

# KEMANDIRIAN PETANI DALAM PROSES PEMASARAN HASIL TANAMAN KARET DI DESA GUNUNG BUNGSU KABUPATEN KAMPAR

Oleh :

**Moh. Toha<sup>1)</sup> dan Achmad Musyadar<sup>2)</sup>**

<sup>1)</sup>Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar Provinsi Riau

<sup>2)</sup>Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Bogor

Corr : [achmad.musyadar@gmail.com](mailto:achmad.musyadar@gmail.com)

## ABSTRAK

Kegiatan penelitian dimulai dari Maret sampai dengan Mei 2013 di desa Gunung Bungsu, Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Tujuan Penelitian adalah mendeskripsikan kemandirian petani dalam proses pemasaran hasil tanaman karet dan menganalisis faktor yang berhubungan dengan kemandirian petani dalam pemasaran hasil tanaman karet. Data dikumpulkan dari 40 responden menggunakan kuesioner dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan. Data diolah dalam bentuk tabulasi, kemudian dianalisis menggunakan rumus rata-rata ranking uji keselarasan Kendall's W dan uji korelasi rank Spearman menggunakan SPSS.18. Hasil analisis pada indikator pembinaan diri menunjukkan ranking tertinggi adalah kemampuan memanfaatkan penyuluh dan terendah kemampuan memanfaatkan peluang pelatihan. Indikator manajemen ranking tertinggi adalah kemampuan dalam membuat perencanaan dan ranking terendah kemampuan dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana. Indikator sosial ranking tertinggi adalah kemampuan bekerjasama dalam kelompok dan terendah kemampuan menjaring kerjasama kemitraan. Indikator proses pemasaran ranking tertinggi adalah kemampuan mengakses informasi pasar dan ranking terendah kemampuan menjalin kemitraan. Indikator konsep pemasaran ranking tertinggi adalah pengetahuan keinginan pelanggan dan terendah pengetahuan permintaan pelanggan. Indikator bauran pemasaran ranking tertinggi adalah pengetahuan bauran tempat dan terendah pengetahuan bauran harga. Indikator pembinaan diri berkorelasi signifikan terhadap proses pemasaran dan konsep pemasaran akan tetapi tidak signifikan dengan bauran pemasaran. Indikator manajemen berkorelasi signifikan dengan proses pemasaran, konsep pemasaran dan bauran pemasaran. Indikator sosial berkorelasi sangat signifikan dengan proses pemasaran dan signifikan dengan konsep pemasaran serta tidak signifikan dengan bauran pemasaran.

**Kata Kunci :** Kemandirian petani, proses pemasaran, hasil tanaman karet.

## ABSTRACT

*The study was conducted from March 17 until May 12, 2013 in Gunung Bungsu village, XIII Koto Kampar district, Kampar Regency of Riau Province. The purpose of study is describing the rate of farmer's independence in marketing process of rubber product and analyzing the correlation factors to the rate of farmer's independence in marketing process of rubber product Data was collected from 40 respondents using a questionnaire in the form of statements or questions. The data was processed in the form of tabulations and then analyzed by using mean ranks Kendall's W concordance test and Spearman rank correlation test with SPSS 18. The results of analysis self couching indicator by the highest rank is the ability of using extentionist and the lowest is the ability of using the training opportunities. The highest rank of management indicators is the ability of planning and the lowest rank is the ability of*

*doing the plan. The highest rank of social indicators is the ability of cooperation in the farmer group and the lowest rank is the ability of making cooperation with counterpart. The highest rank of marketing process indicators is the ability of marketing information accessibility and the lowest rank is the ability of making partnership cooperation. The highest rank of marketing concept indicators is the knowledge of customer wants and the lowest rank is the knowledge of customer demands. The highest rank of marketing mix indicator is the knowledge of place and the lowest rank is the knowledge of price. Indicator of self couching with the marketing process and the marketing concept showed a significant correlation but not significant to the marketing mix. Management indicators with marketing process, marketing concepts, and marketing mix showed a significant correlation. Social indicators correlated very significantly to the marketing process, correlated significantly to the marketing concepts and correlated non significantly to the marketing mix variable.*

**Key Words :** *Independence of farmers, marketing process, result of the rubber plant.*

## PENDAHULUAN

Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar memiliki pengembangan agribisnis di Provinsi Riau. Komoditas perkebunan merupakan komoditas ekspor atau bahan baku ekspor. Perkebunan adalah karet, kelapa sawit dan gambir.

Berdasarkan hasil survei, ada dua kondisi petani di Desa Gunung Bungsu, yaitu petani yang sadar akan kebutuhan pengembangan dan petani yang belum sadar akan kebutuhan pengembangan. Tugas penyuluh pertanian harus menyesuaikan dengan kondisi ini. Kepada petani yang sudah sadar akan kebutuhan pengembangannya, penyuluh berperan memfasilitasi segala kebutuhannya, sedangkan kepada petani yang belum sadar akan kebutuhan pengembangan, penyuluh berperan menyadarkan akan kebutuhan riilnya dengan cara memfasilitasi untuk pemenuhannya.

Petani di Desa Gunung Bungsu belum dapat memasarkan hasil produksi tanaman karetinya dengan cara mandiri. Petani Desa Gunung Bungsu memasarkan hasil produksi melalui tengkulak dengan rantai pemasaran yang relatif panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk : a) mendeskripsikan tingkat kemandirian petani dalam proses pemasaran hasil tanaman karet; b) menganalisis faktor-faktor yang ber-

hubungan dengan kemandirian petani dalam pemasaran hasil tanaman karet.

