

**EFISIENSI PEMASARAN KARET MENGGUNAKAN  
FORMULA DEORUB DAN ASAM SULFAT  
DI KECAMATAN SEMBAWA KABUPATEN  
BANYUASIN**

**Rubber Marketing Efficiency Using Deorub Formula and  
Sulfuric Acid in Sembawa District, Banyuasin Regency**

---

---

**Sutarmin<sup>1</sup>, Yudhi Zuriah Wirya Purba<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Balai Penelitian Sembawa

<sup>2</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sjakhyakirti

Correspondence Author : yudhi.wardi@yahoo.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan menganalisis saluran pemasaran karet yang memiliki nilai efisiensi paling tinggi menggunakan formula deorub dan asam sulfat di Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. Dalam penelitian ini penarikan contoh yang digunakan adalah metode acak berlapis tak berimbang (Disproportionate Stratified Random Sampling), dimana sampel diambil secara acak pada setiap strata dengan persentase yang tidak sama. Metode ini digunakan karena anggota populasi tidak sejenis (Kusniawati, 2010) dimana petani yang menggunakan formula deorub dengan jumlah populasi sebanyak 160 orang petani dan 120 orang petani yang menggunakan formula asam sulfat, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini masing-masing sebanyak 48 orang petani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran karet formula asam sulfat lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan formula deorub.

**Kata Kunci :** *Efisiensi Pemasaran, Bahan Olah Karet, Deorub, Asam Sulfat*

**Abstract**

*This study aims to analyze the rubber marketing channel that had the highest efficiency value using the deorub formula and sulphate acid in Sembawa Subdistrict, Banyuasin District. In this study, the sampling used was the Disproportionate Stratified Random Sampling method, in which samples were taken randomly at each stratum with unequal percentages. This method was used because the members of the population were not the same (Kusniawati, 2010) where farmers who used the deorub formula with a population of 160 farmers and 120 farmers who used sulphate acid formula, so the number of samples taken in this study were 48 people each. farmer. The results showed that the marketing channel for sulfuric acid formula rubber was more efficient than using the deorub formula.*

**Keywords:** *Efficiency Of Marketing, Rubber Material, Deorub, Sulphate Acid*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Karet adalah tanaman perkebunan tahunan berupa pohon batang lurus. Pohon karet pertama kali hanya tumbuh di Brasil, Amerika Selatan, namun setelah percobaan berkali-kali oleh Henry Wickham, pohon ini berhasil dikembangkan di Asia Tenggara, di mana tanaman karet banyak dikembangkan sehingga sampai sekarang Asia merupakan sumber karet alami. Di Indonesia, Malaysia dan Singapura tanaman karet mulai dicoba dibudidayakan pada tahun 1876. Tanaman karet pertama di Indonesia ditanam di Kebun Raya Bogor (Direktoral Jendral Perkebunan 2017). Tanaman karet adalah tanaman daerah tropis. Daerah yang cocok untuk tanaman karet adalah pada zona antara 15° LS dan 15° LU, curah hujan yang cocok tidak kurang dari 2000 mm, optimal (2500 - 4000) mm/tahun. Tanaman karet tumbuh optimal di dataran rendah yaitu pada ketinggian (200 – 600) m dpl, dengan suhu (25 - 23)°C (Damanik et al., 2010; Siregar, et al., 2013).

Jenis - jenis karet alam yang dikenal luas adalah :

1. Bahan olah karet (lateks kebun, sheet angin, slab tipis dan lump segar)
2. Karet konvensional (RSS, white crepes, dan pale crepe)
3. Lateks pekat
4. Karet bongkah atau block rubber (SIR 5, SIR 10, dan SIR 20)
5. Karet spesifikasi teknis atau crumb rubber
6. Karet siap olah atau tyre rubber
7. Karet reklamasi atau reclaimed rubber (Damanik, et al., 2010; Ersan, 2012).

Karet merupakan salah satu komoditi hasil perkebunan yang mempunyai peran yang cukup penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia dan menjadi salah satu dari beberapa komoditi ekspor unggulan Indonesia dalam menghasilkan devisa Negara di luar minyak dan gas. Terdapat 3 jenis perkebunan karet yang ada di Indonesia, yaitu Perkebunan Rakyat (PR), Perkebunan Besar Negara (PBN) dan Perkebunan Besar Swasta (PBS). Pada tahun 2012 diperkirakan nilai ekspor komoditi karet mencapai US\$ 7,86 miliar dengan volume ekspor sebanyak 2,44 juta ton. Sedangkan pada tahun 2013 nilai eksportnya sekitar US\$ 5,26 miliar dengan volume ekspor sekitar 2 juta ton ( Direktorat Jenderal Perdagangan Luar Negeri, 2016; Manurung, Adier Haymash. 2016

Indonesia merupakan Negara dengan kebun karet terbesar di dunia mengungguli produsen utama lainnya yaitu Thailand dan Malaysia dengan luas 3,4 juta hektar. Dari jumlah ini, sebesar 85% atau sekitar 2,84 juta hektar adalah kebun rakyat. Meskipun demikian, produksi karet Thailand per tahun lebih besar dibandingkan dengan hasil produksi karet Indonesia. Keadaan ini disebabkan karena rendahnya produktivitas dan kualitas tanaman karet Indonesia yang tidak dikelola secara profesional, terutama diperkebunan karet rakyat yang menyumbang 84% dari total produksi karet nasional. Sisanya (sekitar 16%) merupakan perkebunan karet milik Negara atau perkebunan besar yang dikelola secara profesional. Salah satu faktor yang membuat produktivitas tanaman karet menjadi rendah adalah adanya serangan hama dan penyakit. Kemudian kurangnya informasi dan pengetahuan yang dimiliki dalam perawatan sehari-hari, seperti pemupukan serta pemberantasan hama dan penyakit yang kurang intensif (Budiman, 2012).

