

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

5.1.1 Umur petani responden

Umur Petani merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada aktivitas di sektor pertanian. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, umur petani responden menyebar antara 25-62 tahun. Usia 25-62 tahun merupakan usia yg produktif untuk berkerja. Distribusi umur petani responden disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Penyebaran petani responden berdasarkan kelompok umur, tahun 2011

No	Umur (thn)	Jumlah sampel	(%)
1.	22-32	12	23,08
2.	33-43	14	26,92
3.	44-54	15	28,86
4.	55-65	11	21,15
	Jumlah	52	100

Tabel 8 menunjukkan jumlah petani responden terbanyak berumur antara 44-54 tahun, yaitu 15 orang (28,86%). Hal ini menunjukkan bahwa responden merupakan dalam usia yg produktif dan cukup potensial untuk melakukan usaha tani karet.

5.1.2 Tingkat pendidikan petani responden

Tingkat pendidikan petani merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan petani dalam menerima teknologi, inovasi, informasi, dan mengambil keputusan dalam berusaha tani karet. Tingkat pendidikan petani responden disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Penyebaran petani responden berdasarkan tingkat pendidikan, tahun 2011

No	Tingkat pendidikan	Jumlah petani sampel	(%)
1.	TS	7	13,46
2.	SD	28	53,85
3.	SMP	10	19,23
4.	SMA	7	13,46
5.	Perguruan tinggi	0	0
	Jumlah	52	100

Tabel 9 memperlihatkan bahwa sebagian besar petani responden berpendidikan SD. Jumlah petani sampel yang berpendidikan SD sebanyak 28 orang (53,85%).

5.1.3 Luas lahan usahatani karet petani responden

Luas penguasaan lahan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan untuk mengukur produksi hasil usahatani. Luas lahan petani sampel/responden dalam penelitian ini seluruhnya untuk tanaman karet. Penyebaran luas lahan usaha tani karet petani sampel/responden disajikan pada Tabel 10.

Tabel 10. Penyebaran responden karet di Kecamatan Banjar Agung berdasarkan luas lahan yang dimiliki, tahun 2011

No	Luas lahan (Ha)	Jumlah responden (orang)	(%) responden
1.	< 1	0	0
2.	1 – 2	41	78,85
3.	> 2	11	21,15
Jumlah		52	100

Tabel 10 memperlihatkan bahwa 78,85 % petani memiliki lahan garapan dengan luas 1 – 2 Hektar. Hal ini menunjukkan bahwa petani memiliki luas lahan dengan katagori sedang. Lahan petani berbentuk lahan kering dengan status lahan milik sendiri.

5.1.4 Pengalaman Responden Petani Karet

Salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan petani dalam melakukan usahatani adalah pengalaman yang dimilikinya. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki petani dalam berusahatani, maka petani akan semakin terampil dalam pengelolaan usahatani, pengolahan pasca panen serta dalam memasarkan hasil usahatannya.

Hasil penelitian menunjukkan pengalaman petani dalam berusahatani di daerah penelitian berkisar antara 11 - 20 tahun. Rata-rata pengalaman berusahatani petani - petani responden yaitu 18,48 tahun. Sebaran pengalaman berusahatani karet di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Sebaran petani responden berdasarkan pengalaman berusahatani

No	Tingkat Pengalaman (Tahun)	Jumlah responden (orang)	(%) responden
1.	0 – 10	20	38,46
2.	11 – 20	24	46,15
3.	21 – 30	8	15,39
Jumlah		52	100

5. 2. Karakteristik Karet

5.2.1 Budidaya karet

5.2.1.1 Penanaman bibit karet

Penanaman dilakukan dengan terlebih dahulu membuka lahan milik petani lalu dilakukan penggalian lubang tanam dengan jarak antar lubang 4x5 m. Pembuatan lubang tanam dimulai dengan mengajir lubang tanam sesuai dengan jarak tanam yang dipilih. Setelah lubang tanam siap, bibit karet dipindahkan kedalam lubang tanam dengan cara merobek polybag. Tanah dalam polybag tidak boleh sampai hancur karena harus dimasukkan beserta dengan bibit karetnya. Apabila tanah dalam polybag tidak ikut dimasukkan maka bibit karet akan terhambat pertumbuhannya dan layu.

