EFISIENSI OPERASIONAL DAN KETERPADUAN PASAR DALAM TATANIAGA KARET RAKYAT DI PROVINSI JAMBI

Zainuddin[1]

Abstract

As for the purpose of trading system in agricultural research activities are: (1) Identify the formation of channel trading system of smallholder rubber in Jambi province. (2) Knowing the achievement of operational efficiency in the trading system of smallholder rubber in Jambi province. (3) Analyze the market integration occurs in the trading system of smallholder rubber in Jambi province. Number of samples intermediary merchants at least 50 percent in each intermediate level ie village traders and wholesalers districts / counties. Quantitative analysis is used to assess the operational efficiency of rubber covering margin trading system trading system, the analysis section rubber prices received by farmers (farmer's share), the balance of benefit and cost analysis trading system institutions, and integration of the rubber market.

Generally found three rubber trading system channels people are salauran I (farmers - rural traders - wholesalers - Crumb Rubber processing plant), channel II (farmers - traders village - processing plant), and channel III (farmers market - auction - factory Crumb Rubber processing). was oligopsoni with moderate to loose tightness levels. Operational efficiencies through the gum line auction market trading system in rural areas is higher than the traditional rubber trading system channels (intermediate traders rubber) based on differences in margin trading system, the prices received by farmers, and the balance of benefits and costs are taken institute rubber trading system. In the short term does not occur rubber market integration between farmers and the market rate or the rate of referral rubber processing plants, but in the long run market integration tends to be rubbery.

Key word: Efficiency, Market, Rubber

PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian dapat berjalan dengan baik apabila dilakukan dengan pendekatan sistem agribisnis. Pendekatan sistem agribisnis dinilai sangat strategis antara lain karena: (1) keterkaitan antar sektor akan semakin kuat sehingga program pengembangan pertanian dan sektor lainnya harus selaras dan saling menunjang; (2) nilai tambah terbesar diperoleh dari pengolahan dan tataniaga sehingga kedua bidang ini harus dikembangkan untuk meningkatkan nilai tambah sektor pertanian; (3) pengembangan agribisnis terkait langsung dengan pembangunan pedesaan sehingga diharapkan mampu memecahkan masalah ketenagakerjaan, meningkatkan pendapatan dan mengentaskan kemiskinan di pedesaan.

Agrisbisnis di Indonesia dicirikan oleh dualisme antara usaha yang berskala besar dan kecil. Agribisnis skala besar, yaitu kegiatannya mencakup semua sistem agribisnis. Sedangkan agribisnis skala kecil adalah agribisnis skala rumah tangga termasuk petani yang memerlukan bantuan finansial dan penyuluhan di bidang teknis dan tataniaga, sehingga memerlukan keterlibatan pemerintah yang lebih intensif dalam pelayanan dan pembinaannya. Agribisnis skala kecil dicirikan oleh rendahnya tingkat teknologi, permodalan, manajerial, aksesibilitas, pemasaran, efisiensi dan kualitas produk (Adiratma, 1997). Agribisnis adalah suatu pendekatan untuk memahami dan menjalankan kegiatan pertanian yang merupakan rangkaian kegiatan beberapa subsistem yang antara subsistem tersebut mempengaruhi satu sama lain. Subsistem tersebut adalah: (1) subsistem pengadaan faktor produksi atau input pertanian (*upstream industry*); (2) subsistem produksi usahatani (*farm production*); (3) subsistem pengolahan hasil (*down stream industry*); (4) subsistem tataniaga untuk hasil usahatani (*distribution subsystem*); dan (5) subsistem kelembagaan penunjang (*supporting institution subsystem*). Pengembangan agribisnis di pedesaan merupakan mekanisme yang lebih konkrit dan lebih bersifat melekat (*built-in*) untuk memajukan pembangunan dalam rangka pengentasan kemiskinan.

Komoditas karet merupakan hasil pertanian yang penting untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, terutama peralatan rumah tangga yang menggunakan bahan baku karet, seperti sol sepatu, kursi, slang, sekat, penahan getaran, pelapis kaca mobil, ban, oil seals, demikian banyak ragam kegunaan karet untuk kehidupan sehari-hari.

Provinsi Jambi merupakan salah satu produsen karet di Indonesia yang berperan penting dalam memproduksi karet alam terutama dalam bentuk slab dan Rubber Smoke Sheet. Hal ini terlihat produksi karet mencapai 271.751 ton pada tahun 2008 dan meningkat menjadi 290.439 ton pada tahun 2010 dengan jumlah rumah tangga petani yang terlibat mencapai 246.380 rumah tangga pada tahun 2008 meningkat menjadi 251.011 rumah tangga pada tahun 2010 (BPS, 2011). Betapa pentingnya komoditas karet rakyat sebagai bahan baku industri pengolahan, komoditas ekspor, penyerap tenaga kerja, dan sumber penghasilan utama petani di perdesaan. Kegiatan aliran komoditas karet dari kawasan sentra produksi ke kawasan industri pengolahan karet adalah subsistem penting dalam konsep

[1] Dosen Fak. Pertanian Universitas Batanghari

agribisnis. Peran dari tataniaga karet rakyat menjadi penting dan menonjol disamping dalam peningkatan nilai guna juga terkait tadi dengan sejumlah aspek ekonomi penting tersebut diatas. Petani karet menginginkan kemudahan dalam tataniaga karet dan menerima bagian harga karet yang senantiasa tinggi agar menjadi sumber penghasilan yang memadai dari berusahatani karet. Pihak industri pengolahan karet (Crumb Rubber) sangat menginginkan kecukupan suplai karet sebagai bahan baku industri dengan harga yang lebih rasional dan dapat merangsang petani dalam menghasilkan karet. Terkait dengan itu pemerintah daerah juga secara bertahap telah melakukan perbaikan kelembagaan tataniaga dengan mendirikan sejumlah pasar lelang karet yang melayani desa-desa sentra produksi.