Komoditi karet merupakan salah satu komoditi perkebunan yang mempunyai

arti penting bagi kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Pentingnya komoditi karet ini dapat dilihat dari devisa yang dihasilkan dan jumlah tenaga kerja yang terserap baik langsung maupun tidak langsung (Dinas Perkebunan Sumsel, 2016). Produksi dan luas perkebunan karet di Indonesia 5 tahun terakhir tampaknya tidak ada peningkatan. Pada tahun 2006 produksi karet Indonesia mencapai 2.638.000 ton dengan luas perkebunan 3.346.000 ha, sedangkan tahun 2010 produksi karet sebanyak 2.734.000 Ton dengan luas perkebunan 3.456.000 ha (BPS, 2017). Total luas perkebunan karet Indonesia mencapai 3 juta hektar lebih, dan termasuk sebagai yang terluas di dunia. Pengolahan awal lateks atau getah karet sebelum diolah di pabrik pengolahan karet menjadi bahan baku karet alam seperti crepe, sheet, lateks pusingan dan sebagainya juga masih diusahakan secara sederhana oleh masyarakat, sehingga mutu karet yang dihasilkan menjadi memprihatinkan sehingga harga jual menjadi rendah (Puslit Karet, 2017). Menurut Tim Penebar Swadaya. 2015, tanaman karet memiliki peranan yang besar dalam kehidupan perekonomian Indonesia, banyak penduduk yang hidup dengan mengandalkan komoditi penghasil getah ini. Karet tidak hanya di usahakan oleh perkebunan-perkebunan besar milik Negara yang memiliki areal mencapai ratusan ribu hektar, tetapi juga di usahakan oleh swasta dan rakyat.

Kekakuan harga atau Sticky price di sebabkan karena adanya transmisi harga dalam proses pemasaran komoditas pertanian dari pasar konsumen ke pasar produsen yang rendah merupakan salah satu indikator yang mencerminkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada pedagang (Kotler & Gary Armstrong, 1997; Kotler, 2009). Hal ini di karenakan pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni dan oligopsoni dapat mengendalikan harga beli dari petani sehingga walaupun harga di tingkat konsumen relatif tetap tetapi pedagang tersebut dapat menekan harga beli dari petani untuk memaksimalkan keuntungannya. Pola transmisi harga seperti ini tidak menguntungkan bagi petani karena kenaikan harga yang terjadi di tingkat konsumen tidak sepenuhnya dapat dinikmati petani (Kumala, 2015).

Dalam proses pemasaran komoditas karet, transmisi harga dari petani ke pengumpul dan pabrik merupakan salah satu indikator yang mencerminkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada pedagang. Hal ini di karenakan pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni dan oligopsoni dapat mengendalikan harga beli dari petani sehingga walaupun harga karet di tingkat petani relatif tetap tetapi pengumpul tersebut dapat menekan harga beli dari petani untuk memaksimalkan keuntungannya. Pola transmisi harga seperti ini tidak menguntungkan bagi petani karena kenaikan harga karet yang terjadi di tingkat petani yang mengikuti harga indikasi karet Provinsi Jambi tidak sepenuhnya dapat dinikmati petani (Kumala, 2015). Pemerintahan Daerah Provinsi Sumatera Selatan menargetkan produksi dan ekspor sebesar 1.000.000 ton pada tahun 2011/2012 dan 1.300.000 ton pada tahun 2014/2015 serta tingkat produktivitas tanaman sekitar 1.500 kg karet kering per Ha per tahun (Dinas Perkebunan Provinsi Sumsel, 2017).

Permasalahan utama yang selalu menghambat kemajuan perkaretan Sumatera Selatan sebagian besar adalah petani tradisional, apalagi kebun rakyat yang ada saat ini merupakan kebun karet tua yang tidak terpelihara. Peremajaan yang dilakukan oleh petani selama ini belum sepenuhnya menggunakan teknologi

baru akibat dari beberapa factor seperti : kurang modal, lemahnya manajemen, kurangnya pengetahuan dan keterampilan, kurangnya pemeliharaan kebun (pemupukan, pemberantasan hama penyakit, penyiangan, dan lain-lain). Hal ini dapat dilihat dari rendahnya produktifitas yang dihasilkan oleh kebun karet rakyat yaitu lebih kurang 660 kg karet kering /Ha/tahun dibandingkan perkebunan besar Negara dan swasta lebih dari 1.200 kg karet kering /Ha/tahun (Forum Pengkajian Perkaretan, 2014).

Disamping rendahnya produksi, masalah utama yang terjadi dalam BOKAR (Bahan Olah Karet) yang dihasilkan oleh petani karet untuk diolah menjadi karet remah jenis SIR 20 adalah mutu bokar yang rendah dan bau busuk yang menyengat sejak dari kebun. Mutu bokar yang rendah disebabkan petani menggunakan bahan penggumpal lateks yang tidak dianjurkan seperti tawas, pupuk, tije, gadung serta merendam bokar didalam kolam atau sungai selama (7-14) hari. Hal ini akan memaju berkembangnya bakteri perusak anti oksidan alami di dalam bokar, sehingga nilai plastisitas awal (PO) dan plastisitas setelah dipanaskan selama 30 menit pada suhu 140°C (PRI) menjadi rendah. Bau busuk terjadi juga karena pertumbuhan bakteri pembusuk yang melakukan biodegradasi protein didalam bokar menjadi ammonia dan sulfide. Kedua hal tersebut terjadi karena bahan penggumpal lateks yang digunakan saat ini tidak dapat mencegah pertumbuhan bakteri (Puslit Karet, 2017).

Telah banyak upaya yang dilakukan untuk memperbaiki mutu bokar, namun sejauh ini upaya tersebut belum menunjukkan hasil yang baik. Permasalahan yang ditemukan pada karet rakyat sangat bervariasi dan rumit untuk dipecahkan. Pada umumnya permasalahan yang dihadapi perkaretan rakyat meliputi : 1) hanya 30 % petani mengenal kriteria bokar bermutu apalagi yang sesuai SNI, 2) bahan formula yang tidak dianjurkan banyak tersedia dilokasi dan murah, 3) memanipulasi berat timbangan dengan merendam bokar dalam air dan mencampur dengan bahan yang tidak direkomendasi, dan 4) harga tertinggi dilelang ditentukan berdasarkan mutu terbaik di lokasi bukan berdasarkan berat kadar karet kering (Disbun, 2017). Lebih lanjut diungkapkan bahwa cara pengolahan bokar yang salah dapat menyebabkan inefisiensi dan rendahnya mutu bokar yang dihasilkan. Padahal dengan perbaikan mutu bokar dari slab kotor menjadi slab bersih dapat meningkatkan pendapatan petani sebesar 20 sampai 25 persen. Direktorat Jenderal Perkebunan (2017) menyarankan bahwa untuk merangsang petani menghasilkan bokar sesuai dengan standar SNI, maka perlu ditindaklanjuti dengan perbaikan harga pembelian berdasarkan kadar karet kering, harga ekspor, mutu dan biaya pengolahan, biaya pemasaran dan biaya lainnya.