## METODE

Lokasi penelitian adalah di Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Penelitian dilaksanakan mulai tanggal 17 Maret 2013 sampai dengan 12 Mei 2013.

Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok petani yang berada di Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar dengan mata pencarian utamanya sebagai petani karet sebanyak 146 orang yang terdiri atas empat kelompok petani yaitu Kelompok Harapan 34 orang, Mekar 37 orang, Sepakat 34 orang dan Bukit Indah 41 orang.

Jumlah sampel sebanyak 40 orang berasal dari empat kelompok petani yang ditentukan dengan kriteria petani yang tingkat pendidikannya Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SLTP)/ sederajat dengan rata-rata umur 45-55. Pengambilan sampel menggunakan metode pemilihan sampel secara sengaja (*purposive sampling*) yang berasal dari anggota kelompok petani yang melakukan usaha tanaman karet.

Data primer yang dikumpulkan dalam kegiatan penelitian ini terdiri atas: umur responden, tingkat pendidikan (formal dan/atau non formal), pengalaman

berusahatani tanaman karet, luas lahan garapan, motivasi berusahatani karet, pendapatan petani, ketersediaan informasi, ketersediaan sarana produksi, interaksi dengan lembaga keuangan, interaksi dengan lembaga pemasaran, interaksi dengan lembaga penyuluhan, interaksi dengan koperasi, kemandirian petani dalam proses perencanaan, kemandirian petani dalam manajemen permodalan, kemandirian petani dalam proses produksi, kemandirian petani dalam pemasaran hasil produksi, dan kemandirian petani dalam menjalin dan menentukan pola kemitraannya.

Data sekunder yang dikumpulkan diperoleh melalui penelusuran pustaka dan dokumen, antara lain: Buku Potensi Desa Gunung Bungsu, data-data yang terkait dengan pelaksanaan penanaman karet di kantor BPP, dan hasil-hasil penelitian serta informasi-informasi lain yang relevan.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang berisi seperangkat pertanyaan yang dijabarkan dari peubah-peubah penelitian. Agar data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, instrumen penelitian telah diuji terlebih dahulu baik validitas maupun reliabilitasnya.

Koefisien reliabilitas dihitung menggunakan rumus *Cronbach-alpha* :

$$k \text{ Vi } \alpha = 1 - k - 1 \text{ Vt}$$

Keterangan:

A = koefisien reliabilitas alat ukur;

K = banyaknya butir pertanyaan;

Vi = varian butir pertanyaan;

V1 = variasi total

Penghitungan nilai koefisien reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak program komputer SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Hasil uji reliabilitas uji coba terhadap kuesioner menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) instrumen uji menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 18 didapat hasil *Cronbach's Alpha* 0,833. Berdasarkan hasil uji validitas,

instrumen tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dalam pengumpulan data kemandirian petani dalam proses pemasaran hasil tanaman karet. Nilai tersebut berada di atas angka kritis taraf 1 % (0,765), maka pernyataan-pernyataan dalam daftar kuesioner adalah valid (Singarimbun dan Effendi, 1995).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dalam bentuk kuesioner yang berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup dengan tujuan untuk memudahkan responden dalam menjawabnya. Variabel, indikator, parameter dan skala pengukuran tersaji pada Tabel 1.

Data yang terkumpul ditabulasikan dalam bentuk tabel frekuensi, dan dikelompokkan ke dalam tiga kategori berdasarkan nilai tengah ( $\mu$ ) dan simpangan baku ( $sd$ ). Data tersebut kemudian diuji dengan menggunakan uji statistik non-parametrik, yaitu uji Korelasi Rank-Spearman untuk mengetahui hubungan antara kemandirian petani dalam melakukan usaha pemasaran tanaman karet dengan beberapa peubah terpilih dari faktor internal maupun dari faktor eksternal.

Sugiyono (2001) menyatakan bahwa Korelasi Rank-Spearman dapat digunakan untuk mencari hubungan atau untuk melakukan uji nyata terhadap hipotesis asosiatif bila masing-masing peubah yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar peubah tidak harus sama. Rumus untuk menghitung besarnya korelasi adalah:

$$P = 1 - \frac{6 \sum di^2}{N(n-1)}$$

Keterangan:

P = koefisien korelasi

1 dan 6 = konstanta

di = selisih peringkat data ke – I

n = jumlah data

Koefisien korelasi Rank-Spearman antar peubah dihitung dengan menggunakan perangkat lunak komputer program statistik SPSS 18.

Tabel 1. Variabel, indikator, parameter dan skala pengukuran

| Variabel    | Indikator        | Parameter                                                         | Skala Pengukuran |
|-------------|------------------|-------------------------------------------------------------------|------------------|
| Kemandirian | Pembinaan diri   | - Kemampuan memanfaatkan sumber informasi                         | 1-4              |
|             |                  | - Kemampuan pemanfaatan tenaga penyuluh                           |                  |
|             |                  | - Pengetahuan berbagi pengetahuan                                 |                  |
|             |                  | - Kemampuan memanfaatkan peluang-peluang pelatihan                |                  |
|             | Manajemen        | - Kemampuan dalam mengambil keputusan                             | 1-4              |
|             |                  | - Kemampuan dalam membuat perencanaan dalam setiap kegiatan       |                  |
|             |                  | - Kemampuan melaksanakan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan |                  |
|             |                  | - Kemampuan untuk menghasilkan produksi yang bermutu              |                  |
|             | Sosial           | - Kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sekitar                | 1-4              |
|             |                  | - Kemampuan melakukan kerjasama dalam kelompok                    |                  |
|             |                  | - Kemampuan melakukan kerjasama antar kelompok                    |                  |
|             |                  | - Kemampuan menjangkau kerjasama kemitraan                        |                  |
| Pemasaran   | Proses Pemasaran | - Kemampuan memasarkan produksi                                   | 1-4              |
|             |                  | - Kemampuan mengakses informasi pasar                             |                  |
|             |                  | - Kemampuan menjalin kemitraan                                    |                  |
|             |                  | - Rantai pemasaran                                                |                  |
|             | Konsep pemasaran | - Kebutuhan                                                       | 1-4              |
|             |                  | - Keinginan                                                       |                  |
|             |                  | - Permintaan                                                      |                  |
|             |                  | - Produk                                                          |                  |
|             | Bauran Pemasaran | - Harga                                                           | 1-4              |
|             |                  | - Tempat                                                          |                  |
|             |                  | - Promosi                                                         |                  |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sumber Daya Manusia

