

DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR



PROSIDING SEMINAR NASIONAL

Kristalisasi Paradigma Agribisnis
dalam Pembangunan Ekonomi dan Pendidikan Tinggi

IPB INTERNATIONAL CONVENTION CENTER – BOGOR
18 APRIL 2015

Editor

Nunung Kusnadi
Amzul Rifin
Anna Fariyanti
Netti Tinaprilla
Burhanuddin
Maryono



Prosiding Seminar Nasional

KRISTALISASI PARADIGMA AGRIBISNIS DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI DAN PENDIDIKAN TINGGI

IPB INTERNATIONAL CONVENTION CENTER – BOGOR
18 APRIL 2015

Prosiding Seminar Nasional

KRISTALISASI PARADIGMA AGRIBISNIS DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI DAN PENDIDIKAN TINGGI

IPB INTERNATIONAL CONVENTION CENTER – BOGOR
18 APRIL 2015

EDITOR :

NUNUNG KUSNADI
AMZUL RIFIN
ANNA FARIYANTI
NETTI TINAPRILLA
BURHANUDDIN
MARYONO

Prosiding Seminar Nasional
Kristalisasi Paradigma Agribisnis dalam Pembangunan Ekonomi dan Pendidikan Tinggi

IPB International Convention Center – Bogor
18 April 2015

Tim Penyusun

Editor :

- Dr. Ir. Nunung Kusnadi, M.S
- Dr. Amzul Rifin, S.P, M.A
- Dr. Ir. Anna Fariyanti, M.Si
- Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M
- Dr. Ir. Burhanuddin, M.M
- Maryono, S.P, M.Si

Desain Sampul :

- Hamid Jamaludin Muhrim, SE

Tata Letak Isi :

- Hamid Jamaludin Muhrim, S.E
- Triana Gita Dewi, S.E, M.Si
- Tursina Andita Putri, S.E, M.Si

Administrasi Umum :

- Tita Nursiah, S.E
- Tursina Andita Putri, S.E, M.Si

Diterbitkan oleh **Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen - IPB**
Bekerjasama dengan **Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI)**
Copyright © 2015

Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen - IPB

Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga Bogor 16680

Telp/Fax : 0251-8629654

e-mail : depagribisnis@yahoo.com, dep-agribisnis@apps.ipb.ac.id

Website : <http://agribisnis.ipb.ac.id>

ISBN : 978-602-14623-3-1

KATA PENGANTAR

Seminar Nasional Agribisnis diselenggarakan dalam rangka Tujuh Puluh Tahun Prof. Bungaran Saragih yang diselenggarakan pada Sabtu 18 April 2015 dengan tema “*Kristalisasi Paradigma Agribisnis dalam Pembangunan dan Pendidikan Tinggi*”. Kegiatan tersebut diselenggarakan oleh Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen (FEM) IPB bekerjasama dengan Asosiasi Agribisnis Indonesia (AAI), Perhimpunan Ekonomi Pertanian Indonesia (PERHEPI), Pusat Pangan Agribisnis (PPA), PROFITA Unggul Konsultama, *Palm Oil Agribusiness Strategic Policy Institute* (PASPI) serta AGRINA.

Prof. Bungaran Saragih pada awal tahun 90-an memperkenalkan istilah Agribisnis yang merupakan cara baru dalam melihat pertanian. Hal ini berarti pertanian bukan hanya pada kegiatan usahatani (*on farm activities*) tetapi juga kegiatan di luar usahatani (*off farm activities*). Dengan kata lain, pertanian tidak hanya berorientasi produksi (*production oriented*) tetapi juga berorientasi pasar (*market oriented*), tidak hanya dilihat dari sisi permintaan (*demand side*) tetapi juga dari sisi penawaran (*supply side*).

Prosiding ini merupakan kompilasi artikel-artikel yang dipresentasikan dalam Seminar Nasional Agribisnis tersebut. Latar belakang bidang keilmuan serta daerah penulis yang beragam menghasilkan berbagai perspektif dalam pembangunan agribisnis di Indonesia. Artikel dalam prosiding ini penuh dengan gagasan dan ide-ide baru yang melihat pertanian dalam arti luas yang dikelompokkan ke dalam subtema: Sistem Agribisnis, Pengadaan Input, Usahatani, Pengolahan, Pemasaran, dan Penunjang. Artikel-artikel dalam prosiding ini diharapkan dapat memperkaya khasanah keilmuan di bidang agribisnis serta dapat pula dijadikan rekomendasi kebijakan bagi pengambil keputusan.

Pada kesempatan kali ini, ijinilah kami untuk mengucapkan terima kasih kepada Dr Rachmat Pambudy, MS; Dr Nunung Kusnadi, MS; Dr Andriyono K Adhi; Dr Suharno, MADev; Dr Anna Fariyanti, MS; Dr Burhanuddin, MM; Dr Netti Tinaprila, MM; Dr Amzul Rifin, MA; Siti Jahroh, PhD, serta Etriya, MM yang telah bekerja keras untuk menilai artikel yang dipresentasikan sehingga layak untuk ditampilkan dalam prosiding ini. Penghargaan juga disampaikan kepada Hamid Jamaludin M, Tursina Andita Putri, Triana Gita Dewi, dan Tita Nursiah yang telah membantu dalam penyusunan prosiding ini. Semoga prosiding ini dapat berkontribusi dalam pengembangan agribisnis dan peningkatan kesejahteraan petani.

Terimakasih

Bogor, September 2015
Ketua Departemen Agribisnis FEM IPB

Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si

DAFTAR ISI

Sistem Agribisnis

Model Pengembangan Agribisnis Kelapa Terpadu di Kabupaten Indragiri Hilir <i>Djaimi Bakce, dan Syaiful Hadi</i>	1
Perubahan Sistem Agribisnis Petani Hortikultura dalam Menghadapi Era Pasar Modern (Studi Kasus Petani Hortikultura di Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung) <i>Gema Wibawa Mukti, Dini Rochdiani, dan Rani Andriani Budi Kusumo</i>	23
Sistem Insentif untuk Mendukung Daya Saing Agribisnis Kopi Rakyat di Jawa Timur <i>Luh Putu Suciati, dan Rokhani</i>	41

Pengadaan Input

Peran Industri Benih Jagung dalam Peningkatan Produksi Tanaman Pangan (Kasus di Kabupaten Grobogan Jawa Tengah) <i>Kurnia Suci Indraningsih</i>	57
Analisis Aksesibilitas Petani Perkotaan terhadap Agroinput dan Implikasinya terhadap Pengembangan <i>Urban Farming</i> <i>Harniati, dan Reni Suryanti</i>	73
Kajian Karakteristik Produsen dan Penangkar Benih Padi di Daerah Istimewa Yogyakarta <i>Wahyuning K. Sejati, dan M. Suryadi</i>	83
Sistem “Jabalsim” Sebagai Solusi untuk Penyediaan Benih Kedelai (Kasus di Kabupaten Wonogiri) <i>Tri Bastuti Purwantini</i>	97
Implementasi Kebijakan Pemerintah tentang Pupuk Bersubsidi sebagai <i>Supporting System Agribusiness</i> terhadap Agribisnis Perberasan <i>Surya Abadi Sembiring</i>	109

Usahatani

Pemahaman dan Partisipasi Petani dalam Adopsi Teknologi Biochar di Lahan Kering Blitar Selatan <i>Asnah, Masyhuri, Jangkung Handoyo Mulyo, dan Slamet Hartono</i>	127
Diterminan Pengelolaan Satuan Usaha Perhutanan Kerakyatan (SUPK) di Kawasan Perhutanan Kerakyatan-Tanggamus, Lampung <i>Ismalia Afriani, F. Sjarkowi, Najib Asmani, dan M Yazid</i>	135