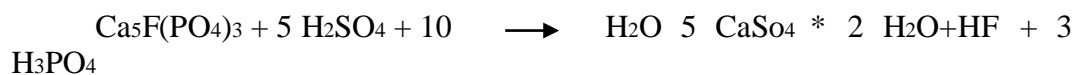
Salah satu perkebunan yang luas adalah Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuwasin. Luas areal perkebunan karet dikecamatan banyuwasin tahun 2015 adalah 23.298 ha dengan total produksi 27.009 ton. Sector perkebunan karet menjadi tulang punggung perekonomian rakyat di daerah tersebut. Sebagian besar petani karet di Kecamatan Sembawa banyak yang menggunakan formula deorub dan asam sulfat sebagai bahan pembeku karet. Dari segi tingkat keamanan jauh lebih baik bila menggunakan formula deorub dibandingkan formula asam sulfat akan tetapi yang menjadi masalah adalah belum ada penghargaan (nilai tambah/lebih) dari slab yang dibekukan dengan formula lainnya, bahkan ada pabrik yang menyamakan harganya dengan formula asam sulfat. Padahal slab

yang dibekukan dengan formula deorub akan mempunyai nilai kadar karet kering (KKK) dan nilai plastisitas (PO dan PRI) yang lebih tinggi dibandingkan formula lainnya.

Pusat Penelitian Karet - Balai Penelitian Sembawa telah mengembangkan dan menghasilkan formula deorub yang diberi merek dagang Deorub (Puslit, 2017). Formula Deorub merupakan pengembangan dari Deorub yang dihasilkan dari penelitian di Balai Penelitian Sembawa Pusat Penelitian Karet. Formula deorub adalah cairan berwarna coklat tua dengan bau asap, pH kurang dari 1 dan digunakan untuk lateks yang akan diolah menjadi SIR 20 atau RSS. Formula deorub ditunjukkan untuk mempercepat pembentukan lateks dengan jumlah volume yang sedikit supaya harganya menjadi lebih murah (Solichin, et al., 2015).

Fungsi dari formula deorub adalah mencegah pertumbuhan bakteri (karena adanya teori) sehingga tidak terjadi bau busuk. Karena bakteri tidak berkembang akibatnya adalah tidak terjadi kerusakan antioksidan dalam bentuk protein (asam-asam amino) sehingga nilai Po dan PRI tetap tinggi. Dengan nilai Po dan PRI yang tinggi tidak diperlukan proses penggantungan angin (*pre-drying*) akibatnya proses pengolahan lebih cepat dan biaya pengolahan menjadi lebih murah. Kemudian dengan tidak terjadinya dekomposisi protein menjadi ammonia dan sulfide maka terjadi pengurangan limbah cair dalam bentuk NH<sub>3</sub>-N (Syarif, et al., 2013; Solichin, et al., 2015).

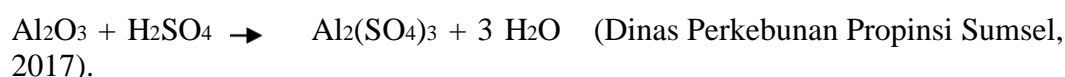
Formula Asam Sulfat H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub>, merupakan asam mineral (anorganik) yang kuat. Zat ini larut dalam air pada semua perbandingan. Formula asam sulfat mempunyai banyak kegunaan dan merupakan salah satu produk utama industri kimia. Produksi dunia formula asam sulfat pada tahun 2011 adalah 165 juta ton, dengan nilai perdagangan seharga US\$ 8 juta. Kegunaan utamanya termasuk pemrosesan bijih mineral, sintesis kimia, pemrosesan air limbah dan pengilangan minyak (Gapkindo, 2010). Formula Asam sulfat merupakan komoditas kimia yang sangat penting, dan sebenarnya pula, produksi asam sulfat suatu Negara tersebut. Kegunaan utama (60% dari total produksi di seluruh dunia) formula asam sulfat adalah dalam “metode basah” produksi formula asam sulfat, yang digunakan untuk membuat pupuk fosfat dan juga trinitrium fosfat untuk deterjen. Pada metode ini, bantuan fosfat digunakan dan diproses lebih dari 100 juta ton setiap tahunnya (Wattanasilakorn, et al., 2012). Bahan-bahan baku yang ditunjukkan pada persamaan dibawah ini merupakan fluorapatit, walaupun komposisinya dapat bervariasi. Bahan baku ini kemudian diberi 93% asam sulfat untuk menghasilkan kalsium sulfat, hydrogen fluoride (HF), dan asam fosfat. HF dipisahkan sebagai asam fluoride. Proses keseluruhannya dapat ditulis :



Formula Asam sulfat digunakan dalam jumlah yang besar oleh industri besi dan baja untuk menghilangkan oksidasi, karat, dan kerak air sebelum dijual ke industri otomobil. Asam yang telah digunakan sering kali didaur ulang dalam kilang regenerasi asam bekas (Spent Acid regeneration (SAR) plant). Kilang ini membakar asam bekas dengan gas alam, gas kilang, bahan bakar minyak, ataupun sumber bahan bakar lainnya. Proses pembakaran ini akan menghasilkan gas sulfur dioksida (SO<sub>2</sub>) dan sulfur trioksida (SO<sub>3</sub>) yang kemudian digunakan untuk

membuat formula asam sulfat yang “baru” (Damanik, et al., 2010; Gapkindo, 2017). Amonium sulfat, yang merupakan pupuk nitrogen yang penting, umumnya diproduksi sebagai produk sampingan dari kilang pemroses kokas untuk produksi besi dan baja. Mereaksikan ammonia yang dihasilkan pada dekomposisi termal batu bara dengan asam sulfat bekas mengizinkan ammonia dikristalkan keluar sebagai garam (sering kali berwarna coklat karena kontaminasi besi) dan dijual kepada industri agrokimia (Vachlepi, et al., 2008; Disbun Propinsi Sumsel, 2017).

