

**ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN BOKAR PADA TINGKAT PEDAGANG
PENGUMPUL DI KECAMATAN MESUJI MAKMUR KABUPATEN OGAN
KOMERING ILIR****ANALYSIS OF BOKAR MARKETING EFFICIENCY AT THE COLLECTOR
LEVEL IN MESUJI MAKMUR DISTRICT, OGAN KOMERING ILIR REGENCY****Rizkian Danda Saputra¹⁾, Muhammad Sidik²⁾**^{1,2} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhamadiyah Palembang
Jalan A Yani 13 Ulu Palembang

*email korespondensi: muhammad_sidik@um-palembang.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing channels for bokar at the collector trader level and to analyze the technical and economic efficiency of bokar marketing at the collector trader level in Mesuji Makmur District, Ogan Komering Ilir Regency. The sampling method used was saturated sampling. The data collection methods used were observation, interviews, and documentation. The data processing methods used were editing, coding, and tabulating, while the data analysis method used was descriptive with a quantitative approach. The results of the study showed that in the bokar marketing channel at the collecting trader level in Mesuji Makmur District, Ogan Komering Ilir Regency, there are two marketing channels or are heterogeneous (different market divisions) where collecting traders sell the results of bokar purchases to factories in Jambi City and Palembang City. In terms of technical efficiency, channel I is more efficient than channel II, in channel I is Rp. 1.5 / Kg / KM while in channel II is Rp. 2.5 / Kg / KM. In terms of economic efficiency, channel II is more efficient than channel I, in channel II is Rp. 5.6 / Kg while in channel I is Rp. 3.8 / Kg.

Keywords: Marketing Efficiency, Brokers, Traders, Collectors**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran bokar pada Tingkat pedagang pengumpul dan untuk menganalisis efisiensi teknis dan ekonomi pada pemasaran bokar pada tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir. Metode penarikan contoh *sampling jenuh*. Metode pengumpulan data yang di gunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode pengolahan data yang digunakan adalah *editing, coding* dan *tabulating* sedangkan metode analisis data yang digunakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan Pada saluran pemasaran bokar tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir ada dua saluran pemasaran atau bersifat heterogen (pembagian pasar yang berbeda-beda) dimana pedagang pengumpul menjual hasil pembelian bokar ke pabrik yang ada di Kota Jambi dan ke Kota Palembang. Pada efisiensi teknis saluran I lebih efisien dibandingkan saluran II, pada saluran I adalah Rp. 1,5/Kg/KM sedangkan pada saluran II adalah Rp. 2,5/Kg/KM. Pada efisiensi ekonomi saluran II lebih efisien dibandingkan saluran I, pada saluran II adalah Rp. 5,6/Kg sedangkan pada saluran I adalah Rp. 3,8/Kg.

Kata Kunci : Efisiensi Pemasaran, Bokar, Pedagang, Pengumpul**PENDAHULUAN**

Salah satu tanaman perkebunan yang paling penting di Indonesia adalah karet, karena banyak menunjang perekonomian negara. Usaha perkebunan karet merupakan usaha rakyat, karena hampir 85% areal karet di Indonesia merupakan perkebunan rakyat. Berbeda dengan komoditi perkebunan lainnya

seperti kelapa sawit, yang sebagian besar diusahakan oleh perkebunan besar, baik pemerintah maupun swasta. Oleh karena itu perkebunan karet ini dapat dijadikan sebagai sumber kesejahteraan dan pemerataan pembangunan di Indonesia (Media Perkebunan, 2008).

Karet merupakan tanaman perkebunan

yang telah banyak di Indonesia. Sebagian besar petani telah mengenal tanaman karet dan praktik budidayanya. Karet menjadi sangat dekat dengan petani karena sifatnya yang mudah dalam teknik budidaya dan pengolahan serta memberikan nilai ekonomi secara langsung bagi petani. Karet merupakan salah satu sektor usaha di bidang pertanian yang memiliki peranan penting dalam penerimaan devisa negara, penyerapan tenaga kerja, pendorong pertumbuhan ekonomi sentra - sentra baru di wilayah sekitar perkebunan karet dan dalam pelestarian lingkungan, terutama penyerapan Co2. Di Indonesia karet merupakan salah satu hasil pertanian terkemuka karena banyak menunjang perekonomian Negara (Cahyadi dalam Antoni, 2006).