Pasar merupakan suatu tempat dimana penawaran dan permintaan membentuk suatu harga tertentu. Dahl dan Hammond (1977) mengatakan bahwa suatu tempat dapat diartikan sebagai ruang lingkup suatu pasar dimana : 1) kekauatan permintaan dan penawaran dapat bekerja; 2) menentukan atau merubah harga; 3) pemilihan sejumlah barang atau jasa yang dapat dialihkan; dan 4) ditandai oleh tataniaga, kelembagaan, dan fisik tertentu. Pasar dalam pengertian ekonomi adalah ruang atau dimensi dimana kekuatan penawaran dan permintaan bekerja untuk menentukan atau merubah harga (Dahl dan Hammond, 1977). Kotler (2002) mengatakan bahwa pasar merupakan himpunan semua pelanggan potensial yang sama sama mempunyai kebutuhan, keinginan yang mungkin ingin dan mampu terlibat dalam pertukaran untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Pasar dapat pula dirumuskan sebagai organisasi yang memungkinkan pertukaran antara pembeli dan penjual. Organisasi ini mencakup semua fungsi yang diperlukan untuk memungkinkan koordinasi antara pembeli dan penjual dalam proses pertukaran. Tataniaga merupakan rangkaian tahapan fungsi yang dibutuhkan untuk mengubah atau membentuk input atau produk mulai dari titik produsen sampai konsumen akhir (Dahl dan Hammond, 1977). Sedangkan menurut Kohls dan Uhls (2002) tataniaga merupakan suatu peragaan dari semua aktivitas bisnis dalam aliran barang dan jasa mulai dari titik produsen sampai konsumen akhir. Seterusnya Limbong dan Sitorus (1987) mengatakan bahwa tataniaga dalah serangkaian proses kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dan fisik dari barang barang hasil pertanian dan kebutuhan usaha pertanian dari tangan produsen sampai konsumen. Dalam proses distribusi dapat terjadi kegiatan kegiatan tertentu yang menghasilkan perubahan bentuk dari produk untuk tujuan tertentu seperti mempermudah penyalurannya, meningkatkan nilai, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Tataniaga sebagai suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Saefuddin (1981) mendefinisikan tataniaga sebagai kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan bergeraknya barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Saluran tataniaga sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membentu dalam pengalihan hak atas barang dan jasa tertentu yang berpindah dari produsen ke konsumen. Saluran tataniaga merupakan rangkaian lembaga lembaga niaga yang dilalui barang dalam penyalurannya dari produsen ke konsumen (Limbong dan Sitorus, 1987).

Tataniaga merupakan suautu proses dari pada pertukaran yang mencakup kegiatan untuk memindahkan barang dan jasa dari titik produsen ke titik konsumen. Kegiatan ini yang disebut sebagai fungsi tataniaga yang bekerja melalui lembaga tataniaga atau struktur tataniaga. Pada umumnya fungsi tataniaga meliputi :

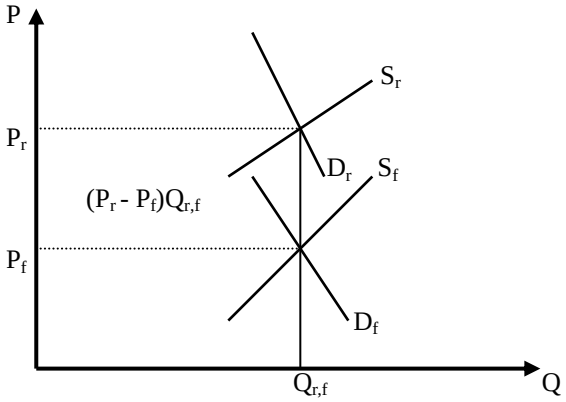
1) Fungsi pertukaran, merupakan kegiatan yang berhubungan dengan perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang di pasarkan. Fungsi pertukaran ini meliputi fungsi pembelian dan fungsi penjualan.
2) Fungsi fisik, adalah semua tindakan yang berhubungan langsung dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, waktu, dan bentuk melalui kegiatan fungsi pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan.
3) Fungsi fasilitas, merupakan semua tindakan yang berhubungan dengan pemberian jasa dan fasilitas dalam mengalirkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi pembiayaan, fungsi penanggungan risiko, fungsi standarisasi dan grading, dan fungsi informasi pasar.

Struktur pasar adalah karakteristik organisasi pasar. Terdapat empat kriteria pasar yang patut dipertimbangkan dalam menentukan struktur pasar, yaitu (1) jumlah dan besar penjual dan pembeli, (2) keadaan produk yang diperjualbelikan, (3) kemudahan masuk dan keluar pasar, dan (4) pengetahuan konsumen terhadap harga dan struktur biaya produksi. Pada umumnya karakteristik jumlah penjual dan keadaan komoditas yang diperjualbelikan merupakan karakteristik utama dalam menentukan struktur pasar (Kolhs dan Uhl , 1985 dan Prasodjo, 1997).

Performan pasar paling tidak dapat diteliti dua dimensi yaitu efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga (Downer dan Ericson, 1989). Efisiensi operasional diarahkan pada usaha meminimalkan biaya dalam hubungannya dengan fungsi tataniaga, yaitu biaya pengolahan,

penyimpanan, dan distribusi atau dalam hubungannya dengan fungsi fisik (Dahl dan Hammond, 1977). Penetapan harga akan efisien jika harga yang terjadi merupakan refleksi yang akurat dari permintaan produk akhir, oleh karenanya akan melahirkan harga harga yang berhubungan dengan fungsi ruang yaitu biaya transportasi, fungsi bentuk yautu biaya pengolahan, dan fungsi waktu yaitu biaya penyimpanan.

Insentif ekonomi merupakan salah satu faktor yang mampu memotivasi petani dalam melakukan kegiatan produksi. Insentif tersebut dapat diketahui melalui besarnya keragaan dan perkembangan marjin tataniaga. Kohls dan Uhls (2002) mendefinisikan marjin tataniaga sebagai perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Marjin tataniaga terdiri dari dua komponen yaitu *marketing cost* dan *marketing profit.* Sedangkan Limbong dan Sitorus (1987) menyatakan bahwa marjin tataniaga sebagai nilai dari jasa jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga mulai tingkat produsen sampai tingkat konsumen akhir. Perbedaan harga tersebut dinamakan marjin tataniaga. Ilustrasi marjin tataniaga dapat digambarkan melalui suatu kurva seperti terlihat dalam Gambar 1. Selama pergerakan hasil hasil pertanian dari produsen ke konsumen terjadi kegiatan pertambahan nilai yang dilakukan oleh lembaga lemnaga tataniaga sehingga kepuasab konsumen dapat ditingkatkan



Gambar 1. Marjin tataniaga antara produsen dan konsumen

Keterangan:
P_r adalah harga tingkat konsumen
P_f adalah harga tingkat produsen
D_f adalah kurva permintaan tingkat produsen
D_r adalah kurva permintaan tingkat konsumen
S_f adalah kurva penawaran tingkat produsen
S_r adalah kurva penawaran tingkat konsumen
$Q_{r,f}$ adalah jumlah keseimbangan tingkat produsen dan konsumen
$P_r - P_f$ adalah marjin tataniaga
$(P_r - P_f)Q_{r,f}$ adalah nilai marjin tataniaga.