Kegunaan formula asam sulfat lainnya yang penting adalah untuk pembuatan alumunium sulfat. Alumunium sulfat dapat bereaksi dengan sejumlah kecil sabun pada serat pulp kertas untuk menghasilkan alumunium karboksilat yang membantu mengentalkan serat pulp menjadi permukaan kertas yang keras. Alumunium sulfat juga digunakan untuk membuat alumunium hidroksida. Alumunium sulfat dibuat dengan mereaksikan bauksit dengan formula asam sulfat :



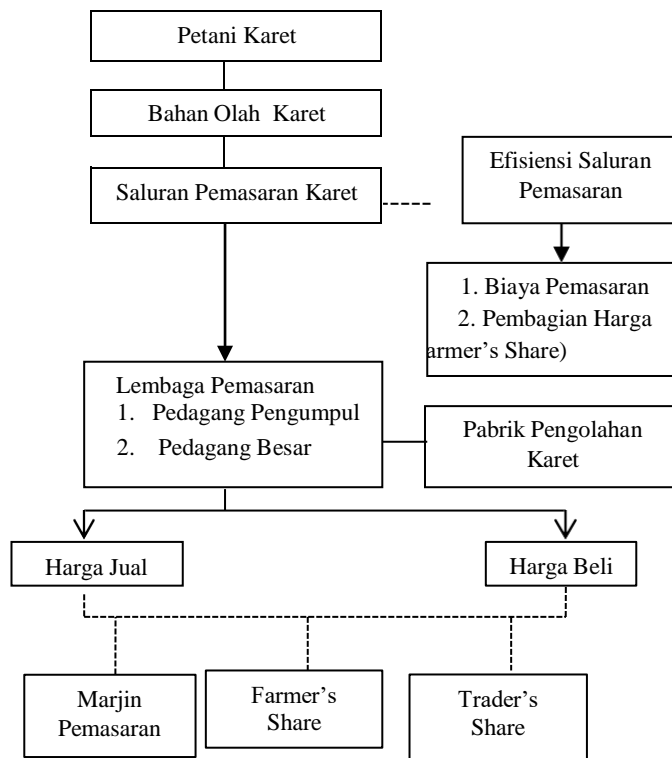
### **Rumusan Masalah**

Mendapatkan bokar karet yang berkualitas tidaklah mudah dibutuhkan penguasaan pengolahan pasca panen dan penyediaan biaya pasca panen yang tepat, pemilihan bahan formula bokar mempengaruhi kualitas dari bokar yang dihasilkan. Dalam pemilihan bahan formula bokar banyak aspek yang dilihat mulai dari lingkungan, kualitas terhadap karet itu sendiri juga terhadap bahaya kesehatan bagi petani. Semakin baik kualitas dari bokar yang dihasilkan maka semakin tinggi harga yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani. Dari uraian diatas, maka didapat rumusan masalah yaitu bagaimana bentuk saluran pemasaran yang memiliki tingkat efisiensi paling tinggi pada BOKAR yang menggunakan formula deorub dan asam sulfat ?

### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, model pendekatan yang digunakan adalah model skematik. Jhonston (1972) mengemukakan bahwa pengertian model merupakan suatu penjelasan dari fenomena actual sebagai suatu sistem atau proses. Sedangkan menurut Sjarkowi (2000), bahwa model adalah penyederhanaan dunia nyata secara teoritik, sehingga mudah untuk melihat hubungan yang ada yang berperan membentuk suatu fenomena social ekonomi. Lebih lanjut tentang model pendekatan dikemukakan oleh Thony (2007), bahwa makna di buat suatu model dalam suatu kegiatan penelitian adalah merupakan aktualisasi dari sebuah atau beberapa tujuan yang ingin di capai oleh seorang peneliti melalui pola yang sistematis.

Adapun model pendekatan dapat dilihat dari gambar di bawah ini :



Gambar 1. Diagram saluran pemasaran karet menggunakan formula deorub dan asam sulfat sampai ke pabrik pengolahan karet

Keterangan :

- = Terdiri dari
- = Membentuk
- = Alur Kegiatan
- = Terdapat

### Hipotesis Penelitian

Sehubungan dengan masalah di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah diduga pemasaran karet menggunakan formula asam sulfat lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan formula deorub.

### Metode Penelitian dan Pengambilan Sampel

Metode penelitian yang digunakan adalah survey dan wawancara secara langsung di lapangan untuk mendapatkan informasi yang berguna pada petani contoh yang menggunakan formula deorub dan asam sulfat. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin yang menggunakan formula deorub sebagai pembeku bokar (Desa Rejodadi) dan formula asam sulfat sebagai pembeku bokar (Desa Purwosari) Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin. Penentuan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (purposive) dengan dasar pertimbangan bahwa sebagian besar penduduk Kecamatan Sembawa bermata pencaharian sebagai petani karet dengan menggunakan bahan pembeku formula deorub dan asam sulfat.

Metode penarikan contoh yang digunakan adalah acak berlapis tak berimbang (Disproportionate Stratified Random Sampling), dimana sampel diambil secara acak pada setiap strata dengan persentase yang tidak sama. Metode ini digunakan karena anggota populasi tidak sejenis (Moleong, 2012; Sugiyono, 2016). Petani yang menggunakan formula deorub dengan jumlah populasi sebanyak 160 orang petani dan 120 orang petani yang menggunakan formula asam sulfat, sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini masing-masing sebanyak 48 orang petani.

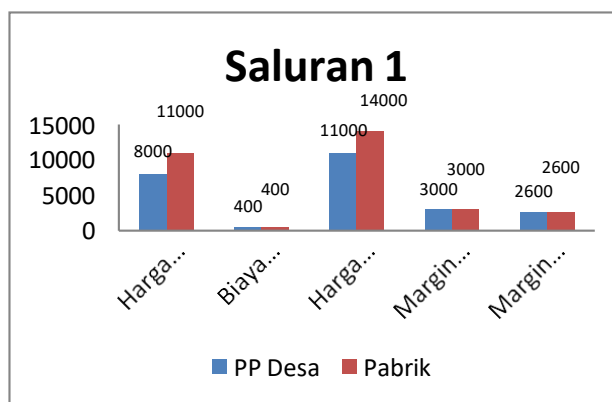
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pemasaran Karet dengan Formula Deorub

Pemasaran karet yang menggunakan formula deorub terdiri atas 3 saluran pemasaran yaitu :

1. Petani – pedagang pengumpul desa – pabrik.
2. Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pabrik.
3. Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pabrik.

Panjang atau pendeknya saluran pemasaran yang dilalui petani di dalam memasarkan karet hasil panennya maka akan menentukan besarnya margin pemasaran yang akan diperolehnya. Margin pemasaran dan margin keuntungan petani karet yang menggunakan formula deorub dapat dilihat pada gambar berikut.