Emisi Gas Rumah Kaca Aktivitas <i>On-Farm</i> Sektor Pertanian di Provinsi Jawa Timur: Studi Empiris <i>The Environmental Kuznets Curve</i> <i>Gilang Wirakusuma, Irham, dan Slamet Hartono</i>	151
Ketahanan Pangan di Sumatera Selatan Ditinjau dari Tren Produksi Beras dan Stok Beras Pedagang <i>Desi Aryani</i>	167
Produksi dan Pendapatan Petani Kelapa Dalam (<i>Cocos Nucifera</i> Linn) di Kabupaten Indragiri Hilir Propinsi Riau <i>Sisca Vaulina, dan Saiful Bahri</i>	183
Keunggulan Kompetitif Kedelai: Pendekatan Policy Analysis Matrix (PAM) (Kasus di Kabupaten Lamongan, Provinsi Jawa Timur) <i>Syahrul Ganda Sukmaya, dan Dwi Rachmina</i>	199
Percepatan Adopsi Tanaman Manggis melalui Sekolah Lapang di Kecamatan Mandalawangi Provinsi Banten <i>Asih Mulyaningsih, Imas Rohmawati, dan Suherna</i>	207
Dampak Program Sekolah Lapang Pengelolaan Tanaman Terpadu Terhadap Efisiensi Teknis Usahatani Kedelai di Kabupaten Jember <i>Indah Ibanah, Andriyono Kilat Adhi, dan Dwi Rachmina</i>	219
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produksi Lobster Laut <i>Sitti Aida Adha Taridala, Asriya, dan Yusnaini</i>	233
Prospek Pengembangan Usahatani Bawang Merah Lokal Palu di Tinjau dari Tingkat Pendapatan di Desa Boluponto Jaya Kecamatan Sigi Kabupaten Sigi <i>Lien Damayanti, Yulianti Kalaba, dan Erny</i>	245
Analisis Kesiapan dan Strategi Pengembangan Bisnis Koperasi Produsen Kopi “Margamulya” (Studi Kasus Koperasi Produsen Kopi Margamulya Pangalengan Kabupaten Bandung) <i>Ima Marlina, dan Endah Djuwendah</i>	257
Dampak Ekonomi Karakteristik Peternak terhadap Pola Usaha Kemitraan Ayam Broiler di Daerah Jember, Situbondo, Bondowoso Lumajang dan Banyuwangi <i>Hariadi Subagja, dan Wahjoe Widhijanto Basuki</i>	267
Dampak Konsentrasi Industri terhadap Performans di Industri Broiler Indonesia <i>Anna Fitriani, Heny K. Daryanto, Rita Nuralina, dan Sri Hery Susilowati</i>	279
Perilaku Ekonomi Rumahtangga Petani Kelapa Sawit di Desa Indra Sakti Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar <i>Elinur, dan Asrol</i>	297
Introduksi Potensi Integrasi Sapi-Sawit dalam Mendukung Akselerasi Peningkatan Produksi Daging Sapi Nasional <i>Priyono</i>	311
Perilaku Harga Bawang Putih Jawa Timur dan Cina <i>Herdinastiti</i>	325

Performansi Pembagian Kerja antara Laki-Laki dan Perempuan pada Usahatani Kentang <i>Ana Arifatus S, dan Dyanasari</i>	339
--	-----

Pengolahan

Potensi Sumberdaya Pertanian Lokal dalam Pemenuhan Kebutuhan Bahan Pangan Sumber Karbohidrat di Provinsi Bengkulu <i>Putri Suci Asriani, dan Bonodikun</i>	357
Perbandingan Analisis Nilai Tambah Kopi Arabika dengan Metode Proses Pengolahan Kering dan Basah (Studi Kasus pada Malabar Mountain Coffee PT. Sinar Mayang Lestari, Kabupaten Bandung) <i>Resty Tyagita Aprilia, dan Tuti Karyani</i>	371
Analisis Penerapan Manajemen Mutu Susu Pasteurisasi (Studi Kasus Unit Susu Pasteurisasi Pondok Modern Darul Ma'rifat Gontor 3 Desa Sumbercangkkring Kecamatan Guruh Kabupaten Kediri) <i>Akhadiyah Afrila, dan Asnah</i>	385
Studi Komparasi Nilai Tambah Produk Olahan Kentang Granola di Wilayah Pangalengan (Jawa Barat) dengan Banjarnegara (Jawa Tengah) <i>Vela Rostwentiavi Sinaga, dan Doni Sahat Tua Manalu</i>	397
Pengembangan Agroindustri Teh Rakyat dengan Pendekatan <i>Soft System Methodology</i> (Studi Kasus di Kabupaten Bandung) <i>Sulistiyodewi NW</i>	409
Karakteristik Pengusahaan Usaha Penggilingan Padi di Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat <i>Tursina Andita Putri</i>	421

Pemasaran

Pengaruh Konsep Produk, Budaya Konsumsi, Keluarga terhadap Perilaku Konsumen Mengonsumsi Produk Kebab (Studi Kasus: Kebab Turki XXX) <i>Adhi Tejo Dwicahyo, Nunuk Adiarni, dan Mudatsir Najamuddin</i>	441
<i>The Demand and Competition Among Supply Source in Indonesia Meat Import Market</i> <i>Resti Prastika Destiarni, Ahmad Syariful Jamil, dan Netti Tinaprilla</i>	455
Kinerja Rantai Pasok Komoditas Bawang Daun (<i>Allium fistulosum L.</i>) di Koperasi untuk Memenuhi Permintaan Pasar Terstruktur (Studi Kasus di Koperasi Pondok Pesantren Al-Ittifaq, Desa Alam Endah, Kecamatan Rancabali, Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat) <i>Nurul Risti Mutiarasari, Eddy Renaldi, dan Ery Supriyadi Rustidja</i>	469
Analisis Determinan Permintaan Kopi Arabika di Provinsi Sumatera Utara <i>Rahmanta</i>	489

Analisis Permintaan dan Penawaran Tembakau Besuki Na Oogst di Kabupaten Jember Jawa Timur <i>Novi Haryati, Soetrisno, dan Anik Suwandari</i>	503
Analisis Permintaan Impor Garam Indonesia dengan Pendekatan <i>Almost Ideal Demand System</i> <i>Ahmad Syariful Jamil, Netti Tinaprilla, dan Suharno</i>	517
Analisis Tataniaga Pisang sebagai Daya Ungkit Revitalisasi Pengembangan Produksi Hortikultura di Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah <i>Endang Siti Rahayu, dan Joko Sutrisno</i>	531
Sistem Pemasaran Karet dengan Pendekatan <i>Food Supply Chain Network (FSCN)</i> di Kabupaten Tebo, Jambi <i>Rikky Herdiyansyah, Rita Nurmalina, dan Ratna Winandi A</i>	545

Penunjang

Potensi Pengembangan Agrowisata dan Konservasi Ex-Situ Tumbuhan Kantong Semar (<i>Nepenthes sp.</i>) di Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau <i>Ryan Budi Setiawan, dan Eksa Rusdiyana</i>	565
Analisis Perbedaan Pendapatan Petani Budidaya Ikan Patin Penerima dan Non Penerima Program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi “PUKK” PT Perkebunan Nusantara V <i>Rika Amelia Jas, Amzul Rifin, dan Netti Tinaprilla</i>	575
Efektivitas Perilaku Komunikasi di Dalam Sekolah Lapang – Pengelolaan Tanaman Terpadu di Kecamatan Dramaga, Kabupaten Bogor <i>Ali Alamsyah Kusumadinata</i>	585
Karakteristik Perempuan Wirausaha di Lingkar Kampus Institut Pertanian Bogor, Kecamatan Darmaga, Kabupaten Bogor <i>Iqbal Reza Fazlurrahman, Anna Fariyanti, dan Suharno</i>	603
Biaya Transaksi pada Pembiayaan Usahatani Kedelai di Kabupaten Lamongan, Jawa Timur <i>Hardiyanti Sultan, Dwi Rachmina, dan Anna Fariyanti</i>	615
Proses Penumbuhan dan Efektivitas Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis (LKMA) (Kasus di LKMA Sejahtera, Kabupaten Lamongan) <i>Ratih Apri Utami, Lukman M. Baga, dan Suharno</i>	631
Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Agribisnis <i>Anita Primaswari Widhiyani, dan Triana Gita Dewi</i>	647

SISTEM PEMASARAN KARET DENGAN PENDEKATAN FOOD SUPPLY CHAIN NETWORK (FSCN) DI KABUPATEN TEBO, JAMBI

Rikky Herdiyansyah¹⁾, Rita Nurmalina, dan Ratna Winandi A.

Magister Sains Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

E-mail : ¹⁾ecgy_gondress@rocketmail.com

ABSTRACT

The estate is the mainstay of the economy of Indonesia because of domestic resource-based and export-oriented. Rubber, one of the leading plantation commodities in Indonesia that became the second largest producer in the world. One of the producers who cultivate natural rubber are especially the Tebo Regency of Jambi get help government programs in the rejuvenation of the rubber. However, in the rubber market is inseparable from the determination of the price of rubber. Rubber prices are fluctuating on a global level, but will not affect the selling price of rubber at a level so that farmers can feel the impact of rising rubber price levels of the world. FSCN measuring system of supply chain and supply chain performance. Results of the research showed there were four marketing channels involving rubber farmers, traders village and subdistrict, wholesalers, auction markets, factories and SDO. Supply chain system there is only one cycle of business process in the supply chain of rubber in the Regency of Jambi Province Tebo i.e. procurement cycles, gatherers acted as distributors and rubber farmers act as rubber processing of latex into rubber pads. Bargaining power of farmer-owned rubber traders in proportion to the gatherers. It is apparent from the determination of the sale price of products that are specified and agreed with both parties. It is different with fresh strength – large merchants have bargaining positions higher than the bargain trader Gatherer village or subdistrict. Meanwhile, the performance of the most optimal supply chain resides on the fourth channel which uses a method of SDO with most small marketing fee of \$ 2000 and most of the profit value of Rp 3725,73.