Provinsi Sumatera Selatan mengindikasikan daerah ini sebagai daerah sentra produksi karet terbesar. Karena di Sumatera Selatan banyak petani yang mengandalkan tanaman karet sebagai sumber mata pencaharian utama dalam usaha pemenuhan kebutuhan hidup. Luas areal dan produksi Perkebunan Karet Rakyat Per "Kabupaten Di Provinsi Sumatera Selatan yaitu 1.274.594 ha dan jumlah produksi yaitu sebesar 1.053.272 ton.

Kabupaten Ogan Komering Ilir dapat dikatakan Kabupaten yang sudah memberikan kontribusi besar terhadap provinsi Sumatera Selatan meskipun jumlah luas lahan dan produksi terbesar yang pertama ialah Kabupaten Musi Banyuasin dengan luas lahan 207.162 ha dengan jumlah produksi sebesar 155.303 ton. (Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan, 2017).

Diketahui luas area dan produksi karet di Kabupaten Ogan Komering Ilir adalah sebesar 156.460 Ha dan 143.430 Ton. Luas area dan produksi karet tersebut tersebar di setiap Kecamatan yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ilir. Salah satunya adalah kecamatan Mesuji Makmur yang menjadi penyumbang pada luas perkebunan dan produksi karet di Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Mayoritas masyarakat di Kecamatan Mesuji Makmur merupakan petani karet dan sawit. Selain bertani di kebun sendiri, banyak juga diantaranya yang menjadi buruh tani perkebunan swasta yang ada di wilayah Kecamatan Mesuji Makmur. Tanaman lain yang diusahakan petani disini yaitu ubi kayu. Pembangunan sektor industri pada hakikatnya merupakan salah satu cara untuk

meningkatkan nilai tambah, memperluas lapangan dan kesempatan kerja, menyediakan barang dan jasa yang bermutu, berdaya saing di pasaran, dan menunjang pembangunan di daerah. Namun demikian, di Kecamatan Mesuji Makmur masih sangat minim kegiatan industri pengolahan. Karena dari basis utama pekerjaan masyarakat yaitu bertani.

Kecamatan Mesuji Makmur adalah salah satu Kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Ogan Komering Ilir. Kegiatan usahatani karet Kecamatan Mesuji Makmur petani menjual lateks dalam bentuk bokar, yaitu lateks yang telah dibekukan menjadi bantalan karet. Kecamatan Mesuji Makmur ini kebanyakan petani menjual karet hanya ke Pedagang Pengumpul saja. Padang Pengumpul melakukan pembelian kapan saja tergantung kapan petani ingin menjual Bokarnya, berdasarkan informasi yang di peroleh bahwa di Kecamatan Mesuji Makmur ini petani kebanyakan menjual Bokar melalui Pedagang Pengumpul serta harga yang diterima pun diatur oleh Pedagang Pengumpul tersebut dengan harga sebesar 8000-9000 per kg. Petani karet di Kecamatan Mesuji Makmur Sangat bervariasi dalam memasarkan karet ke pedagang pengumpul. Petani karet cenderung melihat harga yang paling tinggi di setiap pedagang pengumpul sehingga petani merasa diuntungkan.

Produksi karet rakyat di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir umumnya akan dipasarkan ke pabrik-pabrik yang ada di kota Palembang maupun kota Jambi. Kondisi jarak keberadaan pabrik karet yang ada bisa menyebabkan perbedaan harga (*disparitas* harga). Belum lagi karena mutu bokar yang dominan rendah biasanya di jual ke pabrik yang ada di kota Palembang sedangkan untuk mutu yang berkualitas biasanya akan di jual ke pabrik yang ada di kota Jambi. Namun dengan bertambahnya jarak tempuh pabrik ini mengakibatkan terjadinya pemanjangan rantai pemasaran Bokar dan biaya pemasaran semakin membesar.

Pemasaran merupakan semua kegiatan yang bertujuan memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara yang paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif (hasyim,2012). Saluran pemasaran yang ada perlu mendapatkan perhatian, karena diduga banyaknya sesuatu yang belum dipahami oleh masyarakat di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir sehingga

pemasaran belum berjalan dengan baik serta perilaku pasar yang dijalankan juga belum konsisten terhadap produk Bokar.

Saluran pemasaran Bokar di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir juga dipengaruhi oleh keterikatan yang kuat antara petani dan pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul sering memberikan bantuan modal kepada petani sehingga petani akan merasa berhutang budi dan terikat kepada pedagang pengumpul sehingga akhirnya menjual Bokar ke pedagang pengumpul. Selain itu, para petani di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir juga pada umumnya tidak memiliki mobil untuk mengangkut Bokar yang diproduksinya apabila hendak menjual langsung ke pabrik. Petani yang merupakan produsen Bokar tidak memiliki kekuatan penawaran harga yang tinggi, sehingga berapa pun harga beli yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul itulah yang akan diterima oleh petani.