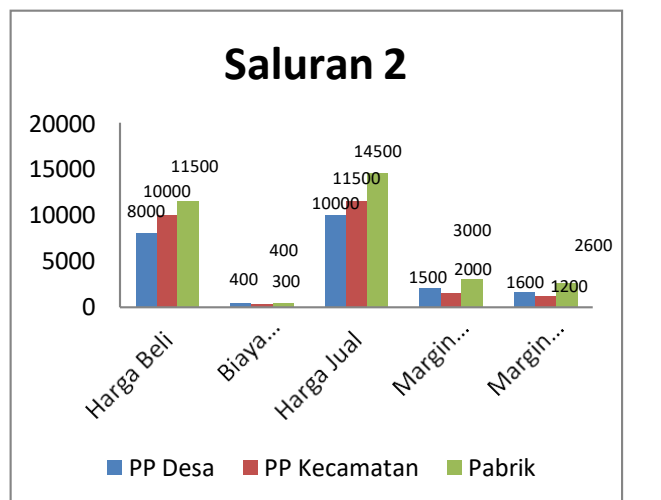
Gambar 1. Margin pemasaran dan margin keuntungan pemasaran karet saluran 1 dengan formula deorub

Diagram di atas, menunjukkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa dan pihak pabrik sama besarnya pada saluran 1 yaitu Rp 400 per kilogram karet. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa dan pabrik yaitu biaya bongkar muat sebesar Rp. 100 per kg, biaya susut sebesar Rp. 100 per kg, biaya transportasi sebesar Rp. 100 per kg dan biaya angkut sebesar Rp. 100 per kg. Margin pemasaran yang diterima baik pedagang pengumpul desa maupun pabrik yaitu sebesar Rp 3.000 per kilogram. Oleh karena margin pemasaran dan biaya yang dikeluarkan sama antara pedagang pengumpul



desa dan pabrik, sehingga margin keuntungan yang diperoleh keduanya pun sama yaitu sebesar Rp 2.600 per kilogram. Dengan demikian, margin pemasaran yang diterima kedua lembaga pemasaran dalam saluran 1 tidak ada perbedaan.

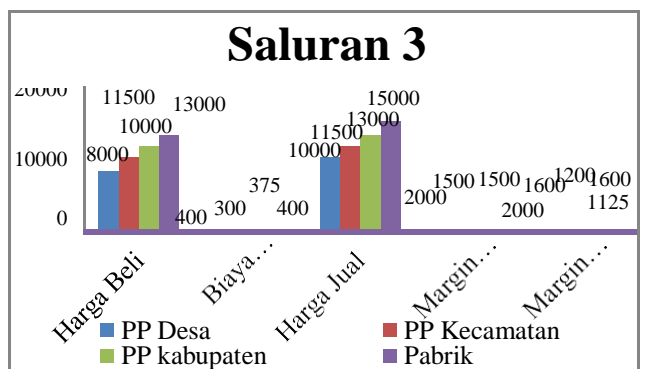
Selanjutnya margin pemasaran dan margin keuntungan yang diperoleh petani responden yang menggunakan formula deorub pada saluran pemasaran 2 dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 2. Margin pemasaran dan margin keuntungan pemasaran karet saluran 2 dengan formula deorub

Diagram di atas menunjukkan biaya pemasaran terendah dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kecamatan yaitu sebesar Rp 300 per kilogram yaitu bongkar muat sebesar Rp. 50 per kg, susut sebesar Rp. 50 per kg, biaya transportasi sebesar Rp. 100 per kg, biaya angkut Rp. 100 per kg, sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa dan pabrik itu sama yaitu Rp 400 per kilogram yaitu biaya bongkar muat sebesar Rp. 100 per kg, susut sebesar Rp. 100 per kg, transportasi sebesar Rp. 100 per kg dan biaya angkut Rp. 100 per kg. Rendahnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kecamatan karena kecilnya biaya bongkar muat dan biaya susut jika dibandingkan dengan pedagang pengumpul desa dan pabrik. Akan tetapi, margin pemasaran terbesar terdapat pada pabrik yaitu sebesar Rp 3.000 per kilogram, sedangkan pedagang pengumpul desa dan kecamatan masing-masing sebesar Rp 2.000 per kilogram dan Rp 1.500 per kilogram. Keuntungan terbesar diperoleh pabrik yaitu sebesar Rp 2.600 per kilogram, sedangkan pedagang pengumpul desa sebesar Rp 1.600 per kilogram dan pedagang pengumpul kecamatan hanya sebesar Rp 1.200 per kilogram.

Margin pemasaran dan margin keuntungan yang diperoleh petani responden yang menggunakan formula deorub pada pemasaran karet saluran 3 dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. Margin pemasaran dan margin keuntungan pemasaran karet saluran 3 menggunakan formula deorub

Diagram di atas, menunjukkan biaya pemasaran terbesar pada pemasaran karet saluran 2 dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa dan pabrik yaitu masing-masing sebesar Rp 400 per kg dengan biaya bongkar muat Rp. 100 per kg, susut sebesar Rp. 100 per kg, transportasi sebesar Rp 100 per kg, dan biaya angkut Rp. 100 per kg. Hal ini karena besarnya biaya bongkar muat dan biaya susut pada kedua lembaga pemasaran tersebut jika dibandingkan pedagang pengumpul kecamatan dan kabupaten. Margin pemasaran terbesar terdapat pada pedagang pengumpul desa dan pabrik yaitu masing-masing sebesar Rp 2.000 per kilogram. Sementara itu, margin pemasaran yang diterima pedagang pengumpul kecamatan dan pedagang pengumpul kabupaten masing-masing sebesar Rp 1.500 per kilogram. Selanjutnya, margin keuntungan terbesar terdapat pada pedagang pengumpul desa dan pabrik yaitu masing-masing Rp 2.000 per kilogram. Sebaliknya, margin keuntungan terendah terdapat pada pedagang pengumpul kabupaten.

Pada diagram 3, margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran pemasaran 3 (petani - pedagang pengumpul desa - pedagang pengumpul kecamatan - pedagang pengumpul kabupaten - pabrik) yaitu sebesar Rp 7.000 per kilogram, diikuti oleh saluran pemasaran 2 (petani - pedagang pengumpul desa - pedagang pengumpul kecamatan - pabrik) sebesar Rp 6.500 per kg, dan saluran pemasaran 1 (petani - pedagang pengumpul desa - pabrik) sebesar Rp 6.000 per kg. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya margin pemasaran karet yang dibekukan dengan menggunakan formula deorub pada saluran 3 dikarenakan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dibandingkan dengan jumlah lembaga pemasaran pada saluran lainnya. Sejalan dengan penelitian Januwiata, et al. (2014) bahwa semakin pendek lembaga pemasaran maka akan menguntungkan bagi produsen.