Keyword(s): Rubber, FSCN, Supply Chain Performance, Supply Chain Systems

ABSTRAK

Perkebunan merupakan andalan perekonomian Indonesia karena berbasis sumberdaya domestik dan berorientasi ekspor. Karet, salah satu komoditas perkebunan unggulan Indonesia yang menjadi produsen kedua terbesar di dunia. Salah satu produsen yang membudidayakan karet alam yaitu Jambi khususnya Kabupaten Tebo yang mendapatkan bantuan program pemerintah dalam peremajaan karet. Namun, dalam memasarkan produk karet tidak terlepas dari penentuan harga karet. Harga karet di tingkat dunia bersifat fluktuatif, akan tetapi belum berpengaruh terhadap harga jual karet di tingkat sehingga petani dapat merasakan dampak dari kenaikan harga jual karet tingkat dunia. FSCN mengukur sistem rantai pasok dan kinerja rantai pasok. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat saluran pemasaran yang melibatkan petani karet, pedagang desa dan kecamatan, pedagang besar, pasar lelang, pabrik dan SDO. Sistem rantai pasok hanya ada satu siklus proses bisnis pada rantai pasok karet di Kabupaten Tebo Provinsi Jambi yakni siklus *procurement*, pengumpul berperan sebagai distributor dan petani karet berperan sebagai pengolah karet dari lateks menjadi bantalan karet. Kekuatan tawar-menawar yang dimiliki petani karet sebanding dengan pedagang pengumpul. Hal tersebut terlihat dari penentuan harga jual produk yang ditentukan dan disepakati bersama kedua belah pihak. Hal berbeda dengan kekuatan tawar – menawar pedagang besar yang memiliki posisi tawar lebih

tinggi dibandingkan dengan pedagang pengumpul desa maupun kecamatan. Sementara itu, kinerja rantai pasok yang paling optimal berada pada saluran ke empat yang menggunakan metode SDO dengan nilai biaya pemasaran paling kecil sebesar Rp 2000 dan nilai keuntungan paling besar yaitu Rp 3725,73.

Kata Kunci: Karet, FSCN, Kinerja Rantai Pasok, Sistem Rantai Pasok

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara produsen terbesar kedua karet alam (Direktorat Jenderal Perkebunan 2012). Perkembangan produksi karet Indonesia sebagian besar dihasilkan oleh perkebunan rakyat selanjutnya dihasilkan oleh perkebunan swasta, hal tersebut dapat dilihat pada lampiran 2.

Penyebaran wilayah produksi karet alam di Indonesia sebagian besar berada pada Pulau Sumatera dan Pulau Kalimantan. Lampiran 3 menunjukkan Provinsi Jambi menduduki peringkat keempat. Permasalahannya adalah tidak semua karet rakyat yang dihasilkan memenuhi spesifikasi yang dibutuhkan pabrikan untuk di ekspor, terutama kualitas karet yang dihasilkan. Menurut Masduki (1996) karet rakyat memiliki kualitas yang rendah.

Perkebunan karet di Jambi mempunyai luas sekitar 588.043 Ha, dengan hasil karet 312 925 ton, hasil olahan perkebunan karet pada umumnya diolah menjadi bokar (bahan olahan karet rakyat) untuk kemudian dijual ke pabrik crumb di sekitar Kota Jambi (Dinas Perkebunan Provinsi Jambi 2013). Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Provinsi Jambi menyatakan, Ekspor non migas Jambi terbesar produk karet mencapai 127,684 ton dengan nilai

432 ,052 juta dolar Amerika Serikat. Sementara Realisasi Ekspor kayu lapis 187,313 ton dengan nilai 178 945 dolar Amerika Serikat. Volume dan nilai ekspor komoditas karet menyumbang 30 persen dari total nilai ekspor Provinsi Jambi pada tahun 2011. Perkembangan volume dan nilai ekspor karet di Provinsi Jambi pada periode 2007-2012 mengalami peningkatan (lampiran 4).

Tebo merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jambi yang merupakan salah satu daerah penghasil karet (Dinas Perkebunan Provinsi Jambi 2013), dari survey awal didapatkan informasi bahwa petani karet di Kabupaten Tebo memiliki beberapa permasalahan diantaranya, rendahnya mutu karet yang dilihat kadar air yang tinggi, tingkat kebersihan karet dan komposisi karet dalam bokar menjadi kendala dalam pemasaran karet. Petani merasa harga jual ditentukan oleh berat kotor (bokar) karet sehingga harga jual karet menjadi rendah (Masduki 1996).

Pemasaran karet di Kabupaten Tebo melewati beberapa lembaga pemasaran yang diatur oleh lembaga yang dipercaya oleh pabrik yakni pedagang besar untuk menyuplai seluruh kebutuhan produksi pabrik. Dilana (2013) menyebutkan bahwa pemasaran yang efisien terlihat dari tingkat harga dan stabilitas harga. Semakin tinggi harga jual karet, maka

petani akan semakin termotivasi untuk meningkatkan produksinya.

Perumusan Masalah

Sistem pemasaran karet tidak terlepas dari penentuan harga, harga terbentuk karena permintaan dan penawaran karet oleh Negara konsumen. Di lain pihak harga yang ditentukan oleh pedagang pengumpul sebenarnya sangat bergantung pada harga di tingkat eksportir dan pasar dunia. Fluktuasi harga dipasar dunia seharusnya juga berpengaruh terhadap harga jual karet di tingkat petani, namun tingginya harga jual karet oleh eksportir belum sepenuhnya dirasakan petani (Amalia 2013). Pola pergerakan harga karet ditingkat eksportir dan petani karet pada tahun 2008 sampai 2013 menunjukkan harga di tingkat petani karet tidak mengikuti peningkatan harga ditingkat eksportir (lampiran 5).

Menurut Amalia (2013), pemasaran karet rakyat di Provinsi Jambi sebagian besar ditujukan pada pasar ekspor dalam bentuk SIR 20 dan SIR 10, karet dari petani berbentuk bokar (bahan olahan karet rakyat) dipasarkan hingga pabrik *Crumb rubber* sebagai pabrik pengolah dan eksportir kemudian pabrik akan mengolah bokar dari petani menjadi SIR 20 dan SIR 10 untuk memenuhi permintaan pasar luar negeri dan dalam negeri. Saat ini jumlah perusahaan pengolah yang melakukan perdagangan karet ke luar negeri (eksportir) sebanyak 10 unit. Lampiran 6 menunjukkan Provinsi Jambi memiliki 10 pabrik pengolahan bahan olah karet rakyat (bokar), namun untuk memasarkan karet harus lah melewati lembaga pemasaran yang telah

dipercaya oleh pabrik, sehingga pabrik bisa mendapatkan pasokan sesuai dengan yang mereka butuhkan. Lampiran 7 menunjukkan Kabupaten Tebo memiliki jumlah produksi karet yang tidak begitu tinggi dibandingkan dengan Kabupaten lainnya.

Adanya pengaturan dalam pemenuhan pesanan dan penjualan yang dilakukan oleh pedagang besar atas ketetapan pabrik dapat mempengaruhi kualitas produksi yang dilakukan oleh petani karet. Kondisi rantai pasok di Kabupaten tebo dapat dianalisis dengan menjawab pertanyaan bagaimana kondisi rantai pasok karet di Kabupaten Tebo ?

Pengukuran kinerja rantai pasok diukur untuk mengetahui sejauh mana optimalisasi kegiatan pemasaran yang dilakukan anggota rantai pasok. Maka, pada penelitian akan dijawab mengenai pertanyaan bagaimana kinerja rantai pasok di Kabupaten Tebo ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis sistem rantai pasok karet rakyat di Kabupaten Tebo dengan kerangka *supply chain network* (SCN) Van der Vorst meliputi sasaran rantai pasok, struktur hubungan rantai pasok, pola manajemen rantai pasok, kolaborasi rantai pasok dan anggota pendukung rantai pasok.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diperuntukan bagi:

1. Anggota rantai pasok karet, informasi dan bahan masukan terkait struktur rantai pasok

2. Pemerintah khususnya Dinas Pertanian dan Perkebunan Kabupaten Tebo, informasi dan rekomendasi kebijakan
3. Bagi pembaca, pengetahuan dan sumber informasi

Ruang lingkup Penelitian

Penelitian ini mencakup beberapa aspek yaitu kondisi rantai pasok dengan mengidentifikasi saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani karet di Kabupaten Tebo. Analisis rantai pasok dengan menggunakan kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN).

