

POLA PEMASARAN GETAH PINUS DI DESA UJUNG MAULI KECAMATAN PEMATANG SIDAMANIK KABUPATEN SIMALUNGUN

Marketing Patterns Of Pine Resin In Ujung Mauli Village, Pematang Sidamanik Sub-District, Simalungun District

Frengky Ranto Sirait, Meylida Nurrachmania*, Sarintan E Damanik
meylidanurrachmania@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilakukan di Desa Ujung Mauli Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun pada bulan Desember 2023 dengan menggunakan Metode survey dan wawancara sebanyak 30 Responden petani penyadap getah pinus. Data yang dikumpulkan berupa data Primer dan Skunder, menggunakan daftar pertanyaan (kuisioner) kepada petani penyadap getah pinus, pedagang pengumpul/pengeceran pedagang besar. Distribusi pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun yaitu petani menjual melalui tengkulak atau Pengumpul. Pedagang pengumpul dan pedagang pengecer akan menjual langsung ke pabrik setiap 1 bulan sekali. Nilai margin pemasaran terendah yaitu pada distribusi pemasaran 2 pada pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul. Pemasaran yang dilakukan petani tidak memerlukan biaya pemasaran yang banyak karena biaya transportasi yang dikeluarkan dilakukan oleh Pengumpul untuk menjual ke pabrik. Distribusi pemasaran yang paling efisien yaitu distribusi pemasaran 1 ditingkat petani karena dengan nilai *Share Margin* yaitu 77,27%. Sedangkan distribusi pemasaran 2 memiliki hasil *Share Margin* dengan nilai 17,60% .

Kata Kunci: Getah pinus, pola pemasaran, share margin

Abstract: *This research was conducted in Ujung Mauli Village, Pematang Sidamanik District, Simalungun Regency in December 2023 using survey and interview methods as many as 30 respondents of pine resin tappers. Data collected in the form of Primary and Secondary data, using a list of questions (questionnaires) to pine resin tapping farmers, collectors / retail traders, large traders. The marketing distribution of pine sap in Ujung Mauli Village, Girsang Sipangan Bolon District, Simalungun Regency is that farmers sell through middlemen or collectors. Collecting traders and retailers will sell directly to the factory once every 1 month. The lowest marketing margin value is in marketing distribution 2 in marketing carried out by collecting traders. Marketing carried out by farmers does not require much marketing costs because the transportation costs incurred are carried out by collectors to sell to the factory. The most efficient marketing distribution is marketing distribution 1 at the farm level because the Share Margin value is 77.27%. While marketing distribution 2 has a Share Margin result with a value of 17.60%.*

Keywords: Pine sap, marketing pattern, margin share

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pinus merupakan satu-satunya jenis pinus yang tumbuh asli di Indonesia. Pinus termasuk dalam jenis pohon serba guna yang terus-menerus dikembangkan dan diperluas penanamannya pada masa mendatang untuk penghasil kayu, produksi getah, dan konservasi lahan. Pohon Pinus (*Pinus merkusii Jungh. et de Vriese*) telah lama ditanam di berbagai tempat di Indonesia sebagai tanaman reboisasi.

Pinus sebagai Penghasil Getah Pinus adalah semacam oleoresin yaitu campuran senyawa kompleks resin dan terpenting berupa cairan kental dan lengket, berwarna bening atau buram. *Oleoresin* ini berupa larutan dalam alkohol, *Benzene*, eter dan banyak pelarut lainnya, tetapi tidak larut dalam air. Getah pinus merupakan campuran asam-asam resin yang larut dalam pelarut netral atau larut organic non polar seperti eter dan heksan. Getah pinus terdapat pada saluran resin (*interseluler*).

Pada kayu daun jarum terdapat dua macam saluran resin, yaitu resin normal dan saluran resin tramautis yang terbentuk akibat pelukaan dalam kayu. Getah pinus terdapat pada saluran resin atau celah-celah antar sel. Saluran tersebut sering disebut saluran interseluler. Saluran terbentuk baik kearah memanjang batang diantara sel-sel trakeida maupun kearah melintang dan jari-jari kayu. Getah pinus mampu menghasilkan manfaat berupa gondorukem dan terpentin. Kegunaan dari gondorukem adalah sebagai bahan vernis, bahan pembuat sabun, bahan pembuat batik, bahan solter, tinta printer, cat dan lain-lain. Terpenting bisa digunakan sebagai pengencer cat dan vernis, bahan pelarut lilin dan bahan pembuatan kamper sintesis.