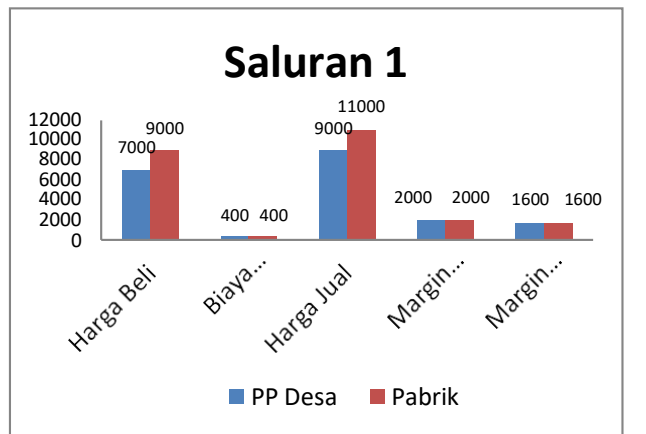
### Pemasaran karet dengan formula asam sulfat

Petani contoh yang menggunakan formula asam sulfat di Kecamatan Sembawa juga menggunakan lembaga pemasaran untuk membantu dalam memasarkan karet hasil panennya. Saluran pemasaran petani responden yang menggunakan formula asam sulfat terdiri atas :

1. Petani – pedagang pengumpul desa – pabrik

2. Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pabrik.
3. Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pabrik

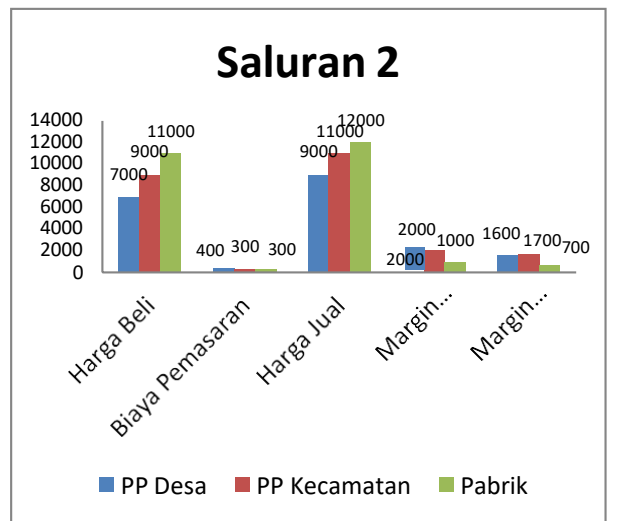
Panjang atau pendeknya saluran pemasaran yang dilalui petani responden yang menggunakan asam sulfat di Kecamatan Sembawa ini akan mempengaruhi besar kecilnya margin pemasaran dan margin keuntungan yang akan diterima petani. Margin pemasaran dan margin keuntungan dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 5. Margin pemasaran dan margin keuntungan pemasaran karet saluran 1 dengan formula asam sulfat

Berdasarkan diagram di atas, biaya pemasaran, margin pemasaran dan margin keuntungan dalam pemasaran karet yang dibekukan menggunakan formula asam sulfat, baik pada pedagang pengumpul desa maupun pabrik pada pemasaran karet saluran 1 itu besarnya sama. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh kedua lembaga pemasaran tersebut meliputi biaya bongkar muat Rp 100 per kg, biaya susut Rp 100 per kg, biaya transportasi Rp 100 per kg dan biaya angkut Rp 100 per kg. Masing-masing lembaga pemasaran pada saluran 1 memperoleh margin pemasaran sebesar Rp 2.000 per kg.

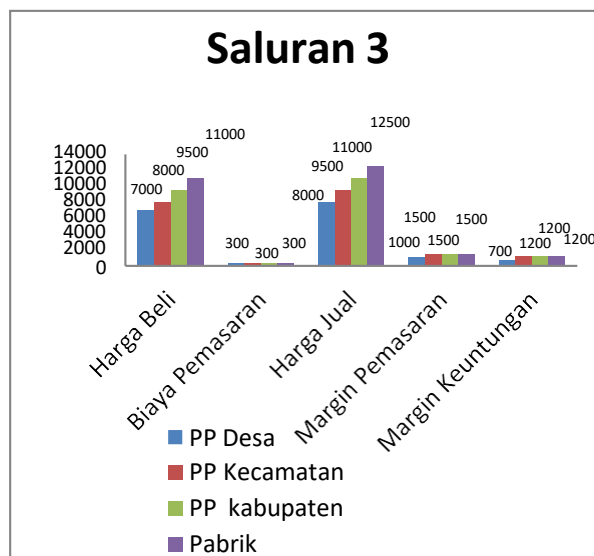
Besarnya margin pemasaran dan margin keuntungan yang diterima petani responden yang menggunakan formula asam sulfat pada pemasaran saluran 2 dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Margin pemasaran dan margin keuntungan pemasaran karet saluran2 menggunakan asam sulfat

Diagram diatas menunjukkan, biaya pemasaran terbesar dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa yaitu sebesar Rp. 400 per kg dengan biaya bongkar muat Rp. 100 per kg, susut sebesar Rp. 100 per kg, biaya transportasi Rp. 100 per kg dan biaya angkut sebesar Rp. 100 per kg, diikuti oleh pedagang pengumpul kecamatan dan pabrik yang masing-masing besarnya Rp 300 per kg dengan biaya bongkar muat Rp. 50 per kg, susut sebesar Rp. 50 per kg, biaya transportasi Rp. 100 per kg dan biaya angkut sebesar Rp. 100 per kg. Hal ini karena besarnya biaya bongkar muat dan biaya susut yang dikeluarkan pedagang pengumpul desa jika dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul kecamatan dan pabrik. Jika dilihat dari margin pemasaran, pedagang pengumpul desa dan pedagang pengumpul kecamatan memperoleh margin pemasaran yang lebih besar dibandingkan dengan pabrik. Margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul desa dan kecamatan yaitu masing-masing sebesar Rp 2.000 per kg, sedangkan margin pemasaran yang diterima pabrik sebesar Rp 1.000 per kg. Sebaliknya, margin keuntungan terbesar diperoleh pedagang pengumpul kecamatan yaitu Rp 1.700 per kg dan margin keuntungan terendah diperoleh pabrik yaitu Rp 700 per kg.