Pengukuran kinerja rantai pasok dapat dilakukan dengan menganalisis kinerja rantai pasoknya. Efisiensi kinerja rantai pasok yang dilihat dengan menentukan saluran yang efisien dalam rantai pasok karet. Pengukuran efisiensi akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan efisiensi pemasaran yakni efisiensi teknis (operasional).

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran Karet Rakyat

Pemasaran merupakan aktivitas atau kegiatan dalam mengalirkan produk mulai dari petani sampai ke konsumen akhir. Menurut Siregar *et al* (2012), Nasution (2008), Anonimous (2003), Anuja (2012) tentang karet rakyat menyatakan permasalahan utama yang dihadapi perkebunan karet rakyat adalah rendahnya produktivitas karet, tingginya proporsi areal tanaman karet tua, pemasaran bahan olah karet yang belum efisien, harga jual yang tidak seimbang, ketersediaan sarana produksi pertanian tingkat petani yang masih terbatas.

Menurut Yuprin (2009), lembaga pemasaran karet rakyat ditingkat desa cenderung terkonsentrasi serta terdapat hambatan masuk bagi lembaga pemasaran lainnya seperti (1) petani dan pedagang desa memiliki hubungan dalam bentuk langganan dan terikat dikarenakan petani sebelumnya memiliki hutang, (2) tidak mudah untuk mendapat kepercayaan bagi pedagang baru yang belum dikenal.

Secara normatif, pemasaran yang efisien adalah struktur pasar persaingan sempurna (*perfect competition*), dimana ukuran efisiensi adalah kepuasan dari konsumen, produsen maupun lembaga-lembaga yang terlibat didalam mengalirkan barang atau jasa mulai dari petani sampai konsumen akhir (Hammond dan Dahl, 1977; Kohls dan Uhl, 2002).

Konsep Rantai Pasok

Rantai pasok pada hakikatnya merupakan jaringan organisasi yang menyangkut hubungan ke hulu (*upstreams*) dan ke hilir (*downstreams*). Chopra dan Meindl (2007) menyebutkan bahwa pihak dalam rantai pasok tidak hanya meliputi produsen dan pemasok tetapi juga transportasi, pergudangan, pengecer bahkan pelanggan. Sejalan dengan Baemon (2000) menyatakan rantai pasokan merupakan fasilitas, persediaan, pelanggan, produk dan metode pengendalian persediaan yang menghubungkan antara pemasok dengan pelanggan, melewati beberapa tingkatan yang memiliki beberapa fasilitas dimulai dengan produksi bahan baku dengan pemasok dan berakhir dengan konsumsi produk oleh pelanggan. Tujuan dari rantai pasok

adalah untuk memaksimalkan hubungan potensial antara setiap bagian di dalam rantai pasok untuk memberikan hasil produk yang terbaik kepada konsumen dan mengurangi biaya-biaya pada produk akhir.

Menurut Arifin (2012) rantai pasok yang terlibat dalam pemasaran karet terdiri dari lima anggota rantai meliputi petani karet, pengumpul tingkat desa, perantara kecamatan, pasar lelang dan pabrik karet, rantai pasok karet di Mandailing natal.

Kinerja Rantai Pasok

Keberhasilan rantai pasok dapat dilihat dari tingkat kinerja yang dimilikinya, menurut Pettersson (2008) kinerja rantai pasok dapat diukur melalui perhitungan biaya total rantai pasok terdiri dari penjumlahan harga di tingkat petani, biaya transportasi dan pengeemasan, biaya *mark-up*, serta pemborosan akibat barang usah dan biaya kehilangan dalam transportasi. Beamon (1999) menyatakan bahwa pengukuran kinerja rantai pasok dapat melalui pendekatan biaya, respon konsumen, *activity time*, dan fleksibilitas.

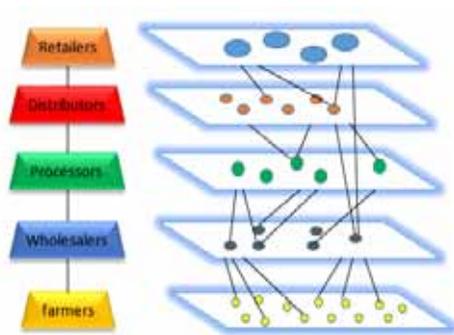
KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka Pemikiran Teoritis Rantai Pasok

Hudson (2007) bahwa rantai pasok merupakan proses interaksi yang terjadi pada setiap tingkat lembaga pemasaran. Mentzer *et al.* (2001) menjabarkan tingkat kompleksitas rantai pasok yang terdiri dari tiga tingkat meliputi rantai pasok langsung (*direct supply chain*), rantai pasok yang diperpanjang (*extend*

supply chain), dan rantai pasok utama (*ultimate supply chain*). Analisis rantai pasok dilakukan atau dievaluasi dalam konteks jaringan yang kompleks, dengan kata lain *Food Supply Chain Network* (FSCN) (Van der Vorst 2006).

Aplikasi rantai pasok pada dasarnya memiliki 3 tujuan utama yaitu penurunan biaya (*cost reduction*), penurunan modal (*capital rediction*), dan perbaikan pelayanan (*service improvement*). Model FSCN yang terdiri dari empat unsur meliputi struktur rantai pasok, proses bisnis rantai pasok, manajemen rantai pasok, sumber daya rantai pasok. Gambar 1 mengilustrasikan rantai pasok umum ditingkat organisasi dalam konteks rantai pasok berjaring secara lengkap. Sehingga analisis rantai pasok dilakukan atau dievaluasi dalam konteks jaringan yang kompleks, dengan kata lain *Food Supply Chain Network* (FSCN) (Van der Vorst 2006).



Sumber : Van der Vorst (2006) diadaptasi dari Lazzarini *et al.* (2001)

Gambar 1. Diagram Skematik Rantai Pasok dari Perspektif Pengolah dalam FSCN

Konsep Pemasaran

Dalam perkebunan, definisi pemasaran diartikan Kohls dan Uhl (2002) sebagai sistem karena terdiri dari berbagai komponen yang saling berkaitan. Sistem pemasaran meliputi 2 jenis aktivitas utama, yaitu aktivitas penyaluran produk dari produsen ke konsumen dimulai dari bahan baku menjadi barang jadi serta aktivitas pertukaran dan proses penetapan harga dalam sistem pasar. Ada beberapa pendekatan yang digunakan dalam melakukan studi pemasaran menurut Kohl dan Uhl (2002), yaitu :

1. Pendekatan serba fungsi
 - Fungsi pertukaran yang terdiri dari: fungsi pembelian dan penjualan.
 - Fungsi fisik
Fungsi fisik terdiri dari: pemeliharaan, pemindahan, dan perubahan fisik dari komoditas itu sendiri.
 - Fungsi fasilitas
Fungsi ini terdiri dari: standarisasi, pembiayaan, pengelolaan resiko, dan *market intelligence*.
2. Pendekatan perilaku
Pendekatan yang dapat membantu dalam mengevaluasi biaya pemasaran.
3. Pendekatan kelembagaan
Pada pendekatan kelembagaan ini terdiri dari lembaga yang terlibat dalam pemasaran.
4. Pendekatan sistem
Ada empat pendekatan sistem:
 - *Input-output system*
 - *Power system*
 - *Communication system*
 - *The behavior system for adapting to internal-external change.*

Saluran Pemasaran

Bovee dan Thill (1995) menyatakan bahwa saluran pemasaran merupakan sebuah sistem yang dirancang untuk memindahkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen, yang terdiri dari orang-orang dan organisasi yang didukung oleh berbagai fasilitas, peralatan, dan sumberdaya informasi.

Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan bahwa anggota saluran pemasaran melakukan banyak fungsi utama, dimana beberapa membantu menyelesaikan transaksi :

1. Informasi
2. Promosi
3. Kontak
4. Mencocokkan
5. Negosiasi
6. Distribusi fisik
7. Pendanaan
8. Pengambilan risiko

Strategi saluran pemasaran berupa intensitas distribusi meliputi distribusi intensif, distribusi selektif dan distribusi eksklusif. Strategi distribusi intensif dilakukan dengan menjual produk di banyak lokasi penjualan agar produk dapat diperoleh dengan mudah (Levens 2010).

Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya pada Rantai Pasok

Menurut Brent (1996) analisis manfaat dan biaya untuk memaksimalkan perbedaan dari keuntungan dan biaya, perbedaannya disebut net benefit yang mengindikasikan efisiensi. Semakin tinggi net benefit tersebut maka semakin tinggi manfaat yang didapat oleh produsen.

Kerangka Pemikiran Operasional

Provinsi Jambi merupakan salah satu sentra produksi karet yang merasakan perubahan harga karet internasional. Sistem pemasaran karet tidak terlepas dari penentuan harga, meskipun tanaman karet mempunyai kontribusi yang cukup besar dalam perekonomian di Provinsi Jambi, fluktuasi harga karet alam dipasar dunia seringkali berakibat kepada ketidakpastian dalam penetapan harga ditingkat petani sehingga tanaman karet belum memberikan peran yang signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan petani.

Petani merasa harga jual ditentukan oleh berat kotor karet. Maka ketika dikirim ke pabrik sebagian besar tercampur air tanah, benang, pasir dan batu, sehingga menyebabkan pabrik bekerja ekstra keras untuk membersihkan bokar dan hal tersebut memiliki dampak pada bokar. Dengan menjual bokar bermutu rendah, maka posisi petani pun menjadi sulit dengan berujung pada harga jual yang tidak baik. Rantai pasok karet di Kabupaten Tebo dapat dikatakan belum terkoordinasi dengan baik. Hal tersebut tercermin dari rantai pasok karet rakyat yang panjang dan bertingkat-tingkat dan adanya pemilihan saluran pemasaran yang bervariasi oleh petani karet.

Kondisi rantai pasok karet di Kabupaten Tebo dapat dikaji dengan menguraikan diskripsi mengenai sasaran rantai pasok, struktur hubungan rantai pasok, manajemen rantai pasok, sumber daya rantai pasok, proses bisnis rantai pasok, dan kinerja rantai pasok. Petani akan memilih saluran mana yang lebih menguntungkan pada rantai pasok karet

di Kabupaten Tebo. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi pilihan petani terhadap saluran pemasaran, seperti harga jual yang diterima petani, kuantitas hasil panen yang dijual, luas lahan yang diusahakan, lokasi penjualan, dan kemudahan menjual hasil panen.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi mengenai rantai pasok karet yang efisien untuk dikembangkan di Kabupaten Tebo. Kerangka operasional penelitian dapat dilihat pada lampiran 8.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah sentra produksi karet rakyat di Provinsi Jambi. Lokasi yang dipilih, yaitu Kabupaten Tebo dengan cara *purposive* (sengaja) dikarenakan Tebo penghasil karet, memiliki pasar lelang karet (PLK) juga terdapat pabrik pengolah karet (*crumb rubber*). Penelitian dilakukan bulan Desember 2014 sampai Januari 2015.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Perolehan data primer mengikuti aliran komoditi pemasaran karet dengan cara wawancara langsung dengan para informan yang memiliki kompetensi dan terlibat pada aktivitas rantai pasok karet serta observasi dilapangan. Data primer yang dihimpun adalah data karakteristik responden, kondisi rantai pasok, harga disetiap anggota rantai pasok, biaya produksi, nilai *output* dan *input*. Sedangkan data

sekunder diperoleh dari data penelitian terdahulu atau literatur terkait rantai pasok karet. Data sekunder yang digunakan sebagai pelengkap dalam penelitian yang bersumber dari berbagai Instansi terkait seperti Dinas Perkebunan Provinsi Jambi dan Dinas perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jambi, Badan Pusat Statistik, Jurnal Nasional maupun Internasional, serta rata-rata penjualan karet oleh masing-masing pabrik *crumb rubber* selama Tahun 2013-2014 yang bersumber dari Gabungan Perusahaan Karet Indonesia (GAPKINDO) Provinsi Jambi.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah metode survey dengan melakukan observasi langsung di lapangan dan pengisian kuesioner melalui wawancara langsung kepada petani karet, pedagang pengumpul, pasar lelang, dan pabrik karet. Hal ini bertujuan untuk memperoleh gambaran sistem rantai pasok karet dari produsen hingga ke pabrik karet.

Metode Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non Probability Sampling* yaitu *purposive sampling* untuk pengambilan sampel petani karet. Sedangkan pengambilan informasi dilakukan dengan teknik *snowball sampling* berdasarkan rantai pasok karet dimulai dari pabrik karet.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data yang dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif dilakukan untuk menganalisis rantai pasok karet di Kabupaten Tebo sesuai dengan kerangka *Food Supply Chain Networking* (FSCN). Analisis kuantitatif dilakukan untuk menganalisis efisiensi pemasaran dengan menggunakan efisiensi teknis (operasional) sebagai pendekatan untuk mengukur kinerja rantai pasok karet di Kabupaten Tebo Provinsi Jambi. Dalam penelitian ini digunakan kalkulator, *software* Microsoft Office excel 2013.

Analisis Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok menggunakan analisis efisiensi pemasaran. Analisis efisiensi pemasaran dalam penelitian ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengukur dan menilai efisiensi rantai pasok yang menggambarkan kinerja dari rantai pasok secara keseluruhan. Kohls dan Uhl (2002) menjelaskan bahwa pendekatan yang dapat digunakan dalam efisiensi pemasaran terdiri dari dua cara yang meliputi efisiensi operasional dan efisiensi harga. Analisis efisiensi pemasaran pada penelitian ini dilakukan dengan hanya menggunakan pendekatan efisiensi operasional.

Analisis Rasio Keuntungan dan Biaya

Analisis rasio keuntungan dan biaya dihitung secara kuantitatif. Untuk mengetahui penyebaran rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga pemasaran.

GAMBARAN UMUM

Gambaran Umum Kabupaten Tebo

Kabupaten Tebo merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Jambi. Kabupaten Tebo memiliki luas wilayah 6 461 km² yang terbagi dalam 12 kecamatan dan 112 Desa. Secara geografis kabupaten dengan mayoritas penduduk hidup sebagai petani karet dan kelapa sawit ini terletak pada 101^o48.57 – 102^o49.17 Bujur Timur dan 0^o52.53 – 1^o54.50 Bujur Selatan, dengan batas wilayah: sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Bungo dan Provinsi Sumatera Barat, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan Kabupaten Batang Hari, sebelah utara berbatasan dengan kabupaten Indragiri Hulu.

Gambaran Umum Demografis

Kabupaten tebo memiliki jumlah penduduk di Tahun 2013 yaitu 321.641 dimana penduduk yang bekerja sebesar 138 994 jiwa. Dilihat dari kepadatan penduduk tahun 2013 menurut Kecamatan persentase distribusi yaitu Kecamatan Tebo Ilir (8.40%), Kecamatan Muara Tabir (5.24%), Kecamatan Tebo Tengah (11.54%), Kecamatan Sumay (5.91%), Kecamatan Tengah Ilir (6.46%), Kecamatan Rimbo Bujang (20.09%), Kecamatan Rimbo Ulu (11.68%), Kecamatan Rimbo Ilir (7.19%), Kecamatan Tebo Ulu (10.52%), dan Kecamatan VII Koto (6.00%). Menurut BPS Kabupaten Tebo sektor pekerjaan di bidang pertanian memiliki tingkat persentase yang paling besar yaitu 72,36% yang lebih besar dibandingkan dengan sector pekerjaan lainnya

Gambaran Umum Budidaya Karet

Kabupaten Tebo merupakan daerah penghasil karet. Namun demikian tingkat produksi yang dihasilkan dari kebun rakyat tersebut masih rendah. Hal tersebut dikarenakan cara pengelolaannya yang masih bersifat tradisional serta kurangnya modal yang dimiliki petani. Saat ini tanaman karet yang diusahakan petani adalah tanaman tua yang umurnya berkisar antara 20 – 35 tahun, dan bukan berasal dari klon unggul. Luas rata-rata kebun karet petani antara 0.5 – 3.0 hektar. Rata rata kerapatan tanaman karet yang diusahakan petani berkisar antara 600 – 750 pohon per hektar.