5.2.1.2 Penyiangan

Penyiangan dilakukan untuk menyingkirkan gulma atau tanaman pengganggu. Penyiangan gulma dapat dilakukan dengan cara manual maupun kimia. Cara manual biasanya dilakukan dengan bantuan parang atau cangkul, sedangkan penyiangan secara kimia menggunakan herbisida. Penyiangan akan dilakukan secara kimia apabila gulma sudah terlalu banyak. Penyiangan hanya dilakukan bila ditemukan gulma.

5.2.2.3 Pemupukan

Pemupukan dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan mempercepat pertumbuhan dari tanaman karet. Pemberian pupuk biasanya dilakukan setiap awal musim hujan karena apabila dilakukan pada musim kemarau maka pupuk akan sulit terserap oleh tanaman sedangkan bila dilakukan pada musim hujan maka pupuk akan hanyut terbawa oleh air hujan. Pupuk yang diberikan adalah pupuk kimia (Urea, KCl, TSP), pemupukan sendiri idealnya dilakukan 2-3 kali setahun dengan perbandingan dosis pupuk untuk TSP, KCl, urea (1:1:2) akan tetapi petani responden jarang untuk memupuk tanaman karetnya.

5.2.2.4 Penyadapan

Penyadapan merupakan kegiatan usahatani untuk memperoleh getah karet. Penyadapan dilakukan pada saat tanaman karet berumur 6 tahun. Penyadapan dilakukan pada waktu pagi hari bersamaan dengan waktu terbitnya matahari. Hasil sadapan diambil pada waktu sore hari, penyadapan dilakukan setiap hari selama masa produktif karet tersebut berumur 25 tahun. Setelah di sadap getah karet ini di kumpulkan dan diberi asam semut untuk membekukan karet tersebut sekaligus mengurangi kadar air yang ada didalam getah karet tersebut.

5.3 Analisis Tataniaga Karet dan Efisiensi Pemasaran

5.3.1 Lembaga Pemasaran

5.3.1.1 Petani karet

Petani karet di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 52 orang. Petani memiliki rata – rata pengalaman berusahatani karet selama 18,48 tahun. Hal ini menunjukkan petani memiliki keahlian dalam memproduksi dan memasarkan karetnya. Petani bebas memilih untuk menjual Karetnya kepada pedagang pengepul kecil maupun pedagang pengepul besar. Petani tidak memiliki keterikatan terhadap pembeli karetnya sehingga petani

dapat memilih untuk menjual karetnya kepada pembeli dengan harga tertinggi. Sebelum menjual hasil karetnya petani sudah mengetahui harga yang ditetapkan oleh pedagang pengepul. Pembayaran hasil karet petani dilakukan secara tunai. Petani yang bersuku Jawa lebih suka menjual hasil karetnya kepada pedagang pengumpul I sedangkan petani yang bersuku Bali lebih memilih menjual kepada pedagang Pengumpul II. Hal ini dikarenakan rata – rata petani bersuku Jawa memiliki tingkat kekerabatan yang tinggi.

5.3.1.2 Pedagang pengumpul satu (I)

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli karet dari petani. Pedagang pengumpul I merupakan pedagang yang langsung melakukan transaksi pembelian karet petani, biasanya pedagang pengumpul I merupakan penduduk yang tinggal di dekat petani karet dan memiliki hubungan kekerabatan yang tinggi dengan petani karet. Pedagang pengumpul I membuka lapak pembelian karetnya didekat kebun karet petani ataupun rumah petani karet agar petani karet mau menjualnya langsung kepada pedagang pengumpul I. Pedagang pengumpul dalam membeli karet petani melakukan potongan 1 kg untuk pembelian dibawah 10 kg dan 2 kg untuk pembelian diatas 20 Kg. Pedagang pengumpul I memiliki daya beli berkisar 5.000 – 30.000 Kg karet perbulan. Harga rata rata pembelian dari pedagang pengumpul I