Menurut Ravallion (1986) model keterpaduan pasar dapat digunakan untuk mengukur bagaimana harga di pasar lokal dipengaruhi oleh harga di pasar referensi (acuan) dengan mempertimbangkan harga pada waktu tertentu (t) dan harga pada waktu sebelumnya (t-1). Aktivitas pasar pasar tersebut dihubungi oleh adanya arus komoditas pertanian sehingga harga dan jumlah komoditas yang di pasarkan akan berubah bila terjadi perubahan harga di pasar lain. Heytens (1986) dalam suatu sistem pasar yang terintegrasi secara efisien, akan selalu terdapat korelasi positif antara harga di lokasi pasar yang berbeda. Untuk itu penggunaan korelasi dalam model keterpaduan pasar dikembangkan oleh Ravallion (1986). Model yang digunakan oleh Ravallion kemudian diterapkan lebih lanjut oleh Heytens (1986) dalam mengkaji model keterpaduan pasar yang menghasilkan persamaan dugaan berikut ini.

$$\mathbf{P_{it} = \alpha_o + \beta_1 P_{it-i} + \beta_2 (P^*_t - P^*_{t-1}) + \beta_3 P^*_{t-1} + \mu_{it}}$$

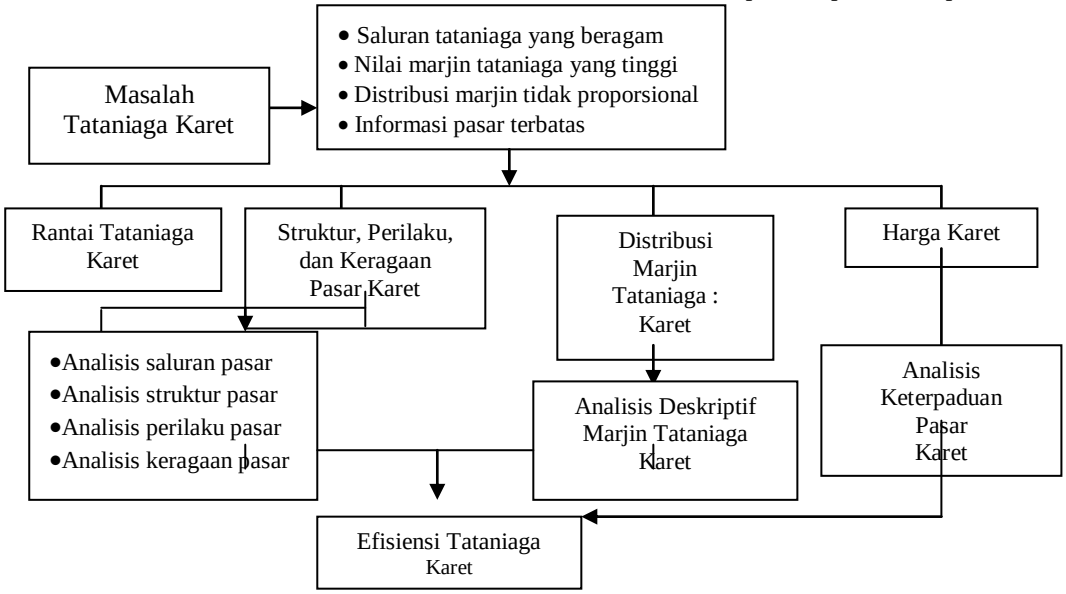
Sehingga Indeks Keterkaitan Pasar pada persamaan (3) menjadi :

$$IKP = \frac{\beta 1}{\beta 3}$$

Adapun integrasi jangka pendek akan terjadi apabila $\beta_2 = 1$, semakin dekat β_2 ke satu maka semakin besar IMC tersebut. Di sisi lain konsep keterpaduan pasar digunakan untuk menggambarkan bagaimana harga pada pasar yang berbeda saling berhubungan, dan merupakan salah satu indikator efisiensi harga dalam tataniaga. Keterpaduan pasar dapat dilihat secara horizontal dan secara vertikal di samping keterpaduan dalam jangka pendek dan keterpaduan jangka panjang. Dengan demikian keterpaduan pasar dapat ditelaah secara spasial antar pasar produsen dan atau antar pasar konsumen maupun antara pasar domestik dan pasar internasional, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai sejauh mana harga suatu pasar mempengaruhi harga yang terjadi di pasar lain serta informasi sebaliknya (Mulyana dan Saefullah, 1996). Untuk mengetahui keterpauan pasar secara horizontal sering digunakan analisis korelasi antara dua pasar sejenis (Monke dan Petzel, 1984; Sexton, et al., 1990; Delgado, 1986; Kuntjoro, 1996).

Struktur pasar yang berbentuk persaingan sempurna merupakan barometer pasar yang efisien, sedangkan untuk pasar persaingan yang tidak sempurna seperti oligopoli, oligopsoni dan monopsoni akan menghasilkan kegiatan yang tidak efisien karena terdapat eksploitasi harga. Struktur pasar (*market structure*) adalah karak teristik organisasi dari sebuah pasar yang mempengaruhi persaingan dan harga antar pasar (Harris, 1979). Selain aspek penawaran (produksi) dan aspek permintaan (konsumsi), aspek yang justru menjadi penghubung kedua aspek tersebut diatas adalah aspek distribusi. Suatu sistem tataniaga dikatakan baik apabila terjadinya integrasi pasar yang kuat baik secara horizontal dan vertikal. Melemahnya integrasi pasar akan mengindikasikan proses tataniaga tidak efisien, karena harga tidak ditransformasikan secara tepat kepasar lainnya baik secara vertikal dan horizontal.