Petani karet di Kabupaten Tebo sebagian besar 86.67% berusia antara 15 – 64 tahun, hal tersebut mengindikasikan petani karet masih tergolong usia produktif walaupun ada beberapa yang tidak produktif secara penuh, dengan lama pendidikan 71.67% sebagian besar tamat SD. Pengalaman petani karet di Kabupaten Tebo dalam usaha tani cukup tinggi yaitu sekitar 11 sampai 20 tahun 61.67%. pengalaman, usia produktif dan tingkat pendidikan juga diperlukana dalam respon inovasi teknologi serta dalam mengembangkan usaha tani baik dari segi produksi maupun produktivitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Pemasaran Karet di Kabupaten Tebo

Struktur hubungan pemasaran karet terdiri dari 5 anggota rantai pasok yaitu pabrik karet (PK), pasar lelang karet (PLK), pedagang pengumpul tingkat kabupaten (PPKB), pedagang pengumpul tingkat kecamatan (PPK), pedagang

pengumpul tingkat desa (PPD) dan petani karet (PKR).

Terdapat empat saluran pemasaran. Saluran pertama terdiri dari petani karet – pedagang desa - pedagang kecamatan – pedagang besar dan pabrik karet, saluran kedua melibatkan petani karet – pedagang desa – pabrik karet, saluran ketiga terdiri dari petani karet – pasar lelang karet – pabrik karet, dan saluran ke empat terdiri dari petani karet – pabrik karet melalui program kerja sama SDO (*sourcing development officer*). Dalam penelitian ditemukan ditemukan 25% Petani menggunakan tipe saluran 1 untuk menyuplai karet, 35% petani menggunakan saluran pemasaran tipe ke dua, 30% petani menggunakan saluran pemasaran ke tiga dan 10% petani menggunakan saluran pemasaran tipe ke empat yang tertera pada lampiran 9.

Fungsi Pemasaran Karet di Kabupaten Tebo

Pendekatan fungsi merupakan pendekatan studi pemasaran dari aktivitas – aktivitas bisnis yang terjadi atau perlakuan yang ada pada proses dalam system pemasaran yang akan meningkatkan dan menciptakan nilai guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kohl dan Uhl (2002) fungsi – fungsi pemasaran terbagi menjadi tiga bagian, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Penggunaan fungsi pemasaran juga dijadikan sebagai indikator tingkat efisiensi suatu saluran pemasaran. Adapun fungsi pemasaran yang digunakan dalam system pemasaran karet di Kabupaten Tebo, Jambi tertera pada lampiran 10.

Proses Bisnis Rantai

Ada empat proses di dalam *cycle view* yakni siklus pemesanan bahan baku dari anggota rantai pasok yang pertama (*procurement*), pengolahan bahan baku menjadi produk jadi (*manufacturing*), siklus pengisian produk kembali, karena adanya tambahan produk yang diminta lebih dari pesanan yang tak terduga atau dapat dikatakan sebagai tindakan anti-sipasi produsen (*replenishment*) serta siklus pemesanan oleh konsumen (*customer order*).

Hanya ada satu siklus proses bisnis pada rantai pasok karet di Kabupaten Tebo Provinsi Jambi yakni siklus *procurement*, merupakan pengumpul yang berperan sebagai distributor yang membeli karet berupa lateks dari petani karet. Petani karet hanya berperan sebagai pengolah karet dari lateks menjadi bantalan karet, sedangkan pedagang pengumpul melakukan pengolahan sederhana yakni melakukan pengeringan karet sehingga kadar air nya menjadi rendah dengan kadar karet kering menjadi 40 – 50. Jumlah pesanan karet dapat mempengaruhi perbedaan di setiap anggota rantai pasok. Jumlah pesanan akan semakin banyak pada anggota rantai pasok dengan tingkat yang lebih tinggi.

Dalam hal ini pedagang besar akan membeli karet dalam jumlah banyak untuk disalurkan ke pabrik karet. Kekuatan tawar-menawar yang dimiliki petani karet sebanding dengan pedagang pengumpul. Hal tersebut terlihat dari penentuan harga jual produk yang ditentukan dan disepakati bersama kedua belah pihak. Tidak ada satu pihak yang memaksa harga yang diinginkan. Hal

berbeda dengan kekuatan tawar – menawar antara pedagang pengumpul dan pedagang besar, pedagang besar memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang pengumpul desa maupun kecamatan.

Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok merupakan suatu ukuran dari proses bisnis yang ada didalam rantai pasok. Pengukuran kinerja rantai pasok dilakukan berdasarkan fakta yang ada dilapangan, baik mengukur terhadap aliran fisik, aliran informasi, penilaian kinerja pengiriman dan lainnya dengan tujuan sebagai alat untuk melihat tingkat rantai pasok yang sedang terjadi, pengukuran tersebut dapat dilihat dengan menggunakan alat yakni efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat diukur untuk mengetahui efisiensi rantai pasok karena terdapat kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap anggota rantai pasok dalam memasarkan produknya dengan menggunakan rasio biaya dan keuntungan di masing-masing saluran pemasaran.

Rasio Biaya dan Keuntungan

Rasio keuntungan dan biaya merupakan suatu alat yang digunakan untuk menganalisis keuntungan yang didapatkan dari adanya biaya yang dikeluarkan pada suatu kegiatan usaha. Analisis keuntungan dan biaya juga dapat melihat perbandingan besaran biaya dan keuntungan yang didapatkan pada masing-masing lembaga pemasaran. Lembaga yang terlihat pada rantai pasok karet terdiri dari pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul Kecamatan,

pedagang besar, lelang dan SDO. Harga jual karet merupakan harga yang didapat oleh lembaga pemasaran dari pembeli dan harga beli merupakan harga yang didapatkan lembaga pemasaran dari penjualan. Tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran dapat dilihat dari penyebaran rasio keuntungan dan biaya. Biaya yang dikeluarkan oleh anggota saluran pemasaran pada pengaliran komoditi karet merupakan biaya yang ditanggung masing-masing saluran perantara yang menghubungkan petani (produsen) dengan konsumen bisnis. Sebaran biaya dan keuntungan akan mempengaruhi tingkat rasio diantara saluran pemasaran.

Saluran pemasaran nomor satu memiliki total biaya pemasaran Rp 4613.75/Kg dengan total keuntungan Rp 2462.75. Lembaga pemasaran yang menanggung biaya pemasaran dan memperoleh keuntungan antara lain pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang besar dan pabrik dimana pedagang pengumpul desa menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 951.10/Kg dengan keuntungan 571.40/Kg, kemudian pedagang pengumpul kecamatan menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 604.23/Kg dengan keuntungan Rp 900.77/Kg, selanjutnya pedagang besar menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 1058.43/Kg dengan keuntungan Rp 351.57/Kg.

Saluran pemasaran nomor dua memiliki total biaya sebesar Rp 3605.66/Kg dengan total keuntungan 2933.34/Kg. Biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan serta pabrik karet dimana pedagang

pengumpul desa menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 773.77/Kg dan keuntungan Rp 250/Kg dengan B/C rasio 2.23. Pedagang besar mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp 831.89/Kg dan keuntungan Rp 1068.11 dengan B/C 1.28. Pabrik karet menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 2000/Kg dan keuntungan Rp 139.00 dengan B/C 0.32.

Saluran pemasaran ketiga memiliki total biaya sebesar Rp 3420.37 dengan total keuntungan Rp 1879.36. Lembaga yang terlibat pada saluran pemasaran ini adalah pasar lelang karet dan pabrik karet dimana pasar lelang karet menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 1420.37 dan keuntungan Rp 540.36/Kg dengan B/C 0.38 kemudian lembaga pemasaran selanjutnya adalah pabrik karet dimana pabrik karet menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 2000/Kg dan keuntungan Rp 839.00/Kg dengan B/C 0.42.

Saluran pemasaran selanjutnya adalah saluran ke empat dimana pada saluran pemasaran ini lembaga yang terlibat hanya pabrik karet dimana pabrik karet menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 2000/Kg, keuntungan Rp 3725.73/Kg, nilai B/C 1.86 dimana total biaya pada saluran keempat adalah Rp 2000/Kg dengan total keuntungan Rp 3725.73/Kg.

Sebagian besar saluran pemasaran karet di Kabupaten Tebo memiliki nilai B/C yang tidak merata pada setiap saluran pemasaran, hal tersebut mengindikasikan terjadinya perbedaan biaya pemasaran yang ditanggung pada setiap masing-masing anggota rantai pasok dan juga memiliki keuntungan yang berbeda pada

setiap ujung saluran pemasaran. Dari empat jenis saluran pemasaran ternyata ketiga saluran pemasaran tersebut memiliki nilai perbandingan keuntungan dan biaya dibawah satu, hal ini menandakan bahwa ada ketidakefisienan di dalam pengeluaran biaya untuk melakukan suatu aktivitas didalam rantai pasok. Saluran yang efisien berdasarkan B/C adalah saluran keempat. Secara lebih jelas mengenai rasio keuntungan dan biaya tertera pada lampiran 11.

