

**ANALISIS TATANIAGA GETAH PINUS DI DESA SILEUTU NAGORI  
SIBAGANDING KECAMATAN GIRSANG SIPANGAN BOLON  
KABUPATEN SIMALUNGUN**

*Analysis Of Pine Sap Business Arrangements In Sileutu Nagori Sibaganding Village,  
Girsang Sipangan Bolon District Simalungun Regency*

**Rolinca Gratia Marbun, \*Rozalina, Sarintan E Damanik,**

Program Studi Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Simalungun  
\*rozalina.lubis@gmail.com

**ABSTRAK:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemasaran getah pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun dan untuk mengetahui *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran getah pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun. Pola pemasaran yang terdapat di Desa Sileutu Nagori Sibaganding yaitu pola pemasaran getah pinus yang terdiri dari petani/penyadap, pedagang pengumpul, dan pabrik pengolahan getah pinus. Hal ini disebabkan oleh adanya keterbatasan petani dalam menyalurkan hasil produksi dan pedagang pengumpul hanya melakukan penjualan langsung kepada pabrik pengolahan getah pinus. Nilai *Share Margin* sebesar 84,62%, artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan petani/penyadap termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual getah pinus sekarang, petani masih dapat memperoleh keuntungan untuk melakukan kegiatan usahatani selanjutnya. Nilai efisiensi pemasaran dari kegiatan distribusi getah pinus diperoleh sebesar 13,87%. Nilai efisiensi yang semakin kecil menunjukkan bahwa penggunaan saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian dapat dikatakan semakin efisien karena penggunaan biaya pemasarannya sedikit sesuai dengan pola pemasaran yang ada.

**Kata Kunci :** Tataniaga, Margin, *Farmer Share*, Pinus

**ABSTRACT:** This study aims to determine the marketing pattern of pine sap in Sileutu Nagori Sibaganding Village, Girsang Sipangan Bolon District, Simalungun Regency and to find out the share margin and the level of efficiency of pine sap marketing in Sileutu Nagori Sibaganding Village, Girsang Sipangan Bolon District, Simalungun Regency. The marketing pattern found in Sileutu Nagori Sibaganding Village is a pine sap marketing pattern consisting of farmers/eavesdroppers, collecting merchants, and pine sap processing plants. This is due to the limitations of farmers in distributing production and collecting traders only make direct sales to pine sap processing plants. The Share Margin value of 84.62%, meaning that the determination of the amount of selling price carried out by farmers/eavesdroppers is included in the efficient category, because with the determination of the selling price of pine sap now, farmers can still make a profit to carry out further farming activities. The value of marketing efficiency of pine sap distribution activities was obtained by 13.87%. The increasingly small efficiency value indicates that the use of existing marketing channels in the research area can be said to be the more efficient because the use of marketing costs is little in accordance with existing marketing patterns.

**Keywords :** marketing pattern, Margin, *Farmer Share*, Pinus

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Hutan merupakan sumber daya alam yang dapat manfaat secara tidak langsung. Manfaat hutan secara langsung adalah sebagai sumber berbagai jenis barang, seperti kayu, getah, kulit kayu, daun, akar, buah,

bunga dan lain-lain yang dapat dimanfaatkan secara langsung oleh manusia atau menjadi bahan baku berbagai industri yang hasilnya dapat digunakan untuk memenuhi hampir semua kebutuhan manusia.

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 terpenin berupa cairan kental dan lengket, bening atau buram.

Tataniaga merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat pendapatan petani dari semua penjualan produksi usahataniannya. Tataniaga atau pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya lembaga pemasaran. Pemasaran produk agraris, termasuk hortikultura, cenderung merupakan proses yang agak kompleks, sehingga saluran distribusi lebih panjang dan mencakup lebih banyak perantara.

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 karena itu 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.

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pola pemasaran Getah Pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kabupaten Simalungun.
2. Untuk mengetahui share margin dan efisiensi pemasaran Getah Pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kabupaten Simalungun.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus 2021 di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungu. Alat yang digunakan dalam penelitian ini ialah kamera digital untuk dokumentasi obyek kegiatan, kalkulator untuk melakukan perhitungan, dan alat tulis. Bahan yang digunakan dalam penelitian ialah data dari pemerintah setempat yang berada di Desa Sileutu Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon Kabupaten Simalungun dan masyarakat yang menyadap getah pinus.

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 diperoleh dari hasil publikasi resmi dari berbagai instansi.