Kegiatan tataniaga adalah suatu kegiatan ekonomi yang berperan menghubungkan kepentingan produsen dan konsumen. Melalui kegiatan tersebut pelaku tataniaga memperoleh imbalan atau jasa sesuai dengan volume dan harga produk pada saat transaksi berdasarkan biaya, risiko, dan pengorbanan yang dikeluarkan dalam proses tataniaga. Sebagian besar produsen hasil pertanian tidak memasarkan produknya secara langsung kepada konsumen, melainkan menggunakan lembaga tataniaga atau pedagang perantara untuk memasarkan produknya. Dengan demikian efisiensi operasional dan keterpaduan pasar karet di provinsi Jambi penting untuk diteliti sehingga dapat diambil kebijakan yang tepat untuk memperbaiki pasar karet. Secara ringkas bagan kerangka pemikiran konseptual dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Operasional Penelitian Tataniaga Karet di Provinsi Jambi.

Permasalahan yang diteliti adalah : (1) Bagaimana sesungguhnya saluran tataniaga karet rakyat di provinsi Jambi. (2) Bagaimana pencapaian efisiensi operasional dalam tataniaga karet rakyat di di provinsi Jambi. (3) Apakah terjadi keterpaduan pasar dalam tataniaga karet rakyat di provinsi Jambi.

Adapun yang menjadi tujuan dalam kegiatan penelitian ini adalah : (1) Mengidentifikasi terbentuknya saluran tataniaga karet rakyat di provinsi Jambi. (2) Mengetahui pencapaian efisiensi operasional dalam tataniaga karet rakyat di provinsi Jambi. (3) Menganalisis terjadi keterpaduan pasar dalam tataniaga karet rakyat di provinsi Jambi.

METODE PENELITIAN

Penentuan sampel petani dalam penelitian ini dilakukan dengan sengaja (purposive). Jumlah responden petani minimal mencapai 10-15 persen dari populasi petani karet rakyat. Penentuan sampel pedagang perantara dilakukan dengan metode *snowball sampling* yaitu dengan cara mengikuti arus aliran komoditas karet dari tingkat petani sampai ke konsumen. Jumlah sampel pedangang perantara minimal 50 persen pada masing masing tingkat perantara yaitu pedagang pengumpul desa dan pedagang besar kecamatan/kabupaten.

Tabel 1. Lokasi Desa Sampel Dalam Penelitian Karet di provinsi Jambi.

No	Komoditas	Lokasi Sampel		
		Kabupaten	Kecamatan	Desa
1	Karet	Tebo	Tebo Ulu	Sungai Alai
		Sarolangun	Pauh	Batu Ampar

Metode analisis data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif, kemudian dilanjutkan dengan langkah langkah pengolahan dan analisis data. Analisis kualitatif bertujuan untuk mengkaji saluran tataniaga, struktur pasar, dan perilaku pasar karet. Analisis kuantitatif digunakan untuk mengkaji efisensi operasional tataniaga karet meliputi marjin tataniaga, analisis bagian harga yang diterima petani karet (*farmer's share*), analisis perimbangan keuntungan dan biaya lembaga tataniaga, dan keterpaduan pasar karet.

Metode analisis efisiensi operasional tataniaga karet

Efisiensi operasional tataniaga karet dapat dikaji dengan menggunakan analisis marjin tataniaga dan penyebarannya, bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*), dan imbangan keuntungan dengan biaya. Marjin tataniaga adalah perbedaan harga pada tingkat petani sebagai produsen dengan harga pada tingkat konsumen. Pada dasarnya marjin tataniaga adalah penjumlahan dari biaya-biaya tataniaga dan keuntungan lembaga yang memberi jasa dalam proses tataniaga. Secara matematis, marjin tataniaga dirumuskan sebagai berikut:

$M_i = P_{Si} - P_{Bi}$

$M_i = C_i - \pi_i$

Dimana : M_i = marjin tataniaga di tingkat ke-i (Rp/kg)

P_{Si} = harga penjualan di tingkat ke-i (Rp/kg)

P_{Bi} = harga pembelian di tingkat ke-i (Rp/kg)

C_i = biaya tataniaga di tingkat ke-i (Rp/kg)

π_i = keuntungan lembaga di tingkat ke-i (Rp/kg)

Dengan demikian total marjin tataniaga pada suatu saluran (M) adalah

$M = M_1 + M_2 + M_3 + ... + M_n$

Serta keuntungan lembaga tataniaga pada tingkat ke-i adalah

$\pi_i = P_{Si} - P_{Bi} - C_i$

Bagian harga yang diterima oleh petani produsen dalam tataniaga komoditas pertanian (*farmer's share*) merupakan perbandingan harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayarkan konsumen. *Farmer's share* berkorelasi negatif dengan marjin tataniaga, artinya semakin tinggi marjin tataniaga maka bagain harga yang diterima petani produsen semakin rendah sebagaimana dirumuskan berikut ini.

$$F_S = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana : F_S adalah *farmer's share*

P_f adalah harga yang diterima petani (Rp/kg)

P_r adalah harga yang dibayar konsumen akhir (Rp/kg)

Analisis rasio keuntungan dan biaya dapat dilihat dari penyebaran marjin tataniaga yaitu persentase keuntungan terhadap biaya tataniaga pada masing masing lembaga tataniaga. Analisis ini untuk mengetahui penyebaran keuntungan dan biaya pada masing masing lembaga tataniaga komoditas pertanian dengan formula :

$$\text{Rasio keuntungan – biaya} = \frac{\Pi i}{Ci} \times 100\%$$

dimana : Πi adalah keuntungan lembaga tataniaga ke-i

Ci adalah biaya lembaga tataniaga ke-i

Metode analisis keterpaduan pasar karet

Pembentukan harga komoditas pertanian pada suatu tingkat lembaga tataniaga atau pasar dipengaruhi oleh pembentukan harga pada lembaga tataniaga atau pasar lainnya dapat dilihat dari keterpaduan pasar. Keterpaduan pasar karet dianalisis dengan menggunakan model *Index Market Connection* (*IMC*) yang telah dikembangkan oleh Ravallion (1986) dan Haytens (1986). Analisis ini digunakan untuk melihat efisiensi harga dalam tataniaga karet. Model ekonometrika yang digunakan untuk menganalisis keterpaduan pasar karet adalah:

$$P_{it} = \beta_1 P_{it-1} + \beta_2 (P_{jt} - P_{jt-1}) + \beta_3 P_{jt-1} + U_t$$

Dimana: P_{it} adalah harga komoditas pertanian di pasar i minggu ke t

P_{it-1} adalah harga komoditas pertanian di pasar i minggu ke t-1

P_{jt} adalah harga komoditas pertanian di pasar j minggu ke t

P_{jt-1} adalah harga komoditas pertanian di pasar j minggu ke t-1

β_i adalah koefisien model (i = 1,2,3)

U_t adalah random error.