Selanjutnya besarnya margin pemasaran dan margin keuntungan yang diterima petani responden yang menggunakan formula asam sulfat pada saluran pemasaran 3 dapat dilihat pada diagram berikut.



Gambar 7. Margin pemasaran dan margin keuntungan pada pemasaran karet saluran 3 dengan formula asam sulfat

Diagram di atas menunjukkan, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengumpul kabupaten dan pabrik dalam saluran pemasaran 3 sama besarnya yaitu Rp 300 per kg. Biaya pemasaran yang dikeluarkan meliputi biaya bongkar muat Rp 50 per kg, biaya susut Rp 50 per kg, transportasi Rp. 100 per kg dan biaya angkut Rp. 100 per kg. Margin pemasaran dan margin keuntungan terendah diterima oleh pedagang pengumpul desa yaitu Rp 1.000 per kg margin pemasaran dan Rp 700 per kg margin keuntungan.

Berdasarkan Gambar (4-6), margin pemasaran terbesar yang diterima petani karet yang menggunakan formula asam sulfat terdapat pada saluran pemasaran 3 (petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pabrik) yaitu sebesar Rp 5.500 per kg, diikuti dengan saluran pemasaran 2 (petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pabrik) sebesar Rp 5.000 per kg, dan saluran pemasaran 1 (petani – pedagang pengumpul desa – pabrik) sebesar Rp 4.000 per kg.

Besarnya margin pemasaran yang terdapat pada saluran pemasaran 3 karena banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran 3 jika dibandingkan dengan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran lainnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan Pranatagama, 2015; Purba, et al., bahwa saluran distribusi yang terlalu panjang menyebabkan makin banyak mata rantai yang terlibat, tetapi menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga harga produk menjadi mahal ketika sampai ke konsumen, dengan kata lain keuntungan produsen kecil. Selain margin pemasaran, indikator untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah membandingkan *farmer share*. Hasil perhitungan *farmer share* dan *trader share* pada saluran pemasaran karet yang dibekukan dengan formula deorub dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. *Farmer Share* dan *Trader Share* dalam Saluran Pemasaran Karet yang dibekukan dengan Formula Deorub di Kecamatan Sembawa

### Kabupaten Banyuasin.

Saluran	Petani	Harga (Rp/Kg)			Pabrik	Farmer share (%)	Trader share (%)
		PP Desa	PP Kecamatan	PP Kabupaten			
1	8.000	11.000	-	-	14.000	57,14	37,14
2	8.000	10.000	11.500	-	14.500	55,17	37,24
3	8.000	10.000	11.500	13.000	15.000	53,33	36,83

Berdasarkan Tabel 1, *farmer share* terbesar terdapat pada saluran pemasaran 1 yaitu sebesar 57,14 %, diikuti oleh saluran pemasaran 2 sebesar 55,17% dan saluran pemasaran 3 sebesar 53,33%. Angka sebesar 57,14% menunjukkan bahwa bagian yang diterima petani karet yang menggunakan formula deorub dalam saluran pemasaran 1 atas harga yang dibayarkan konsumen adalah 57,14% dari harga Rp 14.000 per kg. Bagian yang diterima petani karet dalam saluran pemasaran 2 atas harga yang dibayarkan konsumen yaitu 55,17% dari harga Rp 14.500 per kg. Sementara itu, bagian yang diterima petani karet dalam saluran pemasaran 3 atas harga yang dibayarkan konsumen yaitu 53,33% dari harga Rp 15.000 per kg.

Apabila dilihat dari nilai margin pemasaran dan *farmer share*, maka saluran pemasaran yang paling efisien dalam pemasaran karet petani responden yang menggunakan pembeku deorub yaitu saluran pemasaran 1. Hal ini karena saluran pemasaran 1 memiliki nilai margin pemasaran lebih kecil dan sebaliknya memiliki nilai *farmer share* yang lebih besar jika dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Besarnya nilai *farmer share* dan *trader share* pada pemasaran karet yang dibekukan dengan menggunakan formula asam sulfat dapat dilihat pada Tabel 2. Tabel 2. *Farmer Share* dan *Trader Share* dalam Saluran Pemasaran Karet yang dibekukan dengan Formula Asam Sulfat di Kecamatan Sembawa Kabupaten Banyuasin.

Saluran	Petani	Harga (Rp/Kg)			Pabrik	Farmer share (%)	Trader share (%)
		PP Desa	PP Kecamatan	PP Kabupaten			
1	7.000	9.000	-	-	11.000	63,64	29,09
2	7.000	9.000	11.000	-	12.000	58,33	33,33
3	7.000	8.000	9.500	11.000	12.500	56,00	34,40

Berdasarkan Tabel 2, nilai *farmer share* terbesar terdapat pada saluran pemasaran 1 yaitu 63,64% yang artinya pada saluran pemasaran 1, bagian yang diterima petani karet yang menggunakan formula asam sulfat sebesar 63,64% dari harga yang dibayarkan konsumen sebesar Rp 11.000 per kg. Kemudian diikuti dengan nilai *farmer share* pada saluran pemasaran 2 yaitu 58,33% yang artinya bagian yang diterima petani karet yang menggunakan formula asam sulfat pada saluran pemasaran 2 sebesar 58,33% atas harga yang dibayarkan konsumen Rp 12.000 per kg. Nilai *farmer share* terendah terdapat pada saluran pemasaran 3 yaitu 56%. Angka 56% menunjukkan bahwa bagian yang diterima petani karet yang menggunakan formula asam sulfat pada saluran pemasaran 3 yaitu 56% dari harga yang dibayarkan konsumen. Nilai *farmer share* berbanding terbalik dengan

nilai *trader share*. Nilai *trader share* terbesar terdapat pada saluran pemasaran 3 yaitu 34,4%, diikuti dengan saluran pemasaran 2 sebesar 33,33% dan saluran pemasaran 1 sebesar 29,09%.