Jumlah penduduk di Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar sebanyak 1.655 jiwa yang terdiri atas dari laki-laki 946 jiwa dan perempuan 709 jiwa dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 314 jiwa. Jumlah penduduk menurut golongan umur dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah penduduk menurut golongan umur di desa gunung bungsu tahun 2013.

| No. | Umur (Th) | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|-----|-----------|---------------|----------------|
| 1.  | 0 – 9     | 335           | 20             |
| 2.  | 10 - 19   | 263           | 16             |
| 3.  | 20 - 29   | 295           | 18             |
| 4.  | 30 - 39   | 299           | 18             |
| 5.  | 40 - 49   | 273           | 16             |
| 6.  | 50 - 59   | 163           | 10             |
| 7.  | > 60      | 27            | 2              |
|     | Total     | 1655          | 100            |

Sumber : Monografi BPP Desa Gunung Bungsu Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang masih produktif cukup banyak yaitu berada pada usia 20-29 tahun sebanyak 335 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa potensi sumberdaya manusia yang berada di Desa Gunung Bungsu cukup potensial untuk kegiatan budidaya perkebunan.

Salah satu faktor yang menentukan kualitas sumberdaya manusia adalah

pendidikan, baik pendidikan formal maupun non-formal. Di Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar yang masih belum/tidak sekolah masih cukup banyak, dan jumlah penduduk yang tamat Perguruan Tinggi masih sedikit. Untuk mengetahui tingkat pendidikan di Desa Gunung Bungsu dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah penduduk menurut jenis pendidikan di desa gunung bungsu tahun 2013.

| No. | Jenis Pendidikan    | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|-----|---------------------|---------------|----------------|
| 1.  | Belum/Tidak Sekolah | 347           | 21             |
| 2.  | SD                  | 618           | 37             |
| 3.  | SLTP/Sederajat      | 422           | 25             |
| 4.  | SLTA/Sederajat      | 212           | 13             |
| 5.  | Akademi             | 25            | 2              |
| 6.  | P.T                 | 31            | 2              |
|     | Total               | 1655          | 100            |

Sumber : Monografi BPP Desa Gunung Bungsu Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 2, jumlah penduduk yang belum/tidak sekolah merupakan penduduk yang masih balita dan penduduk yang sudah usia lanjut. Penduduk Desa Gunung Bungsu paling banyak adalah lulusan SD yaitu 618 jiwa. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan di Desa Gunung Bungsu masih rendah, sehingga diperlukan upaya peningkatan standar mutu pendidikan, baik melalui sekolah formal maupun non-formal yang berorientasi pada keterampilan oleh pemerintah setempat.

Selain itu, hal ini juga menunjukkan agar rencana penyuluhan yang akan dilakukan harus sesuai dengan tingkat wawasan mereka yang sebagian besar hanya lulusan Sekolah Dasar.

Pekerjaan penduduk di wilayah Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar sangat beragam. Jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah penduduk menurut pekerjaan di desa gunung bungsu tahun 2013.

| No. | Pekerjaan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|-----|-----------|----------------|----------------|
| 1.  | Petani    | 762            | 92             |
| 2.  | Pedagang  | 27             | 3              |
| 3.  | PNS       | 30             | 4              |
| 4.  | ABRI      | 4              | 0,6            |
| 5.  | Tukang    | 2              | 0,4            |
|     | Total     | 825            | 100            |

Sumber : Monografi BPP Desa Gunung Bungsu Tahun 2013

Berdasarkan Tabel 3, penduduk yang pekerjaannya sebagai petani lebih banyak dibandingkan dari pekerjaan penduduk lainnya, hal ini menunjukkan bahwa penduduk di Desa Gunung Bungsu masih memanfaatkan sumberdaya alam yang ada dan memilih bekerja sebagai petani.

Keadaan kelompok tani yang ada di Desa Gunung Bungsu berjumlah 14

kelompok hamparan yang tersebar disetiap Rukun warga (RW). Kelas kelompok tani tersebut adalah Belum berkelompok (BK), Permula (P), Lanjut (L), Madya (M) dan Utama (U). Jumlah kelompok tani berdasarkan karakteristik kelompok dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik kelompok tani di desa gunung bungsu tahun 2013.