Index Market Connection (*IMC*) merupakan rasio dari koefisien variabel lag harga tingkat petani (P_{it-1}) dengan koefisien variabel lag harga pasar acuan atau lainnya (P_{jt-1}) atau dalam bentuk matematis berikut ini :

$$IMC = \frac{\beta 1}{\beta 3}$$

IMC menggambarkan sejauhmana keterpaduan pasar jangka pendek antara pasar tingkat petani produsen dengan pasar acuan atau pasar lainnya. Jika harga pada pasar acuan waktu sebelumnya (t-1) merupakan faktor utama yang mempengaruhi harga yang terjadi pada pasar tingkat petani pada waktu t, maka kedua pasar tersebut berhubungan dengan baik dengan kata lain perubahan harga di pasar acuan dikomunikasikan ke pasar tingkat petani. Jika IMC < 1 dapat disimpulkan bahwa derajat integrasi pasar jangka pendek yaitu antara harga tingkat petani dengan harga acuan relatif tinggi. Bila IMC semakin mendekati nol atau β1 mendekati -1 maka harga pada waktu sebelumnya (t-1) tidak berpengaruh terhadap harga di pasar tingkat petani pada waktu t. Jika IMC > 1 dan

nyata maka dapat disimpulkan bahwa harga dipasar tingkat petani kurang terpadu dengan harga di pasar acuan. Jika β1 sama dengan nol dan β3 lebih besar dari nol maka IMC akan sama dengan nol. Hal tersebut menunjukkan kedua pasar dalam keadaan terintegrasi jangka pendek yang kuat. Bilamana β1 lebih besar dari nol dan β3 sama dengan nol maka nilai IMC menjadi tak terhingga, Hal ini menunjukkan pasar tersebut terjadi segmentasi pasar. Secara singkat, keseimbangan jangka pendek tercapai bila nilai IMC semakin mendekati nol. Selanjutnya bila β2 semakin mendekati satu maka derajat asosiasinya semakin tinggi, artinya integrasi kedua pasar semakin kuat dalam jangka panjang sehingga struktur pasar tersebut semakin bersaing.

Hasil dan Pembahasan

Petani sebagai produsen karet melakukan kegiatan penjualan komoditas karet (bokar) kepada pedagang pengumpul tingkat desa dalam periode mingguan, dua mingguan, atau bulanan. Setiap kali menjual hasil karet kepada pedagang pengumpul desa petani tersebut melakukan proses transaksi jual beli. Sejumlah desa yang telah beroperasi lembaga pasar lelang karet terbentuk saluran lain dimana petani menjual hasil karet langsung kepada pasar lelang. Dalam penawaran karet di pasar lelang acapkali petani membentuk kelompok yang terdiri atas beberapa orang. Pengelompokan ini seringkali atas pertimbangan sesama teman yang berdekatan lokasi kebun karet, pertimbangan sesama kerabat dekat, atau pertimbangan kualitas hasil karet relatif setara.

Adapun ringkasan saluran tataniaga karet rakyat yang terbentuk pada 4 desa sampel sentra produksi karet di provinsi jambi adalah:

(1) Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Pabrik
(2) Petani → Pedagang Pengumpul → Pabrik
(3) Petani → Pasar Lelang Karet → Pabrik

Saluran tataniaga yang terbentuk pada desa sampel berupa saluran tataniaga karet tradisional yaitu saluran nomor 1 dan 2 pada bagan diatas. Saluran akan lebih panjang bila skala operasional pedagang pengumpul desa masih relatif kecil sehingga transaksi penjualan karet belum sampai ke Crumb Rubber/Pabrik tetapi penjualan kepada pedagang besar di kecamatan atau kabupaten.

Tabel 2. Fungsi Fungsi Tataniaga pada Setiap Lembaga Tataniaga Karet

Fungsi Tataniaga	Petani	Pengumpul Desa	Pedagang Besar	Pasar Lelang
Fungsi Pertukaran:				
a. Pembelian		✓	✓	✓
b. Penjualan	✓	✓	✓	✓
Fungsi Fisik:				
a. Pengolahan			✓	
b. Pengangkutan	✓	✓	✓	
c. Penyimpanan		✓	✓	
Fungsi Fasilitas:				
a. Standar/Grading		✓	✓	✓
b. Pembiayaan		✓	✓	
c.Penanggungan Risiko		✓	✓	
d. Informasi Harga		✓	✓	✓

Dalam penelitian ini keragaan pasar dalam tataniaga karet di daerah penelitian dilakukan melaui pendekatan analisis biaya dan marjin tataniaga, bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*), dan imbangan antara biaya dengan keuntungan lembaga tataniaga.

Biaya tataniaga dimaksudkan untuk memperlancar pelaksanaan fungsi fungsi tataniaga agar komoditas yang diperjualbelikan dapat ditingkatkan nilai gunanya. Biaya yang diperlukan dalam proses tataniaga karet meliputi biaya pengangkutan dan bongkar muat, biaya penyimpanan dan susut, biaya pengolahan, dan biaya lainnya yang terkait. Gambaran tentang biaya tataniaga karet di daerah penelitian pada saluran yang yang terbentuk dapat dilihat dalam tabel 3. Saluran I (petani – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – pabrik pengolahan karet) dan saluran II (petani – pedagang pengumpul desa – pabrik pengolahan karet) adalah saluran tataniaga karet tradional yang telah lama terbentuk dan berkembang di wilayah perdesaan sentra produksi karet.

Tabel 3. Biaya Tataniaga Karet Menurut Saluran I, II, dan III di Daerah Penelitian.