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan ke produsen dan harga yang dibayarkan konsumen akhir atau disebut pula margin pemasaran. Perbedaan jarak dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Oleh karenanya produsen tidak dapat bekerja sendiri untuk memasarkan produknya sehingga memerlukan pihak lain atau lembaga pemasaran untuk membantu memasarkan hasil produksinya. Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek sesuai dengan kebijakan saluran distribusi yang ingin dipilih/dilaksanakan. Saluran pemasaran yang dilalui panjang atau pendek tergantung bagaimana lembaga pemasaran berperan aktif dalam sistem pemasaran.

Simalungun memiliki hutan kurang lebih 99.000 ha (SK.579/Menhut-II/2014), potensi getah pinus di Simalungun sangatlah besar. Banyak masyarakat yang

menggantungkan hidupnya terhadap getah pinus untuk memenuhi kebutuhan maupun menjadi mata pencarian masyarakat. Masyarakat di sekitar hutan Kemasyarakatan Desa Sileutu, Nagori Sibanganding kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun adalah salah satu daerah yang mengelola getah pinus untuk memenuhi kebutuhan maupun jadi mata pencarian masyarakat. Berdasarkan hal hal diatas, penulis tertarik dan ingin mempelajari Analisis Tataniaga Getah Pinus di Desa Sileutu, Nagori Sibanganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pola pemasaran getah pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun.
2. Bagaimana Share Margin dan tingkat efisiensi pemasaran getah pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2022 hingga Februari 2023 di Desa Ujung Mauli, Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun.

Metode Penelitian

Metode penelitian dilakukan dengan metode survey dan wawancara. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada petani peyadap getah pinus, pedagang

pengumpul/ pengecer dan pedagang besar. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari hasil publikasi resmi dari berbagai instansi.

Populasi dan Sampel

Populasi populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang berprofesi sebagai penyadap getah pinus dan lembaga-lembaga pemasaran getah pinus di Desa Sileutu, Ujung Mauli Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yang diambil dengan menggunakan *Purposive Sampling* (secara sengaja) yang mana terdapat pada Desa Ujung Mauli dengan jumlah petani penyadap Getah Pinus dan Lembaga pemasaran.

Metode Analisis data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Seluruh data diperoleh melalui pengumpulan data di lapangan yang dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan metode dokumentasi. Dalam penelitian ini, data dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan pola saluran tataniaga getah pinus, sedangkan analisis kuantitatif ununtuk mengetahui efisiensi tataniaga dengan margin tataniaga, farmer's share dan rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga getah pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun, data dianalisis berdasarkan rumus berikut.

Untuk menjawab masalah pertama, diperlukan analisis deskriptif yaitu pada setiap pola pemasaran yang ada, diperlukan analisis biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan baik oleh petani pinus maupun biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran. Adanya perbedaan harga

jual petani pinus dengan harga jual lembaga pemasaran kepada pabrik pengolahan karet. Semakin pendek pola pemasaran dalam sebuah skala usaha produk yang dipasarkan, maka semakin baik serta semakin mudah bagi petani dalam menciptakan kesejahteraan terhadap usaha yang dijalankannya (Soekartawi, 2002a)

Untuk menjawab perumusan masalah yang kedua, yaitu menghitung nilai *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran yang ada. Margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi, tergantung berapa besar biaya-biaya yang harus dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Rumus menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut:

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

Keterangan:

M_{ji} = margin

P_{si} = Harga Beli Pabrik

P_{bi} = Harga penjualan Petamni (RP)

(Soekartawi, 2002b).