| No. | Nama Kelompok Tani | Kelas Kelompok Tani |   |   |   |   | Jumlah Anggota (orang) |
|-----|--------------------|---------------------|---|---|---|---|------------------------|
|     |                    | BK                  | P | L | M | U |                        |
| 1.  | Harapan            |                     | V | - | - | - | 17                     |
| 2.  | Mahati Sakato      |                     | V | - | - | - | 17                     |
| 3.  | Inisiatif          |                     | V | - | - | - | 18                     |
| 4.  | Tunas Harapan      |                     | V | - | - | - | 18                     |
| 5.  | Kembang            |                     | V | - | - | - | 20                     |
| 6.  | Sungai Ubanh       |                     | V | - | - | - | 16                     |
| 7.  | Pincuran Tujuh     |                     | V | - | - | - | 17                     |
| 8.  | Payung Sekaki      |                     | - | V | - | - | 23                     |
| 9.  | Bukit Indah        |                     | V | - | - | - | 15                     |
| 10. | Sepakat            |                     | V | - | - | - | 20                     |
| 11. | Mekar              |                     | V | - | - | - | 15                     |
| 12. | Kembang            |                     | V | - | - | - | 15                     |
| 13. | Sumber Harapan     |                     | V | - | - | - | 15                     |
| 14. | Elok Basamo        |                     | V | - | - | - | 15                     |

Sumber : Monografi BPP Desa Gunung Bungsu Tahun 2013

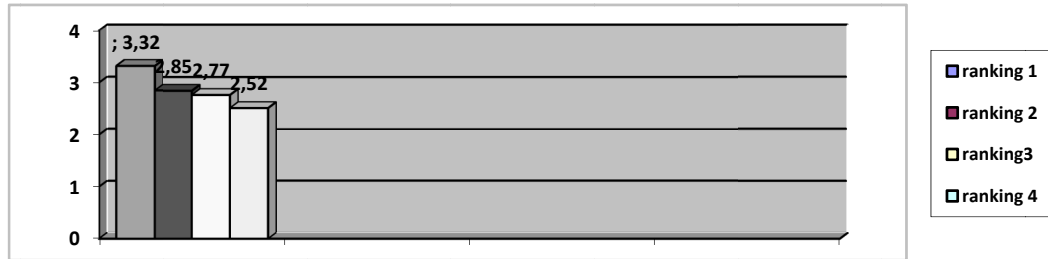
Berdasarkan Tabel 5, kelompok tani di Desa Gunung Bungsu berada pada kelas Pemula yaitu 13 Kelompok dan kelas Lanjut hanya satu kelompok tani, yaitu Kelompok tani Payung Sekaki.

### Kemandirian

Dari hasil jawaban kuesioner oleh responden setelah dianalisis dengan menggunakan uji keselarasan Kendall W diperoleh ranking pada tiap-tiap indikator. Rincian rangking tersaji apada Tabel 6.

Tabel 6. Parameter pembinaan diri

| No. | Parameter                                        | Rata-rata | Ranking |
|-----|--------------------------------------------------|-----------|---------|
| 1.  | Kemampuan memanfaatkan sumber informasi          | 2.85      | 2       |
| 2.  | Kemampuan memanfaatkan tenaga penyuluh           | 3.32      | 1       |
| 3.  | Kemampuan berbagi pengetahuan                    | 2.77      | 3       |
| 4.  | Kemampuan memanfaatkan peluang-peluang pelatihan | 2.52      | 4       |



Gambar 1. Grafik pembinaan diri

Tabel 6 menggambarkan bahwa indikator tertinggi adalah kemampuan petani memanfaatkan tenaga penyuluh dengan nilai 3,32. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani sudah dapat bekerja sama dengan tenaga penyuluh untuk melaksanakan usahatannya.

Indikator kemampuan petani memanfaatkan sumber informasi dengan nilai 2,85. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani sudah memahami kemudahan-kemudahan dalam mencari informasi, sehubungan para petani karet sudah banyak yang memiliki alat komunikasi untuk memperlancar informasi.

Indikator kemampuan petani dalam berbagi pengetahuan dengan nilai 2,77. Hal ini perlu ditingkatkan karena tidak semuanya petani karet di Desa Gunung Bungsu memiliki pengetahuan yang cukup untuk melaksanakan usahatannya.

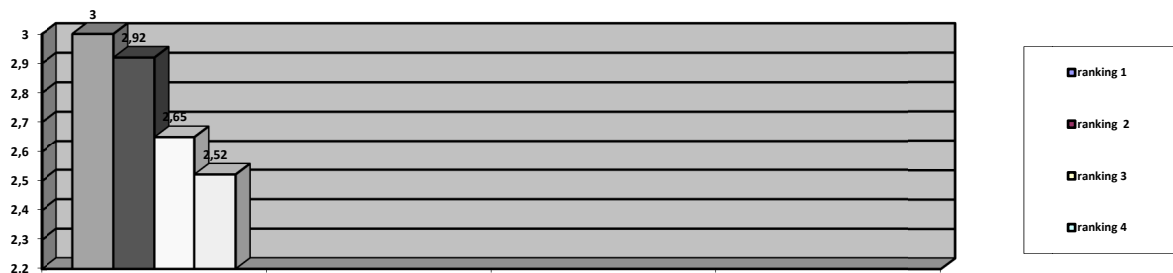
Indikator kemampuan petani dalam memanfaatkan peluang-peluang pelatihan dengan nilai 2,52. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani di Desa Gunung Bungsu masih belum memanfaatkan peluang pelatihan yang ada. Untuk meningkatkan kemampuan

memanfaatkan peluang-peluang pelatihan perlu adanya pembinaan dari pihak terkait yang menerangkan agar petani karet di Desa Gunung Bungsu mau mengikuti pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan pengetahuannya dan keterampilannya.