Uraian	Saluran I (Batu Ampar)	Saluran II (Batu Ampar)	Saluran III (Sungai Alai)
Pedagang Pengumpul			
- pengangkutan, bongkar muat (Rp/Kg)	250,-	390,-	
- penyimpanan, susut (Rp/Kg)	120,-	300,-	
- pengolahan (Rp/Kg)	0,-	130,-	
- lainnya (Rp/Kg)	30,-	80,-	
Jumlah biaya (Rp/Kg)	400,-	900,-	
Pedagang Besar			
- pengangkutan, bongkar muat (Rp/Kg)	330,-		330,-
- penyimpanan, susut (Rp/Kg)	120,-		40,-
- pengolahan (Rp/Kg)	80,-		0,-
- lainnya (Rp/Kg)	20,-		50,-
Jumlah biaya (Rp/Kg)	550,-		420,-
Total biaya tataniaga (Rp/Kg)	950,-	900,-	420,-

Sumber data : diolah dari data sampel tahun2012.

Saluran I dan II ditemui di desa sampel Batu Ampar kecamatan Pauh kabupaten Sarolangun. Sedangkan saluran III adalah saluran tataniaga karet melalui pasar lelang karet di wilayah perdesaan. Saluran III ini ditemui di desa sampel Sungai Alai kecamatan Tebo Tengah kabupaten Tebo. Dalam tabel diatas terlihat bahwa biaya tataniaga karet lebih tinggi pada saluran tataniaga tradisional (saluarn I dan II) dibandingkan saluran tataniaga karet melalui pasar lelang karet. Saluran tataniaga karet yang lebih panjang juga menunjukkan meningkatnya biaya tataniaga seperti antara saluran I dengan saluran II.

Marjin Tataniaga Karet

Marjin tataniaga merupakan perbedaan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh industri pengolahan karet (Crumb Rubber). Marjin tataniaga juga diartikan sebagai perbedaan harga beli dengan harga jual pada setiap lembaga tataniaga. Marjin tataniaga mengandung komponen biaya tataniaga yang terjadi dan keuntungan yang diterima oleh lembaga tataniaga selama proses penyaluran komoditas karet dari suatu lembaga ke lembaga berikutnya. Gambaran mengenai harga karet, biaya tataniaga, dan marjin tataniaga dapat dilihat dalam tabel 4.

Pada saluran tradisional dalam tataniaga karet (I dan II) terlihat kedua saluran tersebut lembaga tataniaga mengambil marjin yang relatif sama yaitu antara nilai Rp 2.700 – Rp 2.750 per kilogram karet. Nampaknya saluran tataniaga yang lebih pendek (II) tidak secara serta merta memperkecil marjin tataniaga karet dibandingkan saluran yang lebih panjang (I). Sebaliknya sangat berbeda dengan saluran tataniaga karet melalui pasar lelang di perdesaan dimana marjin tataniaga jauh lebih kecil yaitu Rp 700 per kilogram karet. Saluran III menunjukkan proses tataniaga karet yang terjadi dengan efisiensi operasional lebih baik dibandingkan proses tataniaga karet pada saluran I dan II. Besarnya marjin yang dimbil oleh lembaga tataniaga pada saluran I dan II kemungkinan terkait dengan saluran yang lebih panjang, biaya yang dikeluarkan lembaga lebih besar, dan keuntungan lembaga juga relatif besar.

Tabel 4.Marjin Tataniaga Karet Menurut Saluran I, II, dan III di Daerah Penelitian.

Uraian	Saluran I (Batu Ampar)	Saluran II (Batu Ampar)	Saluran III (Sungai Alai)
Petani			
- harga jual (Rp/Kg)	11.000,-	11.000,-	12.800,-
Pedagang Pengumpul			
- harga beli (Rp/Kg)	11.000,-	11.000,-	
- biaya tataniaga (Rp/Kg)	400,-	900,-	
- keuntungan (Rp/Kg)	1.000,-	1.850,-	
- marjin tataniaga (Rp/Kg)	1.400,-	2.750,-	
Pedagang Besar			
- harga beli (Rp/Kg)	12.400,-		12.800,-
- biaya tataniaga (Rp/Kg)	550,-		420,-
- keuntungan (Rp/Kg)	750,-		480,-
- marjin tataniaga (Rp/Kg)	1.300,-		900,-
Pabrik Pengolahan karet			
- harga beli (Rp/Kg)	13.700,-	13.700,-	13.700,-
Total biaya tataniaga (Rp/Kg)	950,-	900,-	420,-
Total keuntungan lembaga (Rp/Kg)	1.750,-	1.850,-	480,-
Total Marjin (Rp/Kg)	2.700,-	2.750,-	900,-

Sumber data : diolah dari data sampel tahun2012.

Bagian Harga yang Diterima Petani Karet

Analisis bagian harga yang diterima petani atau *farmer's share* adalah salah satu indikator untuk menilai efisiensi operasional tataniaga komoditas hasil pertanian. *Farmer's share* berbanding terbalik dengan nilai marjin tataniaganya. *Farmer's share* diperoleh dengan menghitung bagian harga yang diterima petani

dari harga yang dibayar oleh lembaga tataniaga terakhir pada suatu saluran tataniaga yang terbentuk. Hasil analisis data responden di desa Batu Ampar kecamatan Pauh kabupaten Sarolangun menunjukkan bagian harga yang diterima petani karet pada saluran I dan II mencapai sebesar 80 persen. Sisanya 20 persen berupa marjin yang diambil oleh lembaga tataniaga yang memberi jasa pelaksanaan fungsi tataniaga karet hingga dapat mengalirkan komoditas karet sampai ke industri pengolahan (*Crumb Rubber*).

Seterusnya dari hasil analisis data sampel desa Sungai Alai kecamatan Tebo Ilir kabupaten Tebo (saluran III) menunjukkan bagian harga yang diterima petani karet lebih tinggi dibandingkan saluran I dan II yaitu mencapai 93,50 persen. Saluran III ini adalah proses tataniaga karet melalui pasar lelang karet di wilayah perdesaan. Saluran III (melalui pasar lelang karet) adalah saluran tataniaga yang lebih efisien secara operasional dibandingkan saluran I dan II. Dilihat dari analisis bagian harga yang diterima oleh petani karet atau *farmer's share*, dapat dikatakan bahwa efisiensi operasional saluran II tidaklah lebih baik dari saluran I walaupun diketahui bahwa saluran II memiliki rantai tataniaga lebih pendek dari saluran I.

