produk lainnya. Merek dapat dikatakan sebagai identitas yang berisi informasi dari mana asal produk

tersebut mencakup produsen dan distributor yang mengalirkannya serta informasi mengenai proses produksinya dan kandungan gizi yang terdapat di dalamnya. Bokar yang diproduksi dan dijual petani karet tidak diberi merek. Setelah masa panen, petani karet memasarkan bokar ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul juga tidak melakukan pemberian merek. Hal itu terus berlanjut sampai ke pabrik. Bokar dijual tanpa kemasan.

Aspek Risiko

Risiko yang diterima setiap anggota rantai pasok karet rakyat berbeda satu sama lain. Risiko yang dihadapi petani karet adalah risiko produksi atau turunnya hasil panen yang dapat disebabkan dari beberapa faktor seperti cuaca yang tidak menentu atau banyaknya hama dan penyakit tanaman menyerang tanaman karet. Risiko harga dapat dihadapi petani karet Provinsi Jambi jika terjadi penurunan harga karet secara drastis yang sewaktu-waktu terjadi di pasar global, karena hampir seluruhnya karet Provinsi Jambi dieksport dalam bentuk primer. Risiko yang dihadapi pedagang pengumpul adalah kualitas bokar yang dihasilkan petani karet menurun.

Trust Building

Trust building adalah proses membangun kepercayaan di antara seluruh anggota rantai pasok. Rantai pasok karet rakyat berkembang berdasarkan rasa kepercayaan yang tumbuh di antara anggota rantai pasok karena kerja sama yang dijalankan selama ini tidak ada keterikatan di dalam kontrak secara formal melainkan secara lisan. Rasa kepercayaan ini dapat tumbuh karena rasa kekeluargaan dan solidaritas sudah terjalin dan terus dibangun antar anggota rantai pasok bokar.

3.7. Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok karet rakyat diukur melalui efisiensi pemasaran dengan alat marjin pemasaran dan *farmer share* serta rasio keuntungan dan biaya.

Marjin Pemasaran dan *farmer share*

Analisis marjin pemasaran dan *farmer share* digunakan untuk melihat perbandingan keuntungan yang diterima petani melalui saluran pemasaran yang dilalui.

Tabel 1. *Farmer share* pada saluran pemasaran karet di Provinsi Jambi.

Saluran	Harga (Rp/kg)		Farmer share (%)
	Petani Karet	Eksportir	
Saluran 1	11450	22680	50.49
Saluran 2	9600	22680	42.33
Saluran 3	9350	22680	41.22
Saluran 4	9500	22680	41.89
Saluran 5	12900	22680	56.88

Rasio Keuntungan dan Biaya

Sistem pemasaran secara teknis dikatakan semakin efisien apabila penyebaran rasio keuntungan dan biaya, serta marjin pemasaran terhadap biaya pemasaran merata. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga mulai dari petani sampai pedagang pengumpul tingkat kabupaten pada proses pergerakan bokar di Provinsi Jambi dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Biaya Pemasaran Bokar yang Dikeluarkan oleh Setiap Lembaga Tahun 2013.

No	Biaya Pemasaran	Jumlah biaya Setiap Lembaga Pemasaran (Rp/kg)		
		PLK ^a	PPD-PLK ^b	PPD-PB ^c
1.	Penyimpanan	-	15	38
2.	Transportasi	59.5	65	78
3.	Bongkar muat	48	54.5	63
4.	Penanggungan Resiko	289	307	336
5.	Retribusi	57	53	49
6	Pembentukan	-	64	84
7	Informasi Pasar	36	50	32
Jumlah		489.5	609.5	680

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran karet mencerminkan penyebaran keuntungan dan manfaat yang diperoleh masing-masing anggota rantai pasok karet. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai efisiensi pemasaran untuk masing-masing pola saluran pemasaran yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai Efisiensi Pemasaran pada Masing-Masing Pola Saluran Pemasaran Karet Rakyat di Provinsi Jambi.

Saluran Pemasaran	Harga ^a (Rp/Kg)	Total Biaya (Rp/Kg)	Marjin ^b (%)	FS ^c (%)	Li/Ci ^d (Total)
Saluran 1	11450	858.5	49.51	50.49	8.18
Saluran 2	9600	1435.25	57.67	42.33	10.60
Saluran 3	9350	1483	58.77	41.23	10.25
Saluran 4	9500	1494.3	58.11	41.89	9.90
Saluran 5	12900	1335.8	43.12	56.88	6.13

Jika ditinjau dari marjin pemasaran, *farmer share*, dan rasio keuntungan dan biaya, maka saluran lima relatif lebih efisien dibandingkan dengan saluran yang lainnya. Selain itu juga dapat dilihat dari harga yang diterima oleh petani karet yang paling besar di antara saluran lainnya.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah disajikan sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal yaitu:

1. Secara keseluruhan rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi berjalan lancar, dengan sudah memiliki sasaran yang jelas, struktur hubungan rantai yang baik, adanya penerapan manajemen, dan proses bisnis yang sudah berjalan dengan baik.
2. Rantai pasok karet rakyat yang berada di Provinsi Jambi terdiri dari lima saluran berdasarkan pelaku-pelaku yang terlibat di dalamnya. Faktor yang berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan petani karet untuk memilih saluran pemasaran bokar yaitu lokasi dan harga jual bokar.

4.2. Saran

Adapun beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Diperlukan dukungan dan peran kelembagaan dengan adanya organisasi berupa koperasi untuk meningkatkan kinerja rantai pasok karet rakyat di Provinsi Jambi. Untuk meningkatkan pendapatannya disarankan agar petani meningkatkan kualitas bokar sehingga petani dapat memperoleh harga jual yang lebih tinggi.
2. Diperlukan koordinasi dan sinergi semua pihak terkait, untuk mengembangkan komoditas karet di Provinsi Jambi mulai dari budidaya, pasca panen, pengolahan sampai dengan pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Standardisasi Nasional (BSN). 2002. *Persyaratan Teknis Kualitas Bahan Olahan Karet (Bokar)*. Badan Standardisasi Nasional. Jakarta.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi. 2013. *Laporan Tahunan Ekspor Komoditas Unggulan Provinsi Jambi*. Jambi.
- Hudson, D. 2007. *Agricultural Markets And Prices*. Blackwell Publishing Ltd. USA, UK and Australia.
- Hosmer DW dan Lemeshow S. 2000. *Applied Logistic Regresion*. New York (USA): John Wiley and Sons, Inc.
- Kementerian Pertanian. 2012. *Laporan Kinerja Kementerian Pertanian Tahun 2011*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Van Der Vorst JGAJ. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks*. Netherlands: Logistics and Operations Research Group, Wageningen University.