Pada variabel manajemen, berdasarkan hasil rekapitulasi petani responden yang diperoleh dari jawaban kuesioner dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Parameter manajemen

| No. | Parameter                                                       | Rata-rata | Ranking |
|-----|-----------------------------------------------------------------|-----------|---------|
| 1.  | Kemampuan dalam mengambil keputusan                             | 2.92      | 2       |
| 2.  | Kemampuan dalam membuat perencanaan dalam setiap kegiatan       | 3.00      | 1       |
| 3.  | Kemampuan melaksanakan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan | 2.52      | 4       |
| 4.  | Kemampuan untuk menghasilkan produksi yang bermutu              | 2.65      | 3       |



Gambar 2. Grafik indikator manajemen

Indikator manajemen pada kemampuan dalam membuat perencanaan dalam setiap kegiatan menunjukkan berada pada ranking pertama dengan nilai rata-rata 3.00. Hal ini dapat dikatakan bahwa kemampuan membuat perencanaan dalam setiap kegiatan perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan, karena kemampuan membuat perencanaan dalam setiap kegiatan merupakan hal penting untuk kelancaran kegiatan.

Indikator manajemen pada kemampuan dalam mengambil keputusan berada pada ranking kedua dengan nilai rata-rata 2.92. Hal ini dapat dikatakan bahwa kemampuan dalam mengambil keputusan merupakan kemampuan petani untuk memanfaatkan potensi dirinya sendiri dalam menentukan kebutuhan hidupnya yang dicirikan oleh kemampuan dan kebebasan dalam menentukan pilihan terbaik.

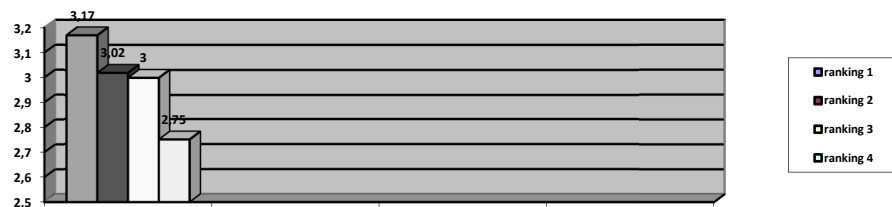
Indikator manajemen pada kemampuan untuk menghasilkan produksi yang bermutu berada pada ranking ketiga dengan nilai rata-rata 2.65. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani di Desa Gunung Bungsu sudah memahami pentingnya menghasilkan produksi bermutu untuk mendapat pendapatan dan kesejahteraan petani.

Dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan yang direncanakan dalam indikator manajemen berada pada ranking terendah dengan nilai rata-rata 2.52. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani karet di Desa Gunung Bungsu masih belum memahami pentingnya perencanaan dalam setiap kegiatan.

Pada variabel manajemen, berdasarkan hasil rekapitulasi petani responden yang diperoleh dari jawaban kuesioner dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Indikator sosial

| No. | Parameter                                        | Rata-rata | Ranking |
|-----|--------------------------------------------------|-----------|---------|
| 1.  | Kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sekitar | 3.02      | 2       |
| 2.  | Kemampuan melakukan kerjasama dalam kelompok     | 3.17      | 1       |
| 3.  | Kemampuan melakukan kerjasama antar kelompok     | 3.00      | 3       |
| 4.  | Kemampuan menjaring kerjasama kemitraan          | 2.75      | 4       |



Gambar 3. Grafik indikator sosial

Indikator kemampuan petani melakukan kerjasama dalam kelompok sudah memperoleh nilai rata-rata 3.17. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa petani karet di Desa Gunung Bungsu sudah melakukan kerjasama dalam kelompok, hal ini perlu dipertahankan agar masing-masing petani karet memiliki rasa kebersamaan dalam setiap melakukan usahatannya.

Indikator kemampuan berinteraksi dengan lingkungan sekitar sudah memperoleh nilai rata-rata 3.02. Dari data tersebut

dapat dilihat bahwa petani karet di Desa Gunung Bungsu sudah melakukan interaksi dengan lingkungannya, hal ini perlu ditingkatkan agar tetap terjalin kerjasama yang lebih baik.

Indikator kemampuan melakukan kerjasama antar kelompok berada pada ranking ketiga dengan nilai rata-rata 3.00. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa petani karet di Desa Gunung Bungsu sudah melakukan kerjasama antar kelompok dalam menunjang kegiatannya.

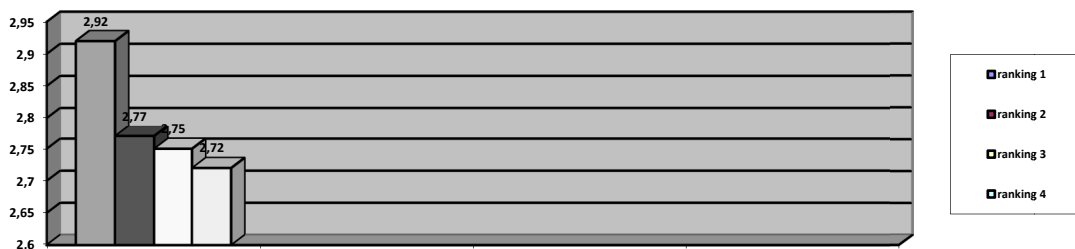
Indikator kemampuan menjaring kerjasama kemitraan berada pada ranking terendah dengan nilai rata-rata 2.75. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani di Desa Gunung Bungsu belum memahami dalam melaksanakan kemitraan dengan pihak lain dalam usahatani, oleh sebab itu menjaring kerjasama perlu dilakukan untuk kelancaran usaha dan memperoleh modal untuk pengembangan usahatani.