Untuk menghitung bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran (*Share margin*) yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$SM = \frac{P_p}{P_k} \times 100\%$$

Keterangan:

S_m = *Share Margin* (%)

P_p = Harga yang diterima petani/penyadap (Rp)

P_k = Harga yang dibayar oleh pabrik (Rp)

Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut:

$$EP = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga yang dibayar Pabrik}} \times 100\%$$

Jika nilai Ep < 50%, maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai Ep ≥ 50%, maka pemasaran di

daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien (Chaerani, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengalaman Berusahatani

Semakin lama petani berusahatani, semakin cenderung seorang petani mempunyai sikap yang lebih berani dalam menanggung resiko penerapan teknologi baru atau perubahan-perubahan yang terdapat dalam bidang pertanian. Karena semakin lama petani berusahatani mereka lebih respon dan cepat tanggap terhadap gejala yang mungkin akan terjadi. Pengalaman berusahatani sampel petani dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Distribusi Pengalaman Menyadap Getah

No	Pengalaman Menyadap	Jumlah	(%)
1	1 thn	9	30,00
2	2 thn	13	43,33
3	3 thn	3	10,00
4	4 thn	2	6,67
5	< 5 thn	3	10,00
Total		30	100,00

Sumber: data penelitian (2023)

Berdasarkan Tabel 4, petani sampel dengan pengalaman menyadap getah pinus paling lama adalah pada petani dengan pengalaman usahatani 2 tahun sebanyak 13 Jiwa (43,33%) dikarenakan izin untuk menyadap di Desa Sileutu tersebut ada pada saat 2 tahun yang lalu, dan persentase petani yang paling kecil dengan pengalaman usaha tani 4 tahun berjumlah 2 Jiwa (6,6%) sebelum adanya izin untuk menyadap getah ada juga penyadap yang sudah terdahulu menyadap getah tetapi bekerja kepada orang lain bukan miliknya sendiri.

Luas Lahan Penyadap

Sampel Luas lahan sangat mempengaruhi hasil produksi karena semakin besar luas lahan yang diusahakan maka akan semakin besar hasil produksi yang diperoleh dan sebaliknya semakin kecil luas lahan yang diusahakan maka akan semakin sedikit hasil produksi yang diperoleh. Luas lahan petani sampel dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Luas Lahan Penyadap Getah Pinus di Desa Ujung Mauli

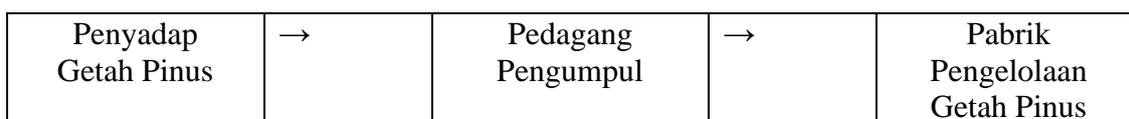
No.	Luas Lahan	Jumlah (Jiwa)	(%)
1	0 - 1 ha	26	86,66
2	2 - 3 ha	3	10,00,
3	4 - 5 ha	1	3,33
Total		30	100,00

Sumber: data penelitian (2023)

Lahan yang paling banyak adalah pada luas lahan 0-1 Ha berjumlah 26 jiwa (86,66 persen) dikarenakan kebanyakan yang menyadap hanya mampu menyadap dengan luas tersebut atau karna tenaga kerja yang kurang dari keluarga atau hanya suami istri saja, sedangkan untuk kepemilikan luas lahan yang paling sedikit adalah pada luas lahan 4-5 Ha yaitu berjumlah 1 jiwa (3,33 persen) dan pada luas lahan 2-3 Ha yaitu berjumlah 3 jiwa (10,00 persen) untuk yang memiliki luas lahan paling banyak hanya 1 orang karena memiliki tenaga kerja dari keluarga yang cukup.