sebesar Rp 13.120 rupiah dan dibayar secara tunai. Karet rakyat itu dijual per tiga hari kepada Pedagang Pengumpul II. Pedagang pengumpul I biasanya menjual kepada pedagang pengumpul II langganannya. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul I untuk menjual kepada pedagang pengumpul II sebesar Rp 1.562 per Kg karet. Penyusutan Karet selama proses pemasaran sebesar 10 %. Modal yang digunakan oleh pedagang pengumpul I adalah milik sendiri. Fungsi pemasaran yang dilakukan pedagang pengumpul adalah fungsi pertukaran berupa pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa penimbangan dan penyimpanan, fungsi fasilitas berupa penanggungan resiko dan penyediaan informasi pasar.

5.3.1.3. Pedagang Pengumpul II dan Konsumen Akhir

Pedagang Pengumpul II adalah pedagang yang membeli karet di wilayah Kecamatan Banjar Agung maupun daerah sekitarnya. Pembelian yang dilakukan oleh pedagang pengumpul II bervariasi antara 225.000 - 1.500.000 kilogram per bulan. Harga pembelian rata-rata adalah sebesar Rp 15.000 per Kg. Sedangkan Harga Penjualan sebesar Rp 24.040,25 per Kg. Rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk melakukan tataniaga sebesar Rp 5185,7 per Kg. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang Pengumpul II dalam melakukan pembelian dan penjualan karet adalah secara tunai. Pedagang pengumpul II akan meneruskan ke

Konsumen Akhir yang berbentuk lembaga pengolahan (pabrik) yang berbadan hukum dan berbentuk perusahaan, yaitu PT. Hok Tong yang berlokasi di Jaka baring Palembang dalam penelitian ini pabrik pengolah berperan sebagai konsumen akhir, hal ini karena peneliti mendapat kesulitan dalam memperoleh data pihak eksportir sehingga penelitian dibatasi hanya sampai pabrik pengolah. Pabrik tersebut bergerak dalam bidang pengolahan karet menjadi karet yang berkualitas sesuai dengan standar karet yang diinginkan eksportir atau industri yang berbahan baku karet. Dalam hal pembelian karet, pabrik pengolah biasanya didatangi pedagang pengumpul II. Penjualan karet yang dilakukan pedagang pengumpul II pada umumnya dilakukan secara bebas, yaitu bisa menjual ke mana saja tergantung kecocokan harga.

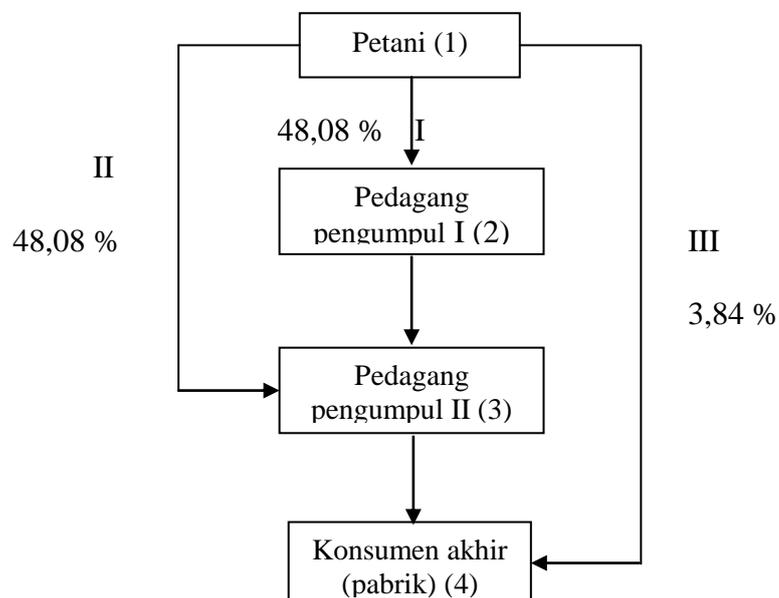
Konsumen akhir (pabrik) mengeluarkan biaya-biaya pemasaran dalam memasarkan komoditas karet, seperti kemasan, transportasi, dan tenaga kerja. Konsumen Akhir (pabrik) dalam pengolahan dan penjualannya melakukan standarisasi berdasarkan kadar air maksimal yang terkandung dalam karet. Hal ini dilakukan untuk memperbaiki mutu dan harga jual karet yang akan dihasilkan. Konsumen akhir (pabrik) mengolah lateks menjadi karet dengan mutu SIR (*Standart Indonesia Rubber*).