Marjin pemasaran yang tinggi juga dipengaruhi oleh akses jalan menuju ke di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir, dimana jalan menuju ke di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir sangat jarang dalam keadaan yang baik. Para pedagang pengumpul harus melalui jalan yang buruk untuk mengangkut Bokar pada saat hendak menjualnya ke Pabrik. Proses pengangkutan akan sangat sulit ketika musim hujan. Hal ini menyebabkan pedagang pengumpul menanggung biaya pengangkutan dan biaya tenaga kerja yang besar sehingga mengakibatkan petani karet sebagai produsen menerima harga yang rendah.

METODE PENELITIAN

Tempat dan waktu

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir. Pemilihan lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan bahwa di Kecamatan Mesuji Makmur mayoritas masyarakatnya berusahatani karet. Selain itu di Kecamatan Mesuji Makmur terdapat beberapa pedagang pengumpul yang melakukan pembelian bokar yang langsung menjual ke pabrik. Pelaksanaan penelitian ini telah dilakukan pada Mei - Juni 2025.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Survey. Metode

Survey adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data atau informasi tentang variabel dari sekelompok objek (Populasi). Dengan menggunakan metode penelitian ini kita akan mengetahui variabel seperti pendapat, sikap, prestasi dan motivasi (Noor, 2011). Lebih lanjut menurut Sugiyono (2012), dalam penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapatan dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

Metode Penarikan Contoh

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sensus/sampling jenuh*. Metode *sensus atau sampling jenuh* adalah teknik pengambilan sampel di mana semua anggota populasi dijadikan sampel. Ini sering digunakan ketika jumlah populasi relatif kecil, misalnya kurang dari 30 orang. Responden yang akan dijadikan sampel adalah pedagang pengumpul yang melakukan pembelian bokar di Kecamatan Mesuji Makmur. Berdasarkan data yang diperoleh terdapat 5 orang pedagang pengumpul yang melakukan pembelian hingga penjualan. Sehingga responden dalam penelitian ini adalah 5 responden pedagang pengumpul.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan dan akurat. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Merupakan teknik pengamatan dari peneliti secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian instrumen yang dapat digunakan adalah lembar pengamatan dan panduan pengamatan. Informasi yang diperoleh observasi yaitu tempat, pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa.

2. Wawancara

Merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan langsung dengan responden dan dapat juga memberikan sejumlah pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara untuk

memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Sementara data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

- a) Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung ke lokasi (Observasi) dan kuisioner yang diberikan kepada petani serta wawancara langsung dengan petani kelapa.
- b) Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau tidak secara langsung yang berupa buku, instansi terkait, dokumentasi dan jurnal maupun hasil-hasil penelitian terdahulu

Metode Pengolahan Dan Analisis Data

Menurut Hasan (2006), pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumus-rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan untuk memperoleh penyajian data dan kesimpulan yang baik, data yang diperoleh dari penelitian masih mentah, belum dapat memberikan informasi, maka diperlukan pengolahan data.

Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam pengolahan data, yaitu : *editing*, *coding*, dan *tabulating*.

1. *Editing*, merupakan pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.
2. *Coding*, merupakan pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam katagori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.
3. *Tabulating*, merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara menghitung data dari jawaban kuisioner responden yang sudah diberi kode, kemudian dimasukkan ke dalam tabel. *Tabulating* dilakukan setelah jawaban kuisioner diberi kode, kemudian peneliti menghitung data dan memasukkan ke dalam tabel.

Menurut Sugiyono (2015), teknik analisis deskriptif kuantitatif merupakan analisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud

membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama bagaimana saluran pemasaran bokar pada tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir akan dianalisis secara deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.