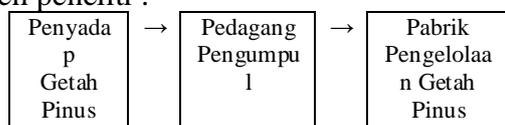
Populasi Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang berprofesi sebagai penyadap getah pinus dan lembaga-lembaga pemasaran getah pinus di Desa Sileutu, Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon, Kabupaten Simalungun. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden

yang diambil dengan menggunakan *purposive Sampling* (secara sengaja) yang mana terdapat pada Desa Sileutu dengan jumlah petani peyadap getah pinus dan lembaga pemasaran.

### 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 unntuk mengetahui efisiensi tataniaga dengan margin tataniaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya tataniaga getah pinus di Desa Sileutu, Nagori Sibaganding Kecamatan Girsang Sipangan Bolon 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 karet rakyat maupun biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran. Adanya perbedaan harga jual petani karet rakyat 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, 2002). Berikut pola pemasaran karet rakyat yang digunakan oleh peneliti :



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 :

$$Mji = Psi - Pbi$$

Keterangan :

Mji = Margin Pemasaran

Psi = Harga tingkat konsumen (Rp)

Pbi = Harga tingkat produsen (Rp)

(Soekartawi,2002).

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

$$SM = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan :

Sm = *Share Margin* (%)

Pp = Harga yang diterima oleh petani/peyadap (Rp)

Pk = Harga yang dibayar oleh pabrik pengolahan Getah Pinus (Rp) (Soekartawi,2002).

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

$$EP = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Jika nilai  $Ep < 50\%$ , maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai  $Ep \geq 50\%$ , maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien (Chaerani 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Petani Responden Jenis Kelamin

Identitas Petani Sampel Jenis Kelamin Jenis kelamin menentukan produktivitas kinerja seorang petani dalam melakukan usaha tani, dan laki- laki memiliki produktifitas yang lebih tinggi dari pada wanita karena kegiatan usaha tani membutuhkan tenaga dan fisik yang kuat. Pengelompokan jenis kelamin pada sampel penyadap getah pinus dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Pengelompokan Jenis Kelamin Pada Petani Penyadap Getah Sampel Di Desa Sileutu.**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	28	93,33
2	Perempuan	2	6,67
<b>Total</b>		30	100,00

Dari Tabel 1, dilihat bahwa rata-rata sampel petani yang diambil adalah laki-laki yaitu sebanyak 28 jiwa (93 %), dan perempuan yaitu sebanyak 2 jiwa (7 %).

### Umur

Umur sering dijadikan sebagai tolak ukur untuk menunjukkan usia produktif dan non produktif. Menurut *Internastional Labour Organization* (ILO), penduduk dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu usia produktif (15-64 tahun) dan usia non produktif (> 64 tahun). Pada umumnya, orang yang memiliki umur yang lebih muda memiliki kemampuan fisik yang lebih besar dan keterampilan mengelola lahan yang lebih dari orang yang memiliki umur tua. Komposisi penduduk

berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Komposisi Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur.**

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	20-29	4	13,33
2	30-39	12	40,00
3	40-49	7	23,33
4	50-59	5	16,67
5	60-69	2	6,67
<b>Total</b>		30	100,00

Berdasarkan Tabel 2, jumlah petani sampel terbanyak berada pada umur 30-39 tahun sebanyak 12 orang (40 persen) dikarenakan umur yang paling produktif untuk bekerja atau yang paling bersemangat, sedangkan jumlah petani sampel dengan umur terkecil terdapat pada umur 60-69 tahun sebanyak 2 orang (6,67 persen) disebabkan oleh umur yang tidak produktif lagi untuk bekerja dan mudah sekali merasakan kelelahan saat bekerja pada umur tersebut. Dan dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh petani sampel pada penelitian ini berusia produktif yaitu berusia dari 20-59 tahun dengan persentase sebanyak 93,33 persen. Dan usia tidak produktif sebanyak 6,67 persen.

### Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penunjang dalam keberhasilan usaha seseorang. Faktor pendidikan sangat penting dalam mengelola usaha tani karena dengan pendidikan maka seseorang akan memiliki sumber daya manusia yang lebih baik sehingga terampil untuk mengelola dan mengolah usaha yang diusahakannya. Tingkat pendidikan penyadap dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Distribusi Tingkat Pendidikan Petani Sampel**

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	Tidak Tamat SD	1	3,33
2	SD	4	13,33
3	SMP	7	23,33
4	SMA	15	50,00
5	D1 – Sarjana	3	10,00
<b>Total</b>		30	100,00

Tabel 3, menunjukkan bahwa jumlah petani yang paling banyak terdapat pada tingkat pendidikan SMA yaitu berjumlah 15 orang (50 persen) dikeranakan pada tingkat pendidikan ini yang paling banyak tinggal di Desa Sileutu dan tidak memiliki material yang cukup untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi lagi. Sedangkan yang paling sedikit berada pada tingkat Tidak Tamat SD yaitu berjumlah 1 orang (3,33%) karena pada zaman sekarang pendidikan sangat dibutuhkan, maka sudah jarang sekali kita menemukan orang yang tidak tamat dari SD.

**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 4.

**Tabel 4. Distribusi Pengalaman Menyadap Getah**

No.	Pengalaman Menyadap	Jumlah	Persentase (%)
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
<b>Total</b>		30	100,00

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 persen) 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 (6,67 persen) 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 5.

**Tabel 5. Luas Lahan Penyadap Getah Pinus di Desa Sileutu**

No.	Luas Lahan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 - 1 ha	28	93,33
2	2 - 3 ha	1	3,33
3	4 - 5 ha	1	3,33
<b>Total</b>		30	100,00

Tabel 5 menunjukkan diperoleh angka tertinggi adalah pada luas lahan 0-1 Ha berjumlah 28 jiwa (93,33 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 2-3 Ha yaitu berjumlah 1 jiwa (3,33 persen) dan pada luas lahan 4-5 Ha yaitu berjumlah 1 jiwa (3,33 persen) untuk yang memiliki luas lahan paling banyak hanya 2 orang karena memiliki tenaga kerja dari keluarga yang cukup.

### **Identitas Pedagang**

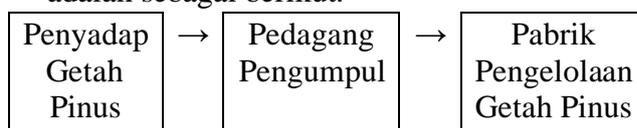
Pedagang pengumpul adalah pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani, kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain atau ke pabrik. Umur adalah salah satu indikator keberhasilan seorang pedagang dalam mengelola usahanya. Umur menggambarkan tingkat kematangan seorang pedagang dalam mengambil keputusan. Umur dari Pedagang Pengumpul di Desa Sileutu Nagori Sibaganding yaitu 50 Tahun, termasuk kepada umur produktif Ini menandakan bahwa pedagang pengumpul masih dapat memberikan pemikiran penuh, dan tenaga terhadap usaha yang dijalaninya.

Tingkat pendidikan adalah salah satu faktor penunjang keberhasilan seorang pedagang pengumpul. Dengan tingkat pendidikan yang semakin tinggi, maka seorang pedagang pengumpul akan semakin kritis dalam menghadapi masalah sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih baik. Pedagang Pengumpul di Desa Sileutu yaitu SMA. Selain umur dan tingkat pendidikan, pengalaman juga menjadi salah satu faktor penunjang keberhasilan dalam

menjalankan usaha. Dengan pengalaman yang semakin lama, maka pedagang pengumpul dapat mengambil keputusan yang lebih baik lagi. Pengalaman berdagang pedagang pengumpul yaitu selama 3 Tahun.

### **Pola Pemasaran Getah Pinus di Desa Sileutu**

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



**Gambar 1. Pola Pemasaran Getah Pinus di Desa Sileutu**

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 pada bulan Agustus sebesar Rp11.000 /Kg.

Pedagang pengumpul sebagai lembaga perantara dalam distribusi

getah pinus memiliki keunggulan daripada 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 8 – 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 pada bulan Agustus kepada pabrik pengolahan getah pinus di daerah penelitian adalah Rp13.000/Kg.