### Pemasaran

Pada variabel pemasaran di Desa Gunung Bungsu, berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban petani responden kajian tentang proses pemasaran diperoleh dari jawaban kuesioner dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Indikator proses pemasaran

| No. | Parameter                           | Rata-rata | Ranking |
|-----|-------------------------------------|-----------|---------|
| 1.  | Kemampuan memasarkan produksi       | 2.75      | 3       |
| 2.  | Kemampuan mengakses informasi pasar | 2.92      | 1       |
| 3.  | Kemampuan menjalin kemitraan        | 2.72      | 4       |
| 4.  | Rantai pemasaran                    | 2.77      | 2       |



Gambar 4. Grafik indikator proses pemasaran

Indikator kemampuan petani dalam mengakses informasi pasar berada pada ranking tertinggi dengan nilai rata-rata 2.92. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa petani di desa Gunung Bungsu sudah banyak petani dalam mengakses informasi pasar, hal ini disebabkan sudah banyaknya alat komunikasi, yang mana sudah merupakan kebutuhan untuk memperlancar informasi.

Indikator rantai pemasaran berada pada ranking kedua dengan nilai rata-rata 2.77. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa rantai pemasaran di Desa Gunung Bungsu dalam memasarkan hasil panennya petani menjual hasil panennya secara langsung kepada pedagang pengumpul atau agen di pasar-pasar local.

Indikator kemampuan petani dalam memasarkan produksi berada pada ranking

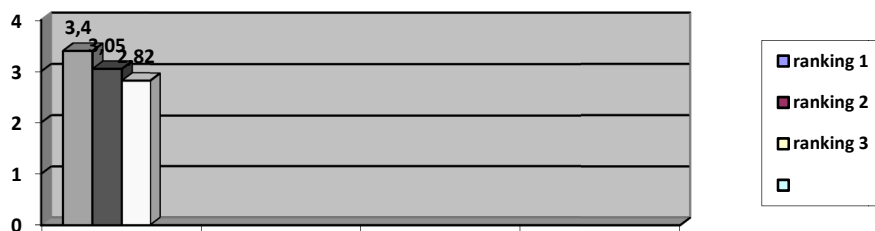
ketiga dengan nilai rata-rata 2.75. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa petani dalam memasarkan produksinya dilakukan dengan cara menjual langsung ke pedagang pengecer.

Indikator kemampuan petani menjalin kemitraan berada pada ranking terendah dengan nilai rata-rata 2.72. Hal ini dapat dikatakan bahwa petani di Desa Gunung Bungsu tidak semuanya petani menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk melakukan kerjasama dalam pengembangan usahatani.

Pada variabel pemasaran di Desa Gunung Bungsu, berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban petani responden kajian tentang konsep pemasaran diperoleh dari jawaban kuesioner dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Indikator konsep pemasaran

| No. | Parameter  | Rata-rata | Ranking |
|-----|------------|-----------|---------|
| 1.  | Kebutuhan  | 3.05      | 2       |
| 2.  | Keinginan  | 3.40      | 1       |
| 3.  | Permintaan | 2.82      | 3       |



Gambar 5. Grafik indikator konsep pemasaran

Pada konsep pemasaran, keinginan berada pada ranking tertinggi dengan nilai rata-rata 3.40. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa petani di Desa Gunung Bungsu memiliki keinginan untuk melakukan usahatani dengan baik untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarganya.

Pada konsep pemasaran, kebutuhan berada pada ranking kedua dengan nilai rata-rata 3.05. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa petani di Desa Gunung bungsu dapat memenuhi kebutuhan dalam berusahatani.

Pada konsep pemasaran, permintaan berada pada ranking terendah dengan nilai rata-rata 2.82. Dari data tersebut dapat dilihat

bahwa petani di Desa Gunung Bungsu dalam usahatannya belum dapat memenuhi permintaan pasar.

Pada variabel pemasaran di Desa Gunung Bungsu, berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban petani responden kajian tentang bauran pemasaran diperoleh dari jawaban kuesioner dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Indikator bauran pemasaran

| No. | Parameter | Rata-rata | Ranking |
|-----|-----------|-----------|---------|
| 1.  | Produk    | 3.15      | 2       |
| 2.  | Harga     | 2.60      | 4       |
| 3.  | Tempat    | 3.97      | 1       |
| 4.  | Promosi   | 2.67      | 3       |



Gambar 6. Grafik indikator bauran pemasaran

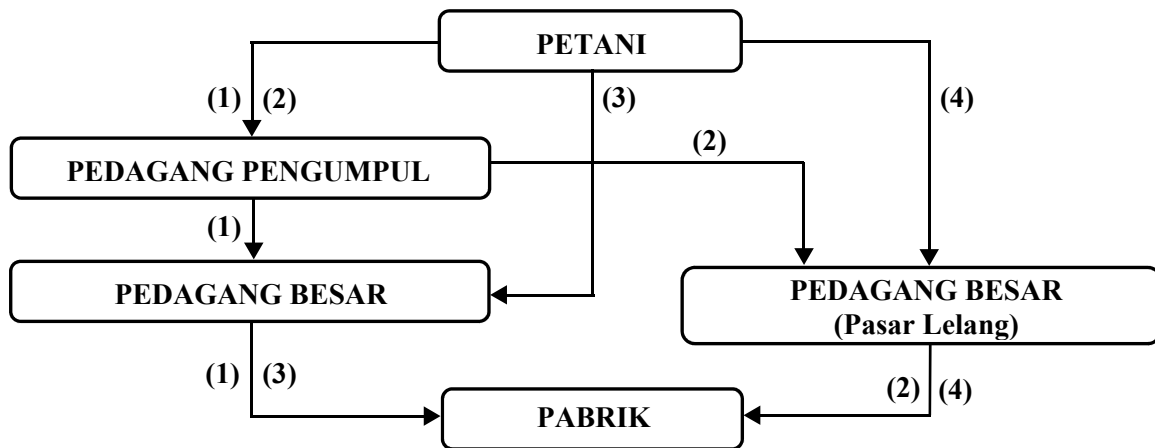
Berdasarkan Tabel 11 indikator tertinggi adalah indikator tempat dengan nilai rata-rata 3.97, kedua adalah produk dengan nilai rata-rata 3.15, ketiga adalah promosi dengan nilai rata-rata 2.67 dan keempat adalah harga dengan nilai rata-rata 2.60.