Tabel 5.Bagian Harga Petani Menurut Saluran I, II, dan III di Daerah Penelitian.

Uraian	Saluran I (Batu Ampar)	Saluran II (Batu Ampar)	Saluran III (Sungai Alai)
1. harga jual petani (Rp/Kg)	11.000,-	11.000,-	12.800,-
2. bagian harga petani	80 %	80 %	93,5 %
3. bagian marjin p.pengumpul	10,5 %	20 %	
4. bagian marjin p.besar	9,5 %		6,5 %
5. harga beli pabrik (Rp/Kg)	13.700,-	13.700,-	13.700,-

Sumber data : diolah dari data sampel tahun2012.

Imbangan Keuntungan dan Biaya Lembaga Tataniaga Karet

Imbangan atau rasio antara keuntungan dan biaya tataniaga bisa juga digunakan untuk menilai efisiensi operasional tataniaga karet di daerah penelitian. Hasil analisis data sampel menunjukkan imbangan keuntungan dan biaya yang diperoleh lembaga tataniaga pada saluran I sebesar 1,84 dan saluran II sebesar 2,05 serta saluran III sebesar 1,14. Lembaga tataniaga pada saluran I dan II memperoleh keuntungan lebih kurang dua kali lipat dari biaya yang mereka korbankan untuk pelaksanaan sejumlah fungsi tataniaga yang dibutuhkan untuk meningkatkan nilai guna dan mengalirkan karet hingga sampai ke industri pengolahan (Crumb Rubber). Sebaliknya lembaga tataniaga pada saluran III hanya memperoleh imbangan keuntungan dan biaya tataniaga relatif sama besar nilainya. Pada saluran I dan II juga terlihat bahwa distribusi imbangan keuntungan dan biaya tataniaga lebih banyak dinikmati oleh pedagang pengumpul desa dibandingkan dengan pedagang besar dalam tataniaga karet. Dilihat dari sisi imbangan keuntungan dan biaya tataniaga karet dapat dikatakan bahwa efisiensi operasional tataniaga karet pada saluran III (melalui pasar lelang) lebih efisien dibandingkan dengan saluran I dan II. Saluran tataniaga karet tradisional (saluran I dan II) lebih besar mengambil keuntungan dar proses tataniaga dibandingkan dengan tataniaga karet melalui pasar lelang di perdesaan (saluran III).

Tabel 6.Bagian Harga Petani Menurut Saluran I, II, dan III di Daerah Penelitian.

Uraian	Saluran I (Batu Ampar)	Saluran II (Batu Ampar)	Saluran III (Sungai Alai)
Pedagang Pengumpul Desa			
- biaya tataniaga (Rp/Kg)	400,-	900,-	
- keuntungan tataniaga (Rp/Kg)	1.000,-	1.850,-	
- Rasio keuntungan/Biaya	2,50	2,05	
Pedagang Besar			
- biaya tataniaga (Rp/Kg)	550,-		420,-
- keuntungan tataniaga (Rp/Kg)	750,-		480,-
- Rasio keuntungan/Biaya	1,36		1,14
Rasio total keuntungan/Biaya	1,84	2,05	1,14

Sumber data : diolah dari data sampel tahun2012.

Analisis Keterpaduan Pasar Karet

Efisiensi harga dalam tataniaga karet di daerah penelitian menggunakan analisis keterpaduan pasar karet tingkat petani dengan pasar karet tingkat pabrik pengolahan (harga pembelian periode mingguan). Keterpaduan pasar dapat melihat keterkaitan pembentukan harga karet tingkat petani dengan harga yang terjadi pada lembaga tataniaga diatasnya. Analisis ini juga dapat juga melihat apakah sistem pasar atau harga telah bekerja secara efisien dan terintegrasi secara sempurna. Dari data harga karet mingguan tingkat petani dan tingkat penjualan pedagang besar atau pembelian pabrik karet di desa sampel

Sungai Alai dan Batu Ampar diperoleh dugaan koefisien model keterpaduan pasar seperti ditunjukkan dalam tabel 7.

Tabel 7. Hasil dugaan koefisien model keterpaduan pasar karet di daerah penelitian.

Desa Sampel Sungai Alai						
Pasar Lokal	Pasar Rujukan	Variabel Bebas				Adj R^2
		konstanta	$P_{it\ -1}$	$P_{jt} - P_{jt\ -1}$	$P_{jt\ -1}$	
Petani karet	Pembelian karet oleh pabrik	6989,5 (2,11)	0,594 (3,49)	0,100 (0,62)	-0,129 (-0,69)	34,30%
Desa Sampel Batu Ampar						
Pasar Lokal	Pasar Rujukan	Variabel Bebas				Adj R^2
		konstanta	$P_{it\ -1}$	$P_{jt} - P_{jt\ -1}$	$P_{jt\ -1}$	
Petani karet	Pembelian karet oleh pabrik	14352,7 (2,47)	0,029 (0,26)	1,103 (3,82)	-0,265 (-0,583)	55,30%

Keterangan : (..) t hitung

Pembentukan harga karet tingkat petani di desa sampel Sungai Alai dipengaruhi oleh harga yang terjadi pada minggu sebelumnya, namun tidak dipengaruhi oleh besarnya perubahan harga di pasar karet rujukan atau harga beli karet oleh pabrik. Analisis data sampel desa Sungai Alai juga menunjukkan koefisien dugaan variabel ($P_{jt} - P_{jt\ -1}$) tidak signifikan (berarti kecil dari satu) dan nilai *index market connection* (IMC) lebih besar dari satu. Hasil tersebut menggambarkan bahwa pasar karet yang terjadi pasar yang tidak bersaing sempurna (dalam hal ini berbentuk oligopsoni) dan tidak terjadi keterpaduan pasar karet dalam jangka pendek. Harga karet tingkat petani (melalui tawar menawar pasar lelang karet) sebagian ditentukan oleh harga periode sebelumnya dan sebagian lagi ditentukan oleh keadaan di pasar tingkat petani seperti mutu karet, volume transaksi karet, jumlah pembeli dan lain-lain.