Pabrik pengolahan getah pinus menjadi lembaga pemasaran terakhir dalam proses distribusi getah pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding. Pabrik pengolahan getah pinus merupakan pabrik yang menciptakan nilai tambah dari bahan baku getah pinus, sehingga memiliki nilai ekonomis yang lebih tinggi daripada 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 Sileutu adalah sebagai berikut :

**Tabel 6. Rata-Rata Penjualan dan Pembelian Getah Pinus per bulan Berdasarkan Saluran Pemasaran di Desa Sileutu**

<b>Rata-rata Penjualan dan Pembelian Getah Pinus</b>				
<b>Komponen</b>	<b>Volume Pembelian n (Kg)/Bulan</b>	<b>Volume Penjualan n (Kg)/Bulan</b>	<b>Harga Beli (Rp/Kg)</b>	<b>Harga Jual (Rp/Kg)</b>
Penyadap Getah Pinus	-	250	-	11.000
Pedagang Pengumpul	8.000	-	11.000	13.000

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah rata-rata produksi yang merupakan volume penjualan penyadap getah pinus di daerah penelitian sebesar 250kg/bulan dengan rata-rata harga jual getah pinus pada Bulan Agustus sebesar Rp 11.000/Kg. Rata-rata volume pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul terhadap penyadap getah pinus di Desa Sileutu Nagori Sibaganding sebesar 8.000 kg/bulan dengan harga jual kepada pabrik pengolahan getah pinus sebesar Rp 13.000/kg.

**Biaya Saluran Pemasaran Getah Pinus Di Desa Sileutu**

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 pedagang 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 diterima dari pedagang pengumpul.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui total Margin sebesar Rp. 2.000,00/kg dan Total biaya tataniaga adalah Rp 1.802,66/Kg, rata-rata harga jual penyadap ke pedagang pengumpul getah pinus pada Bulan Agustus sebesar Rp 11.000,00/kg, maka keuntungan yang diperoleh penyadap dalam proses penyaluran getah pinus sebesar Rp 9.575,34/kg dan rata-rata harga jual yang dikeluarkan pedagang pengumpul ke pabrik pengolahan getah pinus pada Bulan Agustus sebesar Rp 13.000,00/Kg, maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul dalam proses penyaluran getah pinus sebesar Rp 1.440,00/Kg. Berdasarkan informasi di lapangan, jumlah volume penjualan yang dilakukan pedagang pengumpul di Desa Sileutu Nagori Sibaganding yaitu 8 ton per bulannya.

### Share Margin dan Efisiensi Pemasaran Getah Pinus di Desa Sileutu

Perhitungan *Share Margin* digunakan untuk mengetahui tingkat harga yang digunakan petani dalam memasarkan hasil produksinya dibandingkan harga beli pada pabrik pengolahan karet. Jika persentase *Share Margin* lebih tinggi maka semakin efisien keputusan harga yang digunakan petani untuk setiap kilogramnya. Nilai *Share Margin* dapat diketahui dari perhitungan di bawah ini:

$$\begin{aligned} \text{Share Margin} &= \frac{\text{Harga yang diterima penyadap}}{\text{Harga yang dibayar oleh pabrik}} \times 100\% \\ \text{Share Margin} &= \frac{11.000}{13.000} \times 100\% \\ \text{Share Margin} &= 84,62\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai *Share Margin* sebesar 84,62% artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan penyadap

getah pinus termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual getah pinus sekarang, penyadap masih dapat memperoleh keuntungan dari kegiatan usahatani getah pinus yang dilakukan. Dikatakan efisien jika harga jual penyadap lebih dari atau sama dengan 40% dari harga beli di tingkat pabrik. Nilai keuntungan penyadap akan lebih besar jika masing-masing penyadap melakukan pemanenan getah dengan lebih mandiri.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran yang pada saluran pemasaran getah pinus di Desa Sileutu, 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:

$$\begin{aligned} \text{EP} &= \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\% \\ \text{EP} &= \frac{1.802,66}{13.000} \times 100\% \\ \text{EP} &= 13,87\% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran sebesar 13,87%. 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.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola pemasaran yang terdapat di Desa Sileutu Nagori Sibaganding yaitu pola pemasaran getah pinus yang terdiri dari petani/penyadap, pedagang pengumpul, dan pabrik pengolahan getah pinus. Hal ini disebabkan oleh adanya keterbatasan petani dalam menyalurkan hasil produksi dan pedagang pengumpul hanya melakukan penjualan langsung kepada pabrik pengolahan getah pinus.
2. Nilai Share Margin sebesar 84,62%, artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan petani/penyadap termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual getah pinus sekarang, petani masih dapat memperoleh keuntungan untuk melakukan kegiatan usahatani selanjutnya. Nilai efisiensi pemasaran dari kegiatan distribusi getah pinus diperoleh sebesar 13,87%. Nilai efisiensi yang semakin kecil menunjukkan bahwa penggunaan saluran pemasaran yang ada di daerah penelitian dapat dikatakan semakin efisien karena penggunaan biaya pemasarannya sedikit sesuai dengan pola pemasaran yang ada.