Pola Pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli

Distribusi getah pinus di Desa Ujung Mauli melibatkan beberapa lembaga pemasaran sehingga terbentuk suatu pola pemasaran getah pinus sampai kepada pabrik pengolahan getah pinus. Adapun pola pemasaran getah pinus yang terbentuk didaerah penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Pola Pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa pola pemasaran getah pinus diawali dengan proses distribusi yang dilakukan oleh penyadap getah pinus terhadap hasil produksi getah kepada pedagang pengumpul. Hal ini sengaja dilakukan oleh penyadap getah pinus karena adanya keterbatasan akses penyadap dalam menjual getah pinus kepada pabrik pengolahan getah pinus. Selain itu, penyadap memerlukan biaya transportasi jika menjual getah pinus kepada pabrik pengolahan. Keinginan penyadap untuk memperoleh pendapatan secara instan juga menjadi salah satu alasan utama penyadap menjualnya kepada pedagang pengumpul. Pada saat terjadi penyaluran getah pinus, rata-rata harga jual yang ditetapkan penyadap kepada pedagang pengumpul dari Desember 2022 hingga Februari 2023 sebesar Rp 8.5000/Kg.

Pedagang pengumpul sebagai lembaga perantara dalam distribusi getah pinus memiliki keunggulan dari pada penyadap. Pedagang pengumpul memiliki akses langsung kepada pabrik pengolahan getah pinus. Selain itu, pedagang pengumpul memiliki keunggulan dalam penyediaan modal, sehingga pembelian getah pinus terhadap penyadap dapat dilakukan dengan jumlah volume yang lebih banyak. Sebelum melakukan penjualan

getah pinus, umumnya pedagang pengumpul di daerah penelitian melakukan kegiatan penyimpanan untuk menimbun getah sebanyak 6 – 10 Ton penjualan. Semakin banyak getah yang dikumpulkan semakin banyak pula untung yang diperoleh pedagang pengumpul mengingat beberapa biaya yang sudah dikeluarkan pedagang pengumpul dalam proses distribusi getah pinus berlangsung. Rata-rata harga jual getah pinus antara Bulan Desember – Bulan Februari kepada pabrik pengolahan getah pinus di daerah penelitian adalah Rp11.000/Kg.

Pabrik pengolahan getah pinus menjadi lembaga pemasaran terakhir dalam proses distribusi getah pinus di Desa Ujung Mauli. Pabrik pengolahan getah pinus merupakan pabrik yang menciptakan nilai tambah dari bahan baku getah pinus, sehingga memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi dari pada getah pinus yang dijual oleh penyadap ataupun pedagang pengumpul. Pembelian getah pinus yang dilakukan oleh pabrik merupakan salah satu strategi perusahaan dalam mencukupi ketersediaan bahan baku pada proses pembuatan suatu produk. Rata-rata penjualan dan pembelian getah pinus yang dilakukan oleh lembaga pemasaran di Desa Ujung Mauli adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Rata-rata penjualan dan pembelian Getah Pinus perminggu/bulan berdasarkan saluran pemasaran di desa Ujung Mauli.

Komponen	Volume Pembelian (Kg)/Bulan	Volume Penjualan (Kg)/Minggu	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
Penyadap Getah Pinus	-	59	-	8.500
Pedagang Pengumpul	6000	-	8.500	11.000

Sumber: Data Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah rata-rata produksi yang merupakan volume penjualan penyadap getah pinus di daerah penelitian sebesar 237kg/bulan dengan rata-rata harga jual getah pinus dari Desember 2022-Februari 2023 sebesar Rp8.500/kg. Rata-rata volume pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul terhadap penyadap getah pinus di Desa Ujung Mauli sebesar 8.500Kg/Bulan dengan harga jual kepada pabrik pengolahan getah pinus sebesar Rp11.000/kg

Biaya Saluran Pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli

Biaya pemasaran merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam proses

distribusi suatu produk berlangsung. Dalam proses distribusi getah pinus di daerah penelitian, biaya pemasaran dikeluarkan oleh penyadap dan pengumpul, karena rantai pemasaran untuk getah pinus hanya berlangsung mulai dari petani sebagai penghasil bahan baku, pedagang pengumpul sebagai penyalur getah pinus, dan pabrik pengolahan getah pinus sebagai perusahaan yang menciptakan nilai tambah dari bahan baku yang di terima dari pedagang pengumpul. Adapun rincian biaya saluran pemasaran yang terjadi dalam proses distribusi getah pinus sampai kepada pabrik pengolahan getah pinus di desa Ujung Mauli Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalingun sebagai berikut.