Selanjutnya pembentukan harga karet tingkat petani di desa sampel Batu Ampar tidak dipengaruhi oleh harga yang terjadi pada minggu sebelumnya, namun dipengaruhi oleh besarnya perubahan harga di pasar karet rujukan atau harga beli karet oleh pabrik. Analisis data sampel desa Sungai Alai juga menunjukkan koefisien dugaan variabel ($P_{jt} - P_{jt\ -1}$) signifikan (besar dari satu) dan nilai *index market connection* (IMC) lebih besar dari satu. Hasil tersebut menggambarkan tidak terjadi keterpaduan pasar karet dalam jangka pendek namun terjadi kecenderungan keterpaduan pasar karet dalam jangka panjang. Harga karet tingkat petani lebih banyak ditentukan oleh keadaan di pasar tingkat petani seperti mutu karet, volume transaksi karet, hubungan dengan pembeli, informasi harga, dan lain-lain. Dalam jangka panjang harga karet tingkat petani mengikuti perubahan harga di pasar rujukan atau harga pembelian karet oleh pabrik. Analisis keterpaduan pasar karet pada dua desa sampel (Sungai Alai dan Batu Ampar) menunjukkan bahwa dalam jangka pendek pihak pedagang cenderung mengeksploitasi pasar (harga) dalam pembelian karet petani. Namun dalam jangka panjang terjadi keterpaduan pasar karet yang berarti petani butuh waktu dan informasi untuk merespons penbentukan harga karet. Kondisi yang tergambar tersebut menunjukkan pencapaian efisiensi harga karet belum begitu baik.

Kesimpulan

Dari hasil analisis tataniaga hasil pertanian di daerah penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada umumnya ditemukan tiga saluran tataniaga karet rakyat yaitu salauran I (petani – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – pabrik pengolahan Crumb Rubber), saluran II (petani – pedagang pengumpul desa – pabrik pengolahan), dan saluran III (petani – pasar lelang – pabrik pengolahan Crumb Rubber).
2. Lembaga tataniaga melaksanakan sejumlah fungsi tataniaga yang lebih menonjol seperti pertukaran, pengangkutan, pengolahan, dan penyimpanan karet.
3. Struktur pasar karet pada tingkat petani, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pabrik pengolahan karet adalah oligopsoni dengan kadar keketatan sedang sampai longgar.
4. Perilaku pasar karet pada tingkat petani, pedagang pengumpul desa, pedagang besar menunjukkan kecenderungan yang sama yaitu perilaku jualbeli atas dasar tawar menawar harga dan mutu, pembayaran cenderung kontan, sering melakukan transaksi berulang-ulang, dan kerjasama terbatas atas dasar saling percaya dan telah mengenal dalam waktu lama.
5. Efisiensi operasional saluran tataniaga karet melalui pasar lelang di perdesaan lebih tinggi dibandingkan dengan saluran tataniaga karet tradisional (perantara para pedagang karet) berdasarkan perbedaan marjin tataniaga, bagian harga yang diterima petani, dan imbangan keuntungan dan biaya yang diambil lemabaga tataniaga karet.
6. Dalam jangka pendek tidak terjadi keterpaduan antara pasar karet tingkat petani dengan pasar karet rujukan atau tingkat pabrik pengolahan, Namun dalam jangka panjang cenderung terjadi keterpaduan pasar karet.

DAFTAR PUSTAKA

Azzaino, Z. 1996. Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Dahl, D.C and J.W. Hammond, 1977. Market and Price Analysis: The Agricultural Industries. New York ; McGraw- Hill.

Downey, W dan Erickson. 1987. Manajemen Agribisnis (terjemahan Ir. Rochidayat Ganda S dan Alfonsus Sirait), Edisi Kedua, Erlangga, Jakarta.

Fahmi, R.M. 1993. Analisis Pemasaran Nenas di Kabupaten Ogan Kemering Ilir Sumatera Selatan (Studi Kasus pada 4 Desa dalam Kecamatan Tanjung Batu). Tesis S-2, Program Pascasarjana Univ. Gajah Mada Program KPK Univ. Brawijaya, Malang.

Harris, B. 1979. There is Method in My Madness or Is It Vice Versa ? Measuring Agricultural Market Performance, Food Research Institute Studies, Vol. XVII No 2 p. 197 – 218.

Heytens, P.J.1986. Testing Market Integration. Food Research Institute Studies. Vol.XX. No.1

Kohls, R.I. and Uhl, J. 1990. Marketing of Agriculture Product. Ninth Edition. Machmillan Publishing Company, New York.

Limbong W.H. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Departemen Ilmu Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Limbong W.H. 1999. Marketing System of Agricultural Food Commodities in some Provence of Indonesia. Journal of Agirculture and Resource Socio-Economics, (Vol 12), IPB. Bogor.

Monke, E and Petzel, T. 1984. Market Integration; An Application to International Trade in Colton. American journal of Agricultural Economics, Vol. 66, No.4, P. 481-487.

Prasodjo, Adi. 1997. Struktur, Perilaku dan Keragaan Pasar Cabai Rawit di Kecamatan Sukowono Jember, Tesis Program Pascasarjana Universitas Brawijaya Malang.

Purcell, Wayne, D. 1979. Agricultural Marketing: System, Coordination, Cash and Futures Prices. Reston : Prentice- Hall.

Ravallion, M. 1986. Testing Market Integration. American Journal of Agricultural Economics. American Agriculture Economics Association. February 1986, 68(1).

Saefuddin, A.M. 1981. Pengkajian Pemasaran Komoditi. UI Press, Jakarta.

Saderi, D.I dan Ramli, R. 1996. Keterpaduan Pasar dan Keunggulan Kompetitif Kacang Tanah di Kalimantan Selatan. Risalah Semi nar Prospek Agribisnis Kacang Tanah di Indonesia (Nasir Saleh et al, Ed). Edisi Khusus No. 7. Balai Penelitian Tanaman Kacang-ka-cangan dan Umbi-umbian. Balit bangtan Puslitbang, Jakarta. P.188-194.

Sexton, R.J., Kling, C.L. and Carman H.F. 1990. Market Integration, Efficiency of Abritrage, and Imperfect Competition; Methodology and Aplication to U.S Celery. American journal of Agricultural Economics, Vol. 73, No.3, P. 568-580.

Tomek, W.G dan Robinson, K.L. 1997. Agricultural Product Prices. Cornell University Press, London