Untuk menjawab rumusan masalah kedua bagaimana efisiensi teknis dan ekonomi pemasaran bokar pada tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir. Menurut Calkins dan Wang (1978) dalam Saptarini dkk, (2019), menyatakan bahwa suatu saluran pemasaran yang efisien dapat dihitung rumus :

a. Indeks Efisiensi Teknis

$$IET = Vij / Wij / dij$$

Keterangan :

IET = Indeks efisiensi teknis
Vij = Variabel biaya pemasaran (Rp/kg)
Wij = Berat akhir produk (kg)
dij = Total jarak tempuh (km)

b. Indeks Efisiensi Ekonomis

$$IEE = \sum \pi_{ijk} / Vij$$

Keterangan :

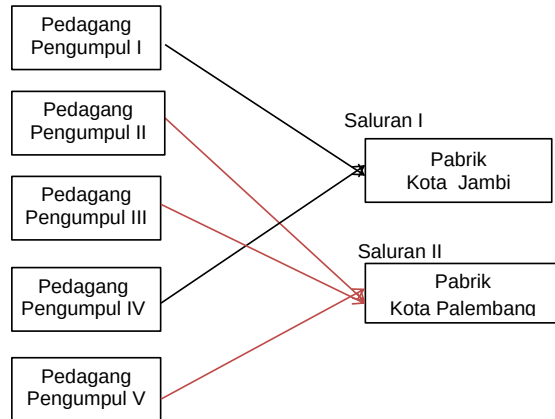
IEE = Indeks efisiensi ekonomis
Vij = Variabel biaya pemasaran (Rp/kg)
k = Jenis pedagang yang terlibat
I = Jenis komoditi
j = Jenis saluran tataniaga
 $\sum \pi_{ijk}$ = Keuntungan agen pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Saluran Pemasaran Bokar pada tingkat Pedagang Pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan diketahui bahwa saluran pemasaran bokar di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir pada tingkat pedagang pengumpul terdapat dua saluran pemasaran atau bersifat heterogen (pembagian pasar yang berbeda-beda), yang pertama adalah dari pedagang pengumpul yang menjual hasil pembelian bokarnya ke pabrik yang ada di Kota Jambi dan kedua pedagang pengumpul yang menjual hasil pembelian bokarnya ke pabrik yang ada di Kota Palembang. Adapun kedua saluran pemasaran dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Bokar pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Efisiensi Teknis dan Ekonomi Pemasaran Bokar pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir

Berdasarkan hasil penelitian efisiensi teknis dan ekonomi pada tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir. Terdapat 2 saluran pemasaran bokar dalam melakukan pengiriman hasil pembelian bokar. Kedua saluran tersebut sama-sama melakukan penjualan bokar melalui jalan darat menggunakan mobil Truk. Jika dilihat pada efisiensi teknis dan efisiensi ekonomi ke 2 saluran pemasaran bokar di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering adalah sebagai berikut :

1. Efisiensi Teknis

Efisiensi teknis pada tingkat pedagang pengumpul bertujuan untuk mengurangi biaya dari input agar pemasaran bokar di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir semakin efisien. Efisiensi teknis dapat diperoleh dengan membandingkan biaya pemasaran, total komoditi yang dikirim dan jarak tempuh. Efisiensi teknis pada tingkat pedagang pengumpul dapat dilihat pada 2 saluran pemasaran bokar ke pabrik yang ada di Kota Jambi sebagai saluran pemasaran I dan ke pabrik yang ada di Kota Palembang sebagai saluran pemasaran II. Adapun perhitungan efisiensi teknis dari kedua arah penjualan tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai Efisiensi Teknis Pemasaran Bokar pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir.

No	Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Berat Akhir (Kg)	Jarak Tempuh (Km)	Efisiensi Teknis (IET)
1	Saluran I	5.285.000	7.457,5	463	1,5
2	Saluran II	3.366.667	8.233,65	161	2,5

Sumber : Olahan Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 1 diketahui hasil efisiensi teknis pada saluran I dan II menunjukkan saluran I lebih efisien jika dibandingkan dengan saluran II.

2. Efisiensi Ekonomi

Efisiensi ekonomi pada tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir berkaitan dengan efektifitas dalam kegiatan fungsi pemasaran dilihat dari segi keuntungan dan biaya masing-masing pola pemasaran. Efisiensi ekonomi dapat diperoleh dengan cara membandingkan jumlah keuntungan biaya pemasaran. Efisiensi ekonomi pada tingkat pedagang pengumpul dapat dilihat pada 2 saluran pemasaran yaitu pemasaran ke pabrik yang ada di Kota Jambi sebagai saluran pemasaran I dan ke pabrik yang ada di Kota Palembang sebagai saluran pemasaran II. Adapun perhitungan efisiensi teknis dari kedua arah pemasaran bokar tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Efisiensi Ekonomi Pemasaran Bokar pada Tingkat Pedagang Pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir

No	Saluran Pemasaran	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Efisiensi Ekonomi (IEE)
1	Saluran I	20.031.250	5.285.000	3,8
2	Saluran II	18.910.656	3.366.667	5,6

Sumber : Olahan Data Primer, 2025

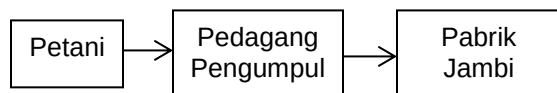
Berdasarkan Tabel 2 diketahui hasil efisiensi ekonomi pada saluran I dan II menunjukkan saluran II lebih efisien jika dibandingkan dengan saluran I.

PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran Bokar pada Tingkat Pedagang Pengumpul Di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir

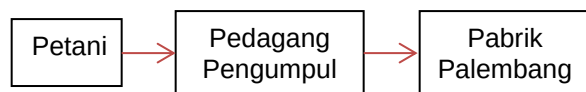
Terdapat 2 saluran pemasaran bokar pada tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir. Adapun kedua pola saluran pemasaran tersebut yaitu saluran pemasara I dimana Pedagang Pengumpul melakukan Pemasaran ke Pabrik yang ada di Kota Jambi dan saluran pemasaran II Pedagang Pengumpul melakukan Pemasaran Bokar ke Pabrik yang ada di Kota Palembang adalah sebagai berikut :

Saluran I



Pada saluran I Petani melakukan pemasaran bokar ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul biasanya melakukan persiapan dalam melakukan pemasaran bokar. Pemasaran bokar pada saluran I dilakukan ke pabrik yang ada di Kota Jambi. Pemasaran bokar ke pabrik yang ada di Kota Jambi dilakukan dengan menggunakan kendaraan Truk. Pedagang pengumpul juga biasanya hanya memasarkan bokarnya ke salah satu tempat karena memiliki harga yang paling tinggi. Untuk harga bokar pada saluran I yang diterima oleh pedagang pengumpul adalah Rp. 13.500/Kg.

Saluran II



Pada saluran II petani melakukan pemasaran bokar ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul ini melakukan pemasaran bokarnya ke pabrik yang ada di Kota Palembang. Pemasaran bokar ke pabrik yang ada di Kota Palembang dilakukan dengan menggunakan kendaraan Truk. Pedagang pengumpul juga biasanya hanya memasarkan bokarnya ke salah satu tempat karena memiliki harga yang paling tinggi. Untuk harga bokar pada saluran II yang diterima oleh pedagang pengumpul adalah Rp. 12.600/Kg.

Efisiensi Teknis Dan Ekonomi Pada Pemasaran Di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir

1. Efisiensi teknis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pemasaran bokar tingkat pedagang pengumpul menunjukkan efisiensi teknis saluran pemasaran I yaitu pendistribusi bokar dari pedagang pengumpul ke pabrik yang ada di Kota Jambi lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran II yang menuju pabrik yang ada di Kota Palembang. Nilai Indeks Efisiensi Teknis (IET) pada saluran I sebesar 1,5 yang berarti setiap pendistribusian bokar memerlukan biaya Rp. 1,5 per kilogram per kilometer. Sementara itu, saluran II memiliki nilai IET sebesar 2,5 yang artinya memerlukan biaya Rp. 2,5 per kilogram per kilometer sehingga secara biaya transportasi dan penanganan saluran I lebih hemat jika dihitung per kilo meter.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiyah (2023) hasil Efisiensi saluran pemasaran I sebesar 2,63%, saluran pemasaran II sebesar 11,84%, dan saluran pemasaran III sebesar 18,89%. Berdasarkan hasil penelitian karet di Kecamatan Sentajo Raya saluran I dinilai lebih efisien karena diperoleh nilai efisiensi terkecil, karena semakin kecil nilai efisiensi maka pemasaran yang dilakukan semakin efisien.

2. Efisiensi ekonomi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pemasaran bokar tingkat pedagang pengumpul menunjukkan efisiensi Ekonomi saluran pemasaran II yaitu pendistribusi bokar dari pedagang pengumpul ke pabrik yang ada di Kota Palembang lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I yang menuju pabrik yang ada di Kota Jambi. Nilai Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) pada saluran II mencapai 5,6 yang berarti setiap Rp. 1 biaya pemasaran yang dikeluarkan mampu menghasilkan keuntungan sebesar Rp. 5,6 per kilogram kali lipat. Sementara itu, saluran I hanya memiliki nilai IEE sebesar 3,8 artinya setiap Rp. 1 biaya pemasaran menghasilkan keuntungan Rp. 3,8 per kilogram kalilipat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun biaya teknis saluran II lebih tinggi keuntungan yang dihasilkan relatif lebih besar menjadikannya lebih efisien secara ekonomi.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Millah (2023) yang bawha Indeks Efisiensi Ekonomi (IEE) pada