Permasalahan utama yang sering dihadapi petani karet adalah harga jual yang berfluktuasi dan tidak jarang terjadi penurunan yang cukup tajam. Petani hanya mendapatkan informasi harga dari pedagang. Pada umumnya petani hanya menerima harga

yang ditentukan oleh pedagang/agen maupun pedagang besar.

Petani sebenarnya bebas untuk menjual kepada siapa saja namun perbedaan harga antar pedagang relatif kecil sehingga petani tidak memiliki banyak pilihan. Pada kasus-kasus tertentu petani terpaksa menjual karetnya pada pedagang tertentu karena terikat hutang misalnya pada pedagang yang memiliki toko kebutuhan sehari-hari. Petani biasanya mengambil barang kebutuhannya dan membayarnya dengan menjual karet pada pemilik toko/warung.

Pemasaran karet dilakukan petani secara langsung kepada pedagang pengumpul atau agen di pasar-pasar lokal. Para pedagang pengumpul pada umumnya telah memiliki hubungan sebagai pelanggan dengan beberapa petani di setiap pasar lokal. Penetapan harga karet biasanya dilakukan dengan memeriksa kualitas dan kadar air karet. Pedagang pengumpul kemudian menjual kembali karet dalam jumlah yang lebih besar (2 - 4 ton) kepada pedagang besar. Pedagang besar selanjutnya menjual ke pabrik karet. Untuk lebih mengetahui rantai pemasaran yang ada di Desa Gunung Bungsu dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Saluran pemasaran karet di desa gunung bungsu

Hasil analisis margin, saluran dan efisiensi pemasaran karet di Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar dapat dilihat pada tabel 12 yaitu pembelian dan

penjualan yang dilakukan oleh petani dan pedagang dalam pemasaran hasil tanaman karet.

Tabel 12. Analisis margin, saluran dan efisiensi pemasaran karet di desa gunung bungsu kecamatan XIII koto kampar

| No. | Uraian                    | Saluran I | Saluran II | Saluran III | Saluran IV |
|-----|---------------------------|-----------|------------|-------------|------------|
| A   | PETANI                    |           |            |             |            |
| 1.  | Harga jual (Rp)           | 9,150     | 9,300      | 10,500      | 10,500     |
| B   | PEDAGANG PENGUMPUL        |           |            |             |            |
| 1.  | Harga Beli                | 9,150     | 9,300      |             |            |
| 2.  | Biaya Pemasaran           | 40        |            |             |            |
|     | a. Muat                   | 40        |            |             |            |
|     | b. Bongkar                | 100       |            |             |            |
|     | c. Transportasi/retribusi | 612       |            |             |            |
|     | d. Penyusutan (8%)        | 20        | 20         |             |            |
|     | e. Timbang                | 0         | 0          |             |            |
|     | Total biaya pemasaran     | 812       | 20         |             |            |

Tabel 12. (Lanjutan)

| No. | Uraian                    | Saluran I | Saluran II | Saluran III | Saluran IV |
|-----|---------------------------|-----------|------------|-------------|------------|
| 3.  | Keuntungan                | 538       | 1,680      |             |            |
| 4.  | Harga jual                | 10,500    | 11,000     |             |            |
| C.  | PEDAGANG BESAR            |           |            |             |            |
| 1.  | Harga beli                | 10,500    | 11,000     | 10,500      | 10,500     |
| 2.  | Biaya Pemasaran           |           |            |             |            |
|     | a. Muat                   | 100       | 100        | 100         | 100        |
|     | b. Bongkar                | 100       | 100        | 100         | 100        |
|     | c. Transportasi/retribusi | 410       | 410        | 410         | 410        |
|     | d. Penyusutan (8%-2%)     | 1,498     | 940        | 880         | 800        |
|     | e. Timbang                |           | 0          | 0           | 0          |
|     | f. Lain-lain              | 100       | 0          | 0           | 0          |
|     | Total biaya pemasaran     | 2,208     | 1,550      | 1,490       | 1,410      |
| 3.  | Keuntungan                | 792       | 950        | 1,510       | 1,590      |
| 4.  | Harga jual                | 13,500    | 13,500     | 13,500      | 13,500     |
| D.  | PABRIK KARET              |           |            |             |            |
| 1.  | Harga beli                | 13,500    | 13,500     | 13,500      | 13,500     |
|     | Marjin Pemasaran          | 4,350     | 4,200      | 3,000       | 3,000      |
|     | Efisiensi Operasional     | 4.47      | 8.59       | 9.06        | 9.57       |

Berdasarkan Tabel 12, saluran yang paling efisien adalah saluran IV. Saluran IV dikatakan efisien karna memiliki efisiensi yang tertinggi (9,57). Hal ini sesuai dengan pendapat Nasruddin dan Musyadar (2010), efisiensi operasional diukur dengan menggunakan rasio output pemasaran terhadap input pemasaran.

Saluran pemasaran yang efisien dapat menurunkan biaya pemasaran sehingga keuntungan pemasaran lebih besar dan harga yang diterima petani menjadi lebih tinggi. Namun yang lebih penting lagi seperti yang dikemukakan Mubyarto (1995) sistem

pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan harga semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut.