5.3.2 Saluran pemasaran

Saluran pemasaran adalah lembaga-lembaga pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan komoditas karet dengan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan pembelian, pengangkutan, penyimpanan, dan penjualan dari petani karet ke konsumen akhir.

Saluran pemasaran merupakan gambaran kesatuan kegiatan transaksi perdagangan karet di Kecamatan Banjar Agung, dimana terdapat dua saluran pemasaran. Pada saluran pertama, petani langsung menjual karetnya ke konsumen akhir dalam hal ini pabrik pengolahan karet. Saluran kedua petani menjual kepada pedagang pengumpul I menjual kepada pengumpul II yang selanjutnya menjual ke konsumen akhir (pabrik). Pada saluran ketiga, petani langsung menjual karetnya kepada pedagang pengumpul II untuk selanjutnya dijual ke konsumen akhir (pabrik).

Saluran pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang dapat dilihat pada Gambar 3.



Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa saluran pemasaran karet yang terjadi di Kecamatan Banjar Agung Kabuapten Tulang bawang adalah:

1. Petani → Konsumen akhir
2. Petani → PP I → Konsumen akhir
3. Petani → PP I → PP II → Konsumen akhir.

Masing masing saluran pemasaran memiliki kelemahan dan kelebihan tersendiri, saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien, marjin harga yang rendah dan tingkat keuntungan yang tinggi bagi petani. Kelemahan dari saluran pemasaran I adalah petani harus memiliki produksi yang tinggi, jarak yang dekat dengan konsumen dan juga aksesibilitas yang baik dengan konsumen bila hal ini tidak dipenuhi maka sulit bagi petani untuk menggunakan saluran pemasaran ini. Saluran pemasaran II merupakan saluran yang tingkat efisiensinya sedang dan saluran pemasaran III adalah saluran yang tingkat efisiensinya paling buruk. Kelemahan saluran pemasaran II dan III adalah tingkat keuntungan petani yang lebih rendah dibandingkan dengan petani yang menggunakan saluran pemasaran I dan petani tidak mengetahui harga basis dari konsumen akhir sehingga rawan terjadi kecurangan dari pedagang pengumpul.

Pada Gambar 3 dapat dilihat persentase saluran I dan II sebesar 48,08 % dan saluran pemasaran III sebesar 3,84 % . Hal ini terjadi dikarenakan lemahnya aksesibilitas petani terhadap pabrik, produksi yang sedikit dan jauhnya jarak dari tempat petani berada dengan pabrik sebagai konsumen

akhir yang berada di Palembang. Jarak yang jauh ke konsumen mengakibatkan petani malas menjual hasil taninya kepada konsumen akhir secara langsung sehingga petani menjual hasil taninya kepada pedagang pengumpul yang ada di dekat rumah petani. Hanya beberapa petani yang langsung menjual karetnya kepada konsumen akhir langsung hal ini dapat dilakukan karena sebagian petani tersebut memiliki hasil yang banyak. Hal ini sesuai menurut penelitian Tarmizi tentang factor – factor yang mempengaruhi efisiensi saluran pemasaran karet rakyat di Jambi yang dipengaruhi oleh jarak kebun petani ke pedagang dan jumlah produksi petani.