PENUTUP

Simpulan

Rantai pasok karet di Kabupaten Tebo melibatkan empat saluran pemasaran yang melibatkan petani karet, pedagang desa dan kecamatan, pedagang besar, pasar lelang, pabrik dan SDO. Sistem rantai pasok hanya ada satu siklus proses bisnis pada rantai pasok karet di Kabupaten Tebo Provinsi Jambi yakni siklus *procurement*, pengumpul berperan sebagai distributor dan petani karet berperan sebagai pengolah karet dari lateks menjadi bantalan karet. Kekuatan tawar-menawar yang dimiliki petani karet sebanding dengan pedagang pengumpul.

Hal tersebut terlihat dari penentuan harga jual produk yang ditentukan dan disepakati bersama kedua belah pihak. Hal berbeda dengan kekuatan tawar-menawar pedagang besar yang memiliki posisi tawar lebih tinggi dibandingkan dengan pedagang pengumpul desa maupun kecamatan.

Sementara itu, kinerja rantai pasok yang paling optimal berada pada saluran ke empat yang menggunakan metode SDO dengan nilai biaya pemasaran paling

kecil sebesar Rp 2000 dan nilai keuntungan paling besar yaitu Rp 3725,73.

Saran

Saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Dukungan dan peran kelembagaan untuk menguatkan fungsi organisasi karet berupa koperasi, lelang dan unit pelayanan penjualan bokar
2. Perlu adanya kesepakatan waktu pengiriman, kualitas dan kuantitas dalam proses bisnis rantai pasok
3. Perbaikan infrastruktur berupa jalan sehingga memudahkan dalam memasarkan produk karet
4. Penelitian ini dapat dijadikan rekomendasi untuk menjadi penelitian berikutnya terkait dengan pola pemasaran karet di berbagai sentra produsen karet di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anuja.A.R. 2012. Input Delivery, Processing and Marketing of Natural Rubber : The Role of Producers' Coopertatives in Kerala. *Agricultural Economics Research Review*. (25) : 379-386.
- Arifin Bustanul. 2005. Supply Chain Of Natural Rubber in Indonesia. Associate Profesor Of Agricultural Economics at the University Of Lampung
- Asmarantaka, RW. 1985. Analisis Pemasaran Jagung di Daerah Sentra Produksi di Provinsi Lampung [Tesis]. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian bogor.
- Asmarantaka RW. 2012. *Agrimarketing*. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor
- Balitbangda Provinsi Jambi . 2009. Pengembangan perkebunan karet rakyat provinsi Jambi Melalui Peremajaan Tanaman. Pengkajian Pelaksanaan Kegiatan Peremajaan APBD Provinsi
- Beamon.BM. 1999.Measuring Supply Chain Performance.*International Journal of Operations and Production Management*.(19)3 : 275-292.
- Bovee, C.L, M.J Houston and J.V. Thill. 1995. *Marketting*. 2 nd ed. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Chopra S. dan Meindl P. 2007.*Supply Chain Management-Strategy, Palanning and Operation*. Third Edition. New Jersey (USA): Person Education, Inc.
- Dahl Dc, Hammond JW. 1977. *Market and Price Analysis The Agricultural Industry*. Mc. Grawhill Book Company. Newyork.
- Dilana Akbar Indra. 2013. Pemasaran dan Nilai Tambah Biji Kakao di Kabupaten Madiun, Jawa Barat [Tesis]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- [DISBUN] Dinas Perkebunan Provinsi Jambi. 2013. Sektor Unggulan Perkebunan. [Internet] [diakses pada 8 Juli 2014]. Tersedia pada : <http://www.Jambiprov.go.id/?Show=direktori&id=perkebunan-karet>
- [DITJENBUN] Direktorat Jenderal Perkebunan. 2012. Peningkatan

- Produksi, Produktivitas dan Mutu Tanaman Tahunan Kementrian Pertanian. Jakarta.
- Kohls dan Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth Edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler P, Armstrong G. 2008. *Prinsip prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta (ID) Erlangga.
- Levens, Michael. 2010. *Marketing: Defined, Explained, Applied*. International Edition. Pearson: Prentice Hall.
- Masduki. 1996. *Tataniaga Karet di Batumarta, Sumatera Selatan (Keragaan PTP Versus Swasta)* [Tesis]. Bogor (ID): Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Mentzer JT, DeWilt W, Keebler JS, Nix NW, Smith C, Zacharia. 2001. *Defining Supply Chain Management*. *Journal Business Logistics* 22(2): 1-
- Siregar .H , Sitorus. S, Sutandi. A. 2012. *Potential Analysis of Rubber Smallholding Development in Mandailing Natal Regency, North Sumatera Province*. *Forum Pascasarjana* 35(1) : 1-13
- Van der Vorst, JGAJ. 2006. *Performance Measurement in Agri-Food Supply Chain Networks*. Netherland : Logistics and Operations Research Group, Wageningen University.
- Yuprin. 2009. *Analisis Pemasaran Karet di Kabupaten Kapuas*. *Agritek Vol 17 No. 6 November 2009*.

LAMPIRAN**Lampiran 1. Produksi, Ekspor Karet Alam Indonesia 2008 – 2013 ('000)**

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Produksi (ton)	2754.4	2440.3	2734.9	2990.2	3040.4	3180.3
Ekspor (ton)	2283.2	1991.5	2351.9	2556.2	2443.3	1307.4
Nilai (USD)	6023.3	3241.5	7326.6	7861.9	1852.4	3653.2

Sumber : Ditjenbun dan BPS 2013

Lampiran 2. Produksi Karet Alam Indonesia Tahun 2007 – 2011 ('000)

Produsen	2007	2008	2009	2010	2011
Perkebunan Rakyat	2177	2174	1942	2179	2486
Perkebunan Negara	277	277	239	266	289
Perkebunan Swasta	301	301	259	289	314
Total Produksi	2755	2751	2440	2753	3088
Produktivitas (Kg/Ha/Tahun)	993	994	901	986	1085

Sumber : Ditjenbun dan BPS 2012

Lampiran 3. Rata-Rata Pangsa Luas Areal, Produksi dan Produktivitas Menurut Provinsi

Provinsi	Luas Areal (%/Tahun)	Produksi (%/Tahun)	Produktivitas (Kg/Ha/Tahun)
Sumatera Utara	13.53	16.04	1067.34
Sumatera Selatan	20.16	20.22	975.44
Jambi	12.88	11.12	836.04
Riau	12.15	13.87	956.70
Kalimantan Barat	11.37	9.76	829.76
Kalimantan Tengah	7.76	7.20	993.70
Lainnya	22.15	21.79	995.70

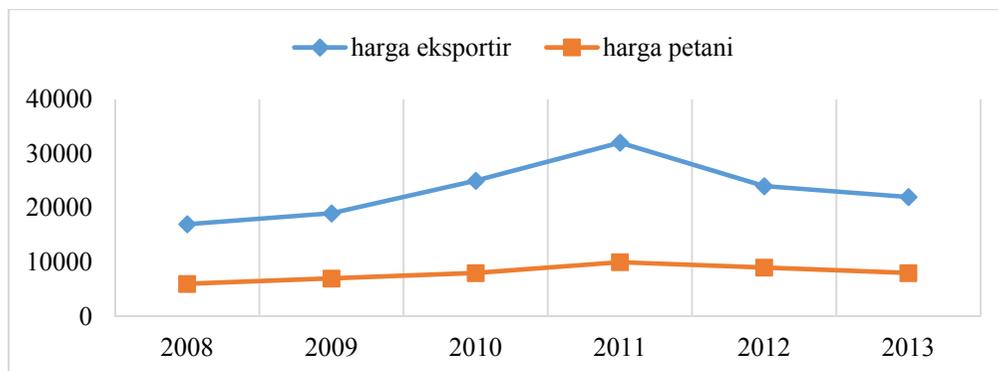
Sumber : Ditjenbun dan BPS 2013

Lampiran 4. Perkembangan Volume dan Nilai Ekspor Karet Provinsi Jambi

Tahun	Ekspor	
	Volume/kg	Nilai (US\$)
2007	193 942 016	412 524 398
2008	188 349 669	421 988 483
2009	181 416 296	301 054 026
2010	292 004 560	774 357 592
2011	387 691 340	910 840 224
2012	288 679 832	754 325 980

Sumber : Disperindag Provinsi Jambi (2012)

Lampiran 5. Pola Pergerakan Harga Karet di Tingkat Petani dan Eksportir Tahun 2008 – 2013 (Rp/Kg)



Lampiran 6. Pabrik pengolahan *crumb rubber* di Provinsi Jambi.