#### Hubungan Kemandirian Petani dalam Proses Pemasaran Karet

Faktor-faktor yang berhubungan antara kemandirian dan pemasaran dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Hasil analisis uji korelasi *Rank Spearman*

|                |                | Proses Pemasaran | Konsep Pemasaran | Bauran Pemasaran |
|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
| Spearman's rho | Pembinaan Diri | .333*            | .397*            | .310             |
|                |                | .036             | .011             | .051             |
|                |                | 40               | 40               | 40               |
|                | Manajemen      | .341*            | .335*            | .374*            |
|                |                | .032             | .035             | .017             |
|                |                | 40               | 40               | 40               |
|                | Sosial         | .565**           | .372*            | .267             |
|                |                | .000             | .018             | .096             |
|                |                | 40               | 40               | 40               |

Keterangan : \* Menunjukkan taraf kepercayaan 0.05

\*\* Menunjukkan taraf kepercayaan 0.01

Berdasarkan Tabel 13 pembinaan diri sangat berhubungan nyata dengan proses pemasaran dengan nilai korelasi 0,333, menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda bintang dua (\*\*) artinya korelasi signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,01. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,036, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah. Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Pembinaan diri berhubungan nyata dengan proses pemasaran dengan nilai korelasi 0,397, menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda bintang satu (\*) artinya korelasi signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,05. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,011, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah. Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Manajemen berhubungan nyata dengan proses pemasaran dengan nilai korelasi 0,341. Hal ini menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda bintang satu (\*) artinya korelasi signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,05. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,032, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah. Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Manajemen berhubungan nyata dengan konsep pemasaran dengan nilai korelasi 0,335. Hal ini menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda

bintang satu (\*) artinya korelasi signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,05. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,035, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah. Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Manajemen berhubungan nyata dengan bauran pemasaran dengan nilai korelasi 0,310. Hal ini menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda bintang satu (\*) artinya korelasi signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,05. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,051, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah.

Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Hubungan sosial sangat berhubungan nyata dengan proses pemasaran dengan nilai korelasi 0,565. Hal ini menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda bintang dua (\*\*) artinya korelasi signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,01. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,000, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah.

Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Hubungan sosial sangat berhubungan nyata dengan konsep pemasaran dengan nilai korelasi 0,372. Hal ini menunjukkan derajat keeratan hubungan sedang atau cukup, dan tanda bintang dua (\*\*) artinya korelasi

signifikan pada angka signifikansi sebesar 0,05. Melihat nilai signifikansi (2 tailed) sebesar 0,018, maka hubungan kemandirian petani terhadap pemasaran yaitu signifikan dan mempunyai 2 arah (2 tailed) yaitu dapat searah dan tidak searah. Melihat arah korelasi antara hubungan kemandirian petani dengan pemasaran angka koefisien korelasi positif, maka korelasinya keduanya searah.

Indikator pembinaan diri dan indikator bauran pemasaran tidak mempunyai hubungan. Hal ini menunjukkan perlu dilakukannya aksi penyuluhan terhadap petani tentang bauran pemasaran agar tercapai kemandirian dalam proses pemasaran hasil tanaman karet.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada indikator pembinaan diri yang menunjukkan ranking tertinggi adalah kemampuan memanfaatkan penyuluh dan terendah kemampuan memanfaatkan peluang pelatihan. Indikator manajemen ranking tertinggi adalah kemampuan dalam membuat perencanaan dan ranking terendah kemampuan dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana. Indikator sosial ranking tertinggi adalah kemampuan bekerjasama dalam kelompok dan terendah kemampuan menjaring kerjasama kemitraan. Indikator proses pemasaran ranking tertinggi adalah kemampuan mengakses informasi pasar dan ranking terendah kemampuan menjalin kemitraan. Indikator konsep pemasaran ranking tertinggi adalah pengetahuan keinginan pelanggan dan terendah pengetahuan permintaan pelanggan. Indikator bauran pemasaran ranking tertinggi adalah pengetahuan bauran tempat dan terendah pengetahuan bauran harga. Indikator pembinaan diri berkorelasi signifikan terhadap proses pemasaran dan konsep pemasaran akan tetapi tidak signifikan dengan bauran pemasaran. Indikator manajemen berkorelasi signifikan dengan proses pemasaran, konsep pemasaran dan bauran pemasaran. Indikator sosial berkorelasi sangat

signifikan dengan proses pemasaran dan signifikan dengan konsep pemasaran serta tidak signifikan dengan bauran pemasaran.

### DAFTAR PUSTAKA

- Bahar A, 2008. *Manajemen Organisasi*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Balai Penyuluhan Pertanian XIII Kampar, 2007. *Programa Penyuluhan Pertanian Tahun 2012*. Kampar : Pemerintah Kabupaten.
- Deptan, 2007. Peraturan Menteri Pertanian No. 273/Kpts/OT-160/4/2007. *Tentang Pedoman Pembinaan Kelembagaan Petani*. Jakarta : Departemen Pertanian.
- Jokosusilo.com, 2012. *Hal Penting Dalam Proses Pemasaran*, Jakarta, 2012
- Kotler dan Gary Armstrong (2010), *Strategi Dalam Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Mardikanto, 2009. *Sistem Penyuluhan Pertanian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. (UNS) Press.
- Mubyarto, 1995, *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : LP3ES.
- Monografi Desa Gunung Bungsu Kecamatan XIII Koto Kampar, 2012
- Nasruddin, Wasrob dan Musyadar, Achmad. 2010. *Tata Niaga Pertanian*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Parker, KL, 2005. *Menumbuhkan Kemandirian*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Permentan, 2008. *Pedoman Pembinaan Penyuluh Pertanian Swadaya dan Penyuluh Pertanian Swasta*. Jakarta : Kementan.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3S.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.