saluran pemasaran I sebesar 11,00. Hal ini menunjukkan bahwa nilai IEE pada saluran pemasaran I merukan yang paling efisien diantara saluran pemarkan yang lainnya. Hal ini berarti dalam setia satu rupiah pemarkasan yang di keluarkan akan mendapatkan keuntungan 11,00 kali lipat. Sedangkan Indeks Efisiensi Ekonomi (IEE) terkecil berada pada saluran pemasaran II dengan nilai sebesar 1,30.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada saluran pemasaran bokar tingkat pedagang pengumpul di Kecamatan Mesuji Makmur Kabupaten Ogan Komering Ilir ada dua saluran pemasaran atau bersifat heterogen (pembagian pasar yang berbeda-beda) dimana pedagang pengumpul menjual hasil pembelian bokar ke pabrik yang ada di Kota Jambi dan ke Kota Palembang.
2. Pada efisiensi teknis saluran I lebih efisien dibandingkan saluran II, pada saluran I adalah Rp. 1,5/Kg/KM sedangkan pada saluran II adalah Rp. 2,5/Kg/KM. Pada efisiensi ekonomi saluran II lebih efisien dibandingkan saluran I, pada saluran II adalah Rp. 5,6/Kg sedangkan pada saluran I adalah Rp. 3,8/Kg.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Bandung: Alfabeta.
- Alwi, H. 2006, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Anindita, R. dan N. Baladina. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian*, Edisi 1. ANDI. Yogyakarta.
- Antoni dan Pubriyanti. 2015. *Pola Pemasaran dan Bentuk Pasar Karet Rakyat dan Dampaknya Bagi Kesejahteraan Petani Karet Rakyat di Sumatera Selatan*. Skripsi pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Indralaya (tidak dipublikasikan)
- Anwar, C. 2006. *Manajemen dan Teknologi Budidaya Karet*. Medan: Pusat Penelitian Karet.
- Cahyadi, W. 2006. *Bahan Tambahan Pangan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Dina. 2004. *Analisis Strategi Pemasaran*. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Dinas Perkebunan. 2017. *Statistik Tahun 2018*. Dinas Perkebunan Provinsi Sumatera Selatan.
- Firdaus, M. 2008. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara
- Haryanto, D. 2011. *meneliti tentang Studi Pemasaran Buah Duku di Desa Serinanti Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir*.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Buku Ajaran Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Bandar Lampung
- Hammond, J. W. and D. C. Dahl. 1992. *Market and Price Analysis: The Agricultural Industry*. McGraw-Hill. New York. USA.
- Hanafi, 2004. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kartika, N.D. 2010. *dengan judul Perbedaan Perilaku Konsumen Buah Pada Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember*.
- Kotler, P. 1997, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Limbong, W. H dan P. Sitorus. 1987. *Tataniaga pertanian*. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. IPB, Bagor.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Margono. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Media perkebunan. 2008. *Sumber Kesejahteraan Dan Pemerataan Pembangunan Di Indonesia*.
- Nazarudin dan Paimin. 2006. *Strategi Pemasaran Dan Pengolahan Karet*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nurwahidi, R. 2017 *Analisis Perilaku Pasar Benih Padi Di Kabupaten Kediri*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya
- Riswani, E Rosana dan Trisnawati. 2014. *yaitu tentang Pola Pemasaran Produksi Padi Lahan Pasang Surut di Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan*.
- Sadono, S. 2010. *Makroekonomi. Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Saifuddin, 1998. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sarwono, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

- Sayamar, Ery. 201. dengan judul Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka dan Giant Hypermart di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
- Setiawan, D. H Dan A. Andoko, 2007. Petunjuk Lengkap Budi Daya Karet. Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Setiawan, D. H dan A. Andoko. 2005. Petunjuk Lengkap Budi Daya Karet. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1998. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta :LP3ES.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. 238 hal.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhamadyah Malang.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sjamsir. 2017. *Pembangunan Pertanian Pusaran Kearifan Lokal*. CV Sah Media. Makasar.
- Yuprin, AD. 2009. *Analisis Pemasaran Karet Di Kabupaten Kapuas*. Tesis Fakultas Ekonomi IESP. Kapuas.