### **2. Saran**

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lebih mendalam tentang analisis tata niaga getah pinus, sehingga dapat diketahui masalah yang sering dihadapi petani dalam pengembangan dan penyediaan beberapa sarana penunjang peningkatan harga jual getah pinus yang sudah dihasilkan dari kegiatan usahatani getah pinus .

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Adhawiyah, Robiah, Yuriko Boekoesoe, And Yanti Saleh. (2018). Analisis Pemasaran Cabai Rawit Di Kabupaten Boalemo. *Agrinesia: Jurnal Ilmiah Agribisnis* 2(3):164–76.
- Ahmad, Arief Yudansha. (2014). Analisis Deforestasi Di Indonesia Dengan Pendekatan Environmental Kuznetz Curve Periode 2000-2009.
- Chaerani, Dang Sri. (2016). Margin Dan Efisiensi Pemasaran Kopra Di Desa Simalegi Kecamatan Siberut Barat Kabupaten Kepulauan Mentawai. *Jurnal Bibiet* 1(2):81–94.
- Damanik, Sarintan Efratani. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Desa Sekitar Kawasan Hutan. *Uwais Inspirasi Indonesia*.
- Damanik, Sarintan Efratani. (2019b). Perencanaan Pembangunan Kehutanan. *Uwais Inspirasi Indonesia*.
- Dasion, Petrus Rajamuda Kolly, Eri Yusnita Arvianti, And Ana Arifatus Sa'diyah. (2015). Analisis Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma* Sp) Di Desa

- Wuakerong Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata. *Buana Sains* 14(1):1–10.
- Downey, W. D. N.D. (1992). Manajemen Agribisnis (Edisi Kedua). *Airlangga*, Jakarta
- Hasibuan, Msp, (2000), Manajemen Sumberdaya Manusia. *Bumi Aksara*, Jakarta.
- Irayanti, Irma. (2019). Analisis Saluran Tataniaga Nilam Untuk Mendukung Ekonomi Kerakyatan Dalam Pandangan Ekonomi Islam Di Kabupaten Konawe. *Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4(1):111–28.
- Jumiati, Elly, Dwidjono Hadi Darwanto, And Slamet Hartono. (2013). Analisis Saluran Pemasaran Dan Margin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. *Agrifor: Jurnal Ilmu Pertanian Dan Kehutanan* 12(1):1–10.
- Kusnadi, Nunung, Anna Fariyanti, dan Dwi Rachmina. (2018). Bunga Rampai Agribisnis Seri Pemasaran. *IPB Press*.
- Kusuma, Hendra. (2017). Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (Lm3) Agrina Di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan. *Jurnal Sains Pertanian* 1(1):210791.
- Lubis, Julia Hasanah. 2019. “Analisis Tataniaga Dan Efisiensi Tataniaga Kubis Di Desa Kuta Rayat Kecamatan Naman Teran Kabupaten Karo.”
- Nur Anisah, Rifka, dan Indah Susilowati. (2007). Kajian manajemen Pemasaran Ikan Pindang Layang Di Kota Tegal *Marketing Management Review Of Preserved Layang Fish In Tegal City. Jurnal Pasir Laut* 3(1):1–18.
- Nurmantu, Safri. (2005). Pengantar Perpajakan. *Yayasan Obor Indonesia*.
- Oka, Ngakan Putu, dan Amran Achmad. (2005). Kontribusi Hasil Hutan Bukan Kayu Terhadap Penghidupan Masyarakat Hutan: Studi Kasus Di Dusun Pampli Kabupaten Luwu Utara. *Soca: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 7(1):43991.
- Permadi, Rokhman. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Kepok Di Kabupaten Seruyan. *Unes Journal Of Agricultural Scienties* 1(1):120–28.
- Puspitojati, Triyono. (2011). Persoalan Definisi Hutan Dan Hasil Hutan Dalam Hubungannya Dengan Pengembangan HhbK Melalui Hutan Tanaman. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan* 8(3):210–27.
- Remmang, Hasanuddin, And Erni Indrawati. (2017). Perilaku Lembaga Pemasaran Terhadap Perdagangan Ikan Laut Segar Hubungannya Pendapatan Rumah Tangga Nelayan Di Sulawesi Selatan (Studi Kasus Kabupaten Pangkep). *Jurnal Ilmiah Ecosystem* 17(1):682–94.