Apabila dilihat dari nilai margin pemasaran dan *farmer share*, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran karet yang dibekukan dengan formula asam sulfat yang paling efisien yaitu saluran pemasaran 1. Hal ini dapat dilihat dari nilai margin pemasaran pada saluran pemasaran ini lebih kecil dan nilai *farmer share* lebih besar apabila dibandingkan saluran pemasaran lainnya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Saluran pemasaran yang paling efisien menggunakan formula deorub adalah pemasaran karet saluran 3 (Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pabrik), begitu juga yang menggunakan formula asam sulfat adalah pemasaran karet saluran 3 (Petani – pedagang pengumpul desa – pedagang pengumpul kecamatan – pedagang pengumpul kabupaten – pabrik).
2. *Farmer Share* dalam saluran pemasaran karet yang dibekukan dengan formula deorub terbesar terdapat pada saluran pemasaran 1 yaitu sebesar 57,14 %, sedangkan *farmer share* dalam saluran pemasaran karet yang dibekukan menggunakan formula asam sulfat, yaitu sebesar 63,64%. (Jadi saluran pemasaran karet yang dibekukan dengan formula asam sulfat yang paling efisien)

## SARAN

Saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan yaitu :

1. Sebaiknya petani karet menggunakan formula asam sulfat, karena bagian harga yang diterima petani lebih besar daripada menggunakan formula deorub.
2. Sebaiknya petani menjual karet hasil panennya secara kolektif di bawah naungan misalnya semacam KUD, sehingga dapat meningkatkan daya tawar petani di hadapan pedagang pengumpul agar bagian yang diterima petani (*farmer share*) dapat ditingkatkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, H. 2012. *Budidaya Karet Unggul Prospek Jitu Investasi Masa Depan*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta
- Boerhendy, I. 2013. *Penggunaan Stimulan Sejak Awal Penyadapan Untuk Meningkatkan Produksi Klon IRR 39*. Balai Penelitian Sembawa. Pusat Penelitian Karet. *Jurnal Penelitian Karet*, 2013, 31 (2) : 117 – 126.
- Damanik, S., M. Syakir, M. Tasma, dan Siswanto. 2010. *Budidaya dan Pasca Panen Karet*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan.
- Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan dan Forum Bersama Pembangunan Perkebunan Sumatera Selatan. 2017. *Blue Print Pengembangan Industri Karet Sumatera Selatan*. Palembang.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Pengembangan Tanaman Karet yang Kompetitif dan Berkesinambungan*. Universitas Sriwijaya. Sumatera Selatan dan IKAPERTA
- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian, 2014. Potensi dan Perkembangan Pasar Ekspor Karet Indonesia di Pasar Dunia. [http://pphp.deptan.go.id/disp\\_informasi/1/5/54/1185/potensi\\_dan\\_perkembangan\\_pasar\\_ekspor\\_karet\\_indonesia\\_di\\_pasar\\_dunia.html](http://pphp.deptan.go.id/disp_informasi/1/5/54/1185/potensi_dan_perkembangan_pasar_ekspor_karet_indonesia_di_pasar_dunia.html). Diakses pada 23 Januari 2016. PS, 2011
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2017. Statistik Perkebunan Indonesia Komoditas Karet. Kementrian Pertanian. Jakarta.
- Ersan. 2012. *Petunjuk Lengkap Budidaya Karet*. Agromedia Pustaka, Jakarta
- Forum Pengkajian Perkaretan. 2014. *Seminar Perbaikan Mutu Bokar 12 Agustus 2014*. Palembang.
- Gabungan Perusahaan Karet Indonesia (Gapkindo). 2010. *Profil Rubber Association Of Indonesia South Sumatera Branch*. Gapkindo. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2013. *Penentuan Kuota Ekspor Karet*. Gapkindo. Jakarta
- \_\_\_\_\_. 2013. *List of Members 2013*. Gabungan Perusahaan Karet Indonesia. Jakarta.
- Januwiata, I. K., I. K. Dunia dan L. Indrayani. 2014. Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar Tahun 2013. *J. Agri-Sosioekonomi* 4 (1) : 1 – 12.
- Jhonston. 1972. *Metode Penelitian*. Nabu Press. General Book LLC Translate Cv Aksara. Jogjakarta.
- Kumala, Ari . 2015. *Analisis Pemasaran dan Transmisi Harga pada Petani Bokar di Desa Lubuk Batu Tinggal Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu*. Universitas Riau. Pekanbaru
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Edisi 13 Erlangga, Jakarta
- Kotler & Gary Armstrong. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of marketing*.



- Manurung, Adier Haymash. 2016. Cadangan Devisa dan Kurs Valuta Asing. Jakarta : Kompas Media Nusantara
- Nugroho, Driki. 2019. Analisis Efisiensi Usahatani Padi dan Efisiensi Pemasaran Padi/Beras Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis.
- Purba, YZR., Endah Novitarini, E, Fahrurrozi, M. 2020. Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Keluarga di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang. Jurnal Agrinika (Jurnal Agroteknologi dan Agribisnis). Vol. 4 No. 2 Hal. (167-185) September 2020 p-ISSN : 2579-3659 e-ISSN : 2721-2807
- Pranatagama, Muhammad Friendly. 2015. Efisiensi dan Bauran Pemasaran Usahatani Kacang Tanah di Desa Darungan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Skripsi. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember (Tidak dipublikasikan).
- Sjarkowi. Fachrurrozie. 2000. *Metodelogi Penelitian*. Universitas Sriwijaya. Palembang.
- Solichin, M., I. Pramuaji., dan A. Anwar. 2015. Deorub K Sebagai Pembeku dan Pencegah Timbulnya Bau Busuk Karet. Workshop Bahan Pembeku Asap Cair Yang Ramah Lingkungan. Palembang, 21 September.
- Syarifa, L. S., D. S. Agustina., dan C. Nancy. 2013. Evaluasi Pengolahan dan Mutu Bahan Olah Karet Rakyat (Bokar) di Tingkat Petani di Sumatera Selatan. Jurnal Penelitian Karet. 31(2) : 139-148.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. CV Alfabeta.
- Siregar, T dan Suhendry, I. 2013. Budidaya dan Teknologi Karet. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tim Penebar Swadaya. 2015. *Panduan Lengkap Karet*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Thony. Agoes. 2007. *Metodelogi Penelitian Bahan Ajar Peserta Pelatihan Metodelogi Penelitian Dosen Diperguruan Tinggi Swasta Sumatera Selatan*.
- Wattanasilakorn S. , Sdoedee S., Nualsri C. dan Chuenchit S. 2012. Screening or Rubber (Hevea brasiliensis Muell. Arg.) Rootstocks For The White Root Disease Resistance. Agritechno 8(7):2385 – 2395

Efisiensi Pemasaran Karet Menggunakan Formula Deorub  
Dan Asam Sulfat  
Sutarmin, Yudhi Zuriah Wiryana Purba