5.3.3 Analisis Efisiensi Sistem Pemasaran

5.3.3.1 Organisasi Pasar

Menurut Hasyim (1994) menyatakan bahwa struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar merupakan tiga komponen dasar dari organisasi pasar. Organisasi pasar dari pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang adalah sebagai berikut :

a. Struktur pasar

Struktur pasar (*marketing struktur*) adalah karakteristik organisasi dan suatu pasar, yang untuk prakteknya adalah karakteristik yang menentukan hubungan antara pembeli dan para penjual, dan hubungan antara penjual dipasar dengan para penjual potensial yang akan masuk ke dalam pasar. Jumlah petani karet di dalam saluran pemasaran adalah 52 orang

sedangkan jumlah pengumpul I sebesar 5 orang, jumlah pengumpul II sebesar 3 orang dan Jumlah konsumen akhir hanya pabrik karet Hok Tong di Palembang karena pabrik karet yang terletak di Kabupaten Tulang Bawang telah tutup sejak tahun 2007. Melihat banyaknya penjual dan sedikitnya pembeli maka pasar yang terbentuk adalah pasar oligopsoni.

b. Prilaku pasar

Perilaku pasar (*market conduct*) adalah pola tingkah laku dan lembaga pemasaran dalam hubungannya dengan sistem pembentukan harga dan praktek transaksi, melakukan pembelian dan penjualan secara horizontal dan vertikal. atau dengan kata lain tingkah laku perusahaan dan struktur pasar tertentu, terutama bentuk-bentuk keputusan apa yang dibuat oleh manajer dalam struktur pasar yang berbeda.

Produk yang dihasilkan oleh petani tidak dikelompokkan berdasarkan kualitas – kualitas tertentu. Petani langsung menjual karetnya setelah terkumpul selama tiga hari atau satu minggu. Pada saat penjualan karet harga ditentukan oleh pedagang dengan melihat harga basis dari pabrik pengolahan karet dan harga pasaran daerah setempat. Akan tetapi petani tidak mengetahui kebenaran dari harga basis karet dan juga tidak mengetahui kandungan air yang terdapat dalam karetnya, hal ini menyebabkan pedagang dapat dengan mudah menekan petani untuk menjual dengan harga yang murah. Harga Basis

hanya diketahui oleh pedagang pengumpul II karena mendapatkan informasinya langsung dari pabrik tempat pedagang pengumpul tersebut menjual karetnya. Pengelompokan mutu karet berdasarkan tingkat kadar airnya dan kebersihannya hanya dilakukan oleh pedagang pengumpul II. Dalam Sampel penelitian ini petani dan pedagang Pengumpul I bebas menjual hasil karetnya terhadap pedagang pengumpul II. Sedangkan Pedagang pengumpul II ada yang memiliki keterikatan dengan Pabrik dengan adanya suatu kontrak antara pedagang Pengumpul II dengan Pabrik.

c. Keragaan pasar

Keragaan pasar (*market performance*), yaitu sampai sejauh mana pengaruh riil struktur dan perilaku pasar yang berkenaan dengan harga, biaya, dan volume produksi. Dengan adanya kemajuan dalam bidang komunikasi sekarang ini petani dan pedagang pengumpul dapat berkomunikasi dengan mudah sehingga ketika hendak menjual karet petani dapat mengetahui terlebih dahulu harga yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul. Sedangkan kemajuan dalam bidang karet seperti penemuan jenis karet baru, pupuk, obat – obatan dan pengolahan produk telah mendorong kemajuan dalam industri karet.

5.3.3.2 Margin pemasaran

Margin pemasaran merupakan salah satu indikator dalam melihat efisiensi dari sebuah sistem pemasaran. Secara umum margin pemasaran adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem pemasaran. Pada bidang pertanian, margin pemasaran dapat diartikan sebagai perbedaan harga pada tingkat produsen dan harga di tingkat eceran/konsumen.

5.3.3.2.1 Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I, tidak dilakukan perhitungan ratio profit marjinnya (RPM) karena penelitian tidak menghitung biaya-biaya produksi. Petani tidak melakukan perawatan terhadap tanamannya, sehingga tidak dapat dihitung biaya produksinya, dan pada saluran I tidak ada selisih harga antara dua pasar, yaitu petani dan lembaga pemasaran.

Tabel 12. Harga, margin pemasaran, margin keuntungan dan rasio profit margin pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung, tahun 2011 melalui saluran satu.