Tabel 2 Biaya pemasaran Getah pinus di Desa Ujung Mauli

No	No	harga Jual/Beli	Biaya	Distribusi Margin (%)	Share margin (%)	(%)
1	petani/penyadap					
	harga jual	8.500			77,27	
	Transportasi		1.000		9,09	
	total biaya	1.000				100,00
	Keuntungan	7.500				
2	Pengumpul					
	harga beli	8.500				
	harga jual	11.000				
	plastik bening		87,59	4,38	0,79	15,56
	Karung		26,25	4,39	0,23	4,66
	tali plastik		2,50	4,40	0,02	0,44
	Transportasi		375,00	4,41	3,40	66,63
	tenaga kerja		71,25	4,42	0,64	12,66
	total biaya		562,59	4,43	5,08	100,00
	Margin	2.500				
	Keuntungan	1.937,41				
3	Pabrik					
	harga beli	11.000				

Sumber: data penelitian (2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui total margin sebesar

Rp.2.500/kg dan total tataniaga adalah Rp.1.562,59/kg, rata-rata harga beli ke

penyadap getah pinus bulan Desember 2022-Februari 2023 sebesar 8.500/kg dan rata-rata harga jual yang dikeluarkan pedagang pengumpul ke pabrik pengolahan pinus pada bulan Desember-Februarisebesar Rp.11.000, maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul dalam penyaluran getah pinus sebesar Rp .2.500. Berdasarkan informasi di lapangan jumlah volume penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul di desa Ujung Mauli paling tidak harus lebih besar dari 1000kg perbulannya.

Share Margin dan Efisiensi Pemasaran

1. *Share Margin* merupakan bagian yang diterima oleh petani dalam persen. Analisis *Share Margin* dilakukan dengan perbandingan harga ditingkat Petani dengan harga ditingkat Pedagang pengumpul dalam persen. Nilai *Share Margin* dapat diketahui dari perhitungan di bawahini:

$$\text{Share Margin} = \frac{\text{Harga Jual Petani}}{\text{Harga Beli Pabrik}} \times 100\%$$

$$\text{Share Margin} = \frac{8.500}{11.000} \times 100\%$$

$$\text{Share Margin} = 77,27\%$$

Berdasarkan analisis yang dilakukan dapat diketahui *Share Margin* pada distribusi pemasaran petani sebesar 77,27%. Pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun dianggap efisien karena memiliki nilai persentase bagian yang diterima produsen (*Share Margin*) tinggi. Menurut (Chaerani, 2016) bila bagian yang diterima produsen > 50% maka pemasaran dikatakan efisien, dan bila bagian yang diterima produsen < 50% berarti pemasaran belum efisien.

2. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran yang pada saluran pemasaran getah pinus di Desa Ujung Mauli, maka diperlukan

perhitungan pada tingkat efisiensi pemasaran (EP) pada hasil produksi petani berupa getah karet. Nilai efisiensi pemasaran getah karet dapat diketahui pada rumus berikut ini:

$$EP = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Harga Beli Pabrik}} \times 100\%$$

$$EP = \frac{1.937,41}{11.000} \times 100\%$$

$$EP = 17,61\%$$

Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran sebesar 17,61%. Berdasarkan hasil analisis nilai efisiensi pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Pematang Sidamanik Kabupaten Simalungun yang telah dilakukan diketahui bahwa pada setiap rantai pemasaran dapat dikatakan efisien karena pada setiap distribusi pemasaran nilai efisiensi pemasarannya < 50.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rozalina, Sarintan E.D. dan Rolinca G.M. (2022), bahwa nilai efisiensi yang kecil menunjukkan bahwa penggunaan saluran pemasaran yang ada di Desa Sileutu Nagori Sibaganding dapat dikatakan efisien karena adanya perbandingan total biaya pemasaran yang rendah dengan harga jual kepada pabrik pengolahan getah Pinus. Proses distribusi yang dilakukan pedagang pengumpul memiliki biaya pemasaran rendah, sehingga jika pedagang pengumpul memiliki modal yang lebih besar, maka volume pembelian akan semakin banyak dan profit yang diperoleh akan semakin meningkat. Penyadap memiliki keterbatasan modal dan akses dalam memasarkan getah pinus, karena petani hanya menginginkan penerimaan secara cepat tanpa proses penyimpanan secara merata terhadap getah pinus yang sudah dikumpulkan setiap minggunya, sehingga harga jual penyadap lebih rendah dengan harga jual di pedagang pengumpul.