Nama Perusahaan	Rata-rata Volume Penjualan Karet (Kg/bulan)
PT Djambi Waras	10 266 340
PT Aneka Bumi Pratama	7 730 100
PT Remco	3 464 420
PT Megasawindo Perkasa	3 415 600
PT Batanghari Tembesi	2 160 900
PT Hoktong	1 876 000
PT Angkasa Raya DJambi	1 731 940
PT Anugerah Bungo Lestari	1 632 960
PT Golden Energi	463 680
PTPN VI	120 960

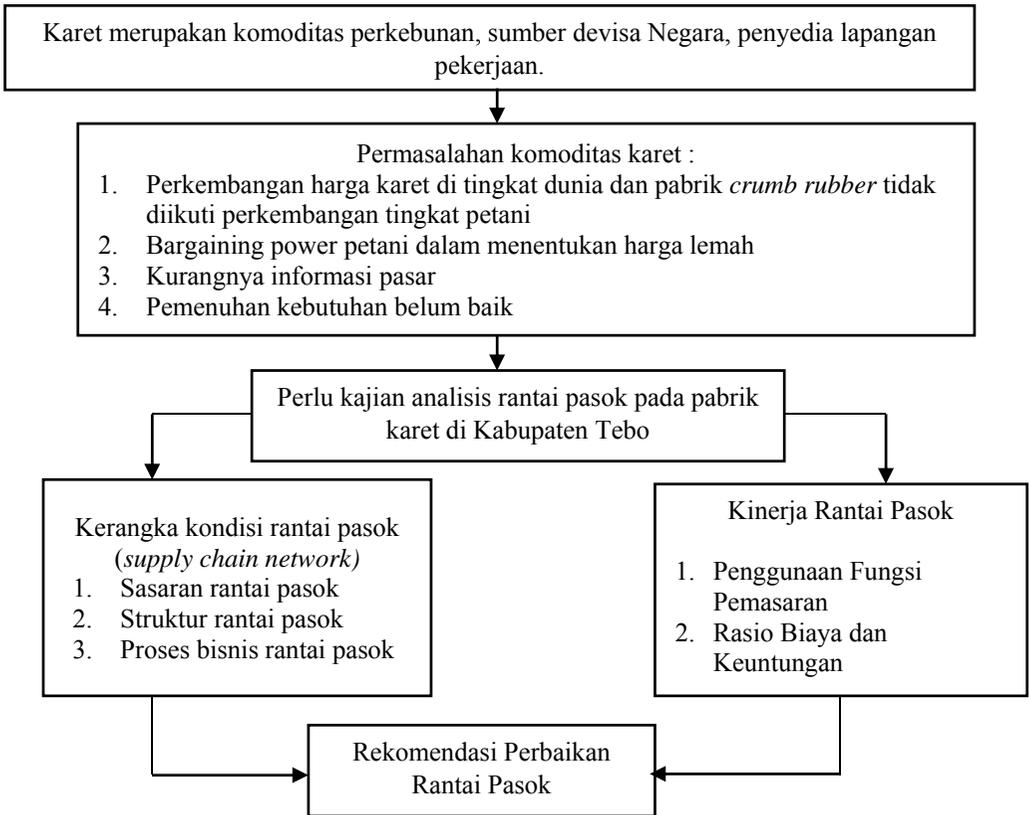
Sumber : Dinas Perkebunan Provinsi Jambi 2013

Lampiran 7. Luas Lahan dan Jumlah Produksi Karet Alam di Beberapa Kabupaten Di Provinsi Tahun 2013

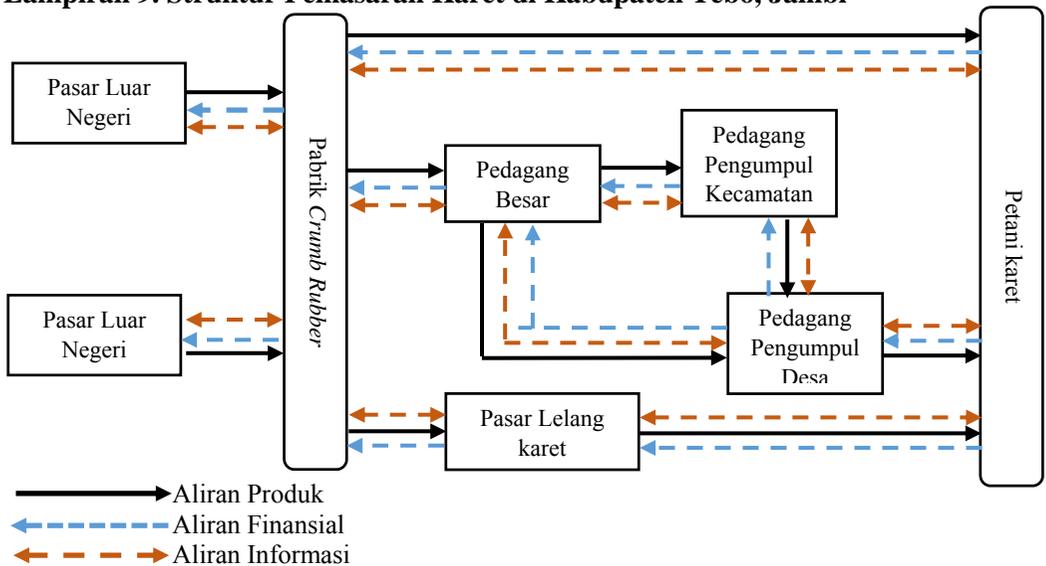
Kabupaten	Luas Tanam (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
Batang Hari	12.687	70.807	5,5811
Muaro Jambi	6.305	31.671	5,0232
Bungo	8.220	41.308	5,0253
Tebo	12.501	49.351	3,9478
Merangin	30.919	60.772	1,9655
Sarolangun	25.179	56.552	2,2459
Tanjab Barat	6.063	7.737	1,2761
Tanjab Timur	7.750	2.673	0,3449
Kerinci	1.538	281	0,1827
Kota Sungai Penuh			

Sumber : Statistik Perkebunan Provinsi Jambi (2013) [diolah]

Lampiran 8. Kerangka Pemikiran Operasional



Lampiran 9. Struktur Pemasaran Karet di Kabupaten Tebo, Jambi



Lampiran 10. Fungsi Pemasaran Karet di Kabupaten Tebo, Jambi

Fungsi	Aktivitas	Petani	PPD	Lelang	PPK	PB	PK
Pertukaran	Jual	√	√	√	√	√	
	Beli		√	√	√	√	√
Fisik	Angkut	√	√	√	√	√	√
	Simpan	√	√		√	√	√
	Proses						√
Fasilitas	Sortasi		√	√	√		√
	Grading			√			√
	Info Harga	√	√	√	√	√	√
	Biaya		√	√	√	√	√
	Resiko	√	√	√	√	√	√

Ket : (√) Melakukan Aktivitas

Lampiran 11. Analisis Biaya dan Keuntungan

Pelaku	Saluran			
	1	2	3	4
Petani				
Harga Jual	6562.50	6600.00	7839.28	7913.27
PPD				
Harga Beli	6562.50	6600.00		
Harga Jual	8085.00	9100.00		
Biaya (Rp/Kg)	951.10	773.77		
Keuntungan	571.40	1726.23		
B/C Ratio	0.60	2.23		
PPK				
Harga Beli	8085.00			
Harga Jual	9590.00			
Biaya (Rp/Kg)	604.23			
Keuntungan	900.77			
B/C Ratio	1.49			
PB				
Harga Beli	9590.00	9100.00		
Harga Jual	11000	11000.00		
Biaya (Rp/Kg)	1058.43	831.89		
Keuntungan	351.57	1068.11		
B/C Ratio	0.33	1.28		
Lelang				
Harga Beli			7839.28	
Harga Jual			9800	
Biaya (Rp/Kg)			1420.37	
Keuntungan			540.36	
B/C Ratio			0.38	
Pabrik karet				
Harga Beli	11000.00	11000.00	10800.00	7913.27
Harga Jual	13639.00	13639.00	13639.00	13639.00
Biaya (Rp/Kg)	2000.00	2000.00	2000.00	2000.00
Keuntungan	639.00	139.00	839.00	3725.73
B/C Ratio	0.32	0.32	0.42	1.86
Total Biaya	4613.75	3605.66	3420.37	2000.00
Total Keuntungan	2462.75	3433.34	1379.36	3725.73
Rasio B/C	0.53	0.95	0.40	1.86

Sumber : Data Primer