Uraian	Biaya (Rp/kg)	Share (%)
1. Harga jual petani	24.040,25	100,00
a. Biaya		
- bongkar muat	50,00	0,20
- transportasi	509,00	2,11
- Keamanan	118,75	0,49
- penyusutan	7.212,07	30,00
- Tenaga Kerja	7,95	0,03
Total Biaya	7.897,77	

Berdasarkan Tabel 12 petani menjual hasil panennya langsung ke pabrik karet sebagai konsumen akhir dengan harga sebesar Rp 24.040 per Kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp 7.897,77 per Kg. *Market share* petani sebesar 100% karena petani langsung menjual karetnya ke pabrik karet.

5.3.3.2.2 Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran ke II, petani karet menjual karet kepada pengumpul pertama dengan harga rata-rata Rp 15.000 per kg. Pedagang pengumpul I menjual karet langsung ke konsumen akhir yaitu pabrik karet sebesar Rp 24.040,25 per kg. Pedagang pengumpul dalam pemasaran karet mengeluarkan biaya pemasaran yang meliputi biaya angkut, bongkar muat, keamanan dan tenaga kerja. Biaya bongkar muat rata – rata sebesar Rp 50 per kg, biaya angkut rata – rata sebesar Rp 509 per kg, biaya keamanan sebesar Rp 118,75 per kg, biaya penyusutan sebesar Rp 4.500 per kg dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 7,95 per Kg.

Tabel 13. Harga, margin pemasaran, margin keuntungan dan rasio profit margin pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung, tahun 2011 melalui saluran dua

Uraian	Biaya (Rp/kg)	Share (%)
1. Harga jual petani	15.000,00	62,39
2. Harga jual pedagang pengumpul I	24.040,25	100,00
a. Biaya		
- bongkar muat	50,00	0,20
- transportasi	509,00	2,11
- Keamanan	118,75	0,49
- penyusutan	4.500,00	18,71
- Tenaga Kerja	7,95	0,03
Total Biaya	5.185,70	
b. Margin pemasaran	9.040,25	37,60
c. Profit margin	3.854,55	16,03
d. RPM	0,74	

Berdasarkan Tabel 13 didapatkan bahwa petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran dengan harga jualnya (share) terhadap harga pedagang pengumpul I adalah 62,39 %. Pedagang pengumpul I mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp 5.185,7 per kilogram dengan margin pemasaran sebesar Rp 9.040,25 per kilogram serta margin keuntungan sebesar Rp 3.854,55 per kilogram. Rasio profit margin (RPM) yang diperoleh pedagang pengumpul I sebesar Rp 0,74 yang berarti bahwa setiap Rp 1 yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul satu akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 0,74

5.3.3.2.3 Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran ke III, petani menjual karet ke pedagang pengumpul I, kemudian Pedagang pengumpul I menjual Karet ke pedagang pengumpul II. Pedagang pengumpul II menjual Karet

kepada konsumen akhir yaitu pabrik karet. Pedagang pengumpul I dalam pemasaran karet mengeluarkan biaya pemasaran yang meliputi biaya angkut dan bongkar muat. Biaya bongkar muat rata – rata sebesar Rp 50 per kg, biaya angkut rata – rata sebesar Rp 200 per kg. Pedagang pengumpul II dalam pemasaran karet mengeluarkan biaya pemasaran yang meliputi biaya angkut, bongkar muat, keamanan dan tenaga kerja. Biaya bongkar muat rata – rata sebesar Rp 50 per kg, biaya angkut rata – rata sebesar Rp 509 per kg, biaya keamanan sebesar Rp 118,75 per kg, biaya penyusutan sebesar Rp 4.500 per kg dan biaya tenaga kerja sebesar Rp 7,95 per kg.

Tabel 14. Harga, margin pemasaran, margin keuntungan dan rasio profit margin pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung, tahun 2011 melalui saluran dua.