PENUTUP

1. Distribusi pemasaran Getah Pinus di Desa Ujung Mauli Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun yaitu petani menjual melalui tengkulak atau Pengumpul. Pedagang pengumpul dan pedagang pengecer akan menjual langsung ke pabrik setiap 1 bulan sekali.
2. Nilai margin pemasaran terendah yaitu pada distribusi pemasaran 2 pada pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul. Pemasaran yang dilakukan petani tidak memerlukan biaya pemasaran yang banyak karena biaya transportasi yang dikeluarkan dilakukan oleh Pengumpul untuk menjual ke pabrik.
3. Distribusi pemasaran yang paling efisien yaitu distribusi pemasaran 1 ditingkat petani karena dengan nilai *Share Margin* yaitu 77,27%. Sedangkan distribusi pemasaran 2 memiliki hasil *Share Margin* dengan nilai 17,60% .

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R. W. (2009). Tataniaga Produk-Produk Pertanian. Bunga Rampai Agribisnis Seri Tataniaga. *Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor*. Bogor.
- Baharuddin, & Taskirawati, I. (2009). Hasil hutan bukan kayu. *Jurnal Perennial*, 3(2), 1–295.
- Chaerani, D. S. (2016). Margin dan Efisiensi Pemasaran Kopra Di Desa Simalegi Kecamatan Siberut Barat Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Bibiet*, 1(2), 81–94.
- Damanik, S. E. (2019). Buku Ajar Pengelolaan Sumber Daya Alam Dan Lingkungan. *Uwais Inspirasi Indonesia*. Sidoarjo.
- Jayapercunda, S. (2002). Hutan dan Kehutanan Indonesia: Dari Masa Ke Masa. *IPB Press*. Bogor.
- Kada, I.M., Hengki D.W. dan Devitha W.K. (2023). Analisis Penerimaan Petani Penyadap Getah Pinus di Hutan Kemasyarakatan Sipatuo Lembang Pa'tengko Kecamatan Mengkendek Kabupaten Tana Toraja. *Sosio Ekonomi Unsrat*. Volume 19. Nomor 1. Hal 617-628
- Kohl dan Uhl. (2002). Marketing of Agricultural Products .Ninth Edition. *Macmillan Company*. New York.
- Kotler & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. *Erlangga*. Jakarta.
- Mukhliah, A.N. (2020). Potensi dan Aliran Pemasaran Getah Pinus di Kabupaten Bone Sulawesi Selatan. *Jurnal of Forestry Research*. Volume 3. Nomor 2. Hal. 90-98
- Radiosunu. (1995). Konsep Sistem dan Fungsi Manajemen Pemasaran. *FE-UGM*. Yogyakarta.
- Rozalina, Sarintan E.D. dan Rolinca G.M. (2022). Analisis Tataniaga Getah Pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun. *Jurnal Akar*. Volume 1. Nomor 1. hal 1-10.

Silalahi, R. H., Sihombing, B. H., & Sinaga, P. S. (2020). Potensi Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) Di Hutan Lindung Raya Humala Kabupaten Simalungun. *Jurnal Akar*, 8(1), 38–51.

Soekartawi. (2002). Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian : Teori dan Aplikasi. Edisi Revisi 2002, *Raja-Grafindo Persada*. Jakarta.

Soekartawi. (2002). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. *Raja Grafindo Persada*. Jakarta.

Sudiyono. (2000). Pemasaran Pertanian. Edisi Pertama. *UUM Press*. Universitas brawijaya, Malang.

Sudiyono. (2002). Sulhaji. 2020. Produksi Getah Pinus (*Pinus merkusii*) Pada Hutan Rakyat, Pola Agroforestry Di Kecamatan Tinggi monong Kabupaten Gowa. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makasar

Undang Undang Republik Indonesia no 41 tentang Kehutanan. (1999).