Uraian	Biaya (Rp/kg)	Share (%)
1. Harga jual petani	13.120,00	54,57
2. Harga jual pedagang pengumpul	15.000,00	62,39
a. Biaya		
- Bongkar Muat	50,00	0,20
- transportasi	200,00	0,83
- penyusutan	1.312,00	5,45
Total biaya	1.562,00	
b. Margin pemasaran	1.880,00	7,82
c. Profit margin	318,00	1,01
d. RPM	0,20	
3. Harga jual pedagang pengumpul II	24.040,25	100,00
a. Biaya		
- bongkar muat	50,00	0,20
- transportasi	509,00	2,11
- Keamanan	118,75	0,49
- penyusutan	4.500,00	18,71
- Tenaga Kerja	7,95	0,03
Total biaya	5.185,70	
b. Margin pemasaran	9.040,25	37,60
c. Profit margin	3.854,55	16,03
d. RPM	0,74	

Berdasarkan Tabel 14 terlihat bahwa nilai Rasio Profit Margin (RPM) pedagang pengumpul I adalah sebesar 0,20 per kg karet. Hal ini berarti bahwa setiap Rp 1,00 biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pedagang pengumpul I akan menghasilkan keuntungan pemasaran sebesar Rp 0,20 per kg karet. Rasio Profit Margin (RPM) pedagang pengumpul II adalah sebesar 0,74 per kg karet. Hal ini berarti bahwa setiap Rp 1,00 biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pedagang pengumpul II akan menghasilkan keuntungan pemasaran sebesar Rp 0,74 per kg karet. RPM pedagang pengumpul I dan pedagang pengumpul II tidak menyebar rata, $RPM \text{ pedagang pengumpul II} > RPM \text{ pedagang pengumpul I}$.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa kedua saluran pemasaran tersebut memiliki perbedaan. Saluran pertama memiliki rantai pemasaran yang lebih pendek. Pada saluran pemasaran kedua dan ketiga rantai pemasaran lebih panjang dan bila dilihat dari margin keuntungan dan rasio profit margin yang menyebar tidak merata hal ini berarti pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung belum efisien.

Faktor yang menyebabkan tidak efisiennya sistem pemasaran ini adalah penyebaran harga yang tidak adil antara petani dengan konsumen yang ditunjukkan oleh adanya pembagian margin pemasaran dan nilai RPM yang tidak menyebar antara tingkat lembaga pemasaran. Hal ini juga terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Yuprin pada tahun 2009 tentang analisis pemasaran karet di Kabupaten Kapuas dimana didapatkan bahwa margin harga

yang besar dan RPM yang tidak menyebar rata dan hanya sebagian petani yang memiliki aksesibilitas terhadap konsumen akhir.

5.3.3.3 Analisis Korelasi Harga

Analisis korelasi harga merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan harga antara produsen dengan lembaga perantara pemasaran yang terlibat dalam pemasaran karet di Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang.

Hasil perhitungan koefisien korelasi harga (r) memberikan nilai yang kecil yaitu, 0,447 dari nilai ini menunjukkan kurangnya keeratan hubungan harga di tingkat konsumen dan produsen. Ini menunjukkan secara langsung bahwa pasar ini belum efisien dan bentuk pasar tidak bersaing sempurna.

5.3.3.4 Elastisitas Transmisi Harga (E_t)

Analisis elastisitas transmisi digunakan untuk mengetahui besarnya dampak perubahan harga di tingkat produsen terhadap perubahan harga di tingkat konsumen. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai koefisien regresi linier sederhana sebesar 0,044 dan besarnya nilai elastisitas transmisi harga (E_t) yang diperoleh pada pemasaran karet sebesar 0,08. Hal ini berarti, perubahan harga di tingkat konsumen sebesar 1% akan membawa pengaruh perubahan harga sebesar 0,08% di tingkat petani.

$$Et = b \times (Pr/Pf)$$

$$Et = 0,044 \times (24040.25/13120)$$

$$Et = 0.08$$

Nilai elastisitas transmisi harga yang diperoleh adalah kurang dari 1, yang berarti bahwa laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dibandingkan dengan laju perubahan harga di tingkat konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa tataniaga yang berlangsung belum efisien dan pasar yang dihadapi oleh pelaku usaha adalah bersaing secara tidak sempurna.