

ABSTRAK

ANALISIS PEMASARAN TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN PETANI KARET(*Havea brasiliensis*) KECAMATAN KABUN KABUPATEN ROHAN HULU

FIKTOR MARBUN

NPM. 2501030006

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Saluran Pemasaran Komoditi Karet Di Petani Kecamatan Kabun Kabupaten Rohan Hulu serta manfaatnya yang dirasakan oleh Petani di desa Petani tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara dan observasi. Sebagai objek penelitian ini adalah Desa Petani Kecamatan Kabun Kabupaten Rohan Hulu serta. Dari hasil penelitian diperoleh gambaran secara umum bahwa Saluran Pemasaran karet terdiri dari 2 macam. Sebagian besar petani menggunakan saluran pemasaran yang dikategorikan panjang yaitu Petani – Pedagang Kecil – Pedagang Besar – Pabrik. Saluran ini terpaksa digunakan Petani karena Petani sudah terikat dengan pedagang dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Sedangkan sedikit petani yang menggunakan saluran pemasaran pendek atau memiliki aksesibilitas yang baik yaitu Petani – Pedagang Besar – Pabrik. Struktur pasar di tingkat desa, Kecamatan dan kabupaten bersifat oligopsoni konsentrasi sedang yang menunjukkan bahwa pedagang memiliki tingkat kekuasaan sedang dalam mempengaruhi pasar. Perilaku pasar di Desa Petani ini ditunjukkan dengan hubungan yang sangat kuat antara pedagang kabupaten dengan eksportir atau pedagang besar, hal ini terlihat dari cukup terjadinya proses tawar-menawar dan tersedianya informasi harga yang di peroleh serta terdapat jalinan kerjasama antara lembaga Pemasaran tersebut dalam pemodalan dan persaingan harga.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran Komoditi karet, struktur pasar, perilaku pasar

ABSTRACT

MARKETING ANALYSIS ON THE INCOME LEVEL OF RUBBER

FARMERS (*Hevea brasiliensis*)

KABUN DISTRICT, ROKAN HULU REGENCY

FIKTOR MARBUN

NPM. 2501030006

This study aims to analyze the marketing channels of rubber commodities among farmers in Kabun District, Rokan Hulu Regency, and the benefits perceived by the farmers in the respective Petani Village. This study employs a qualitative method, where data collection was conducted through interviews and observations. The object of this research is Petani Village, Kabun District, Rokan Hulu Regency.

The research results indicate a general overview that rubber marketing channels consist of two types. Most farmers use a marketing channel categorized as long, namely: Farmer – Small Trader – Large Trader – Factory. Farmers are forced to use this channel because they are already tied to traders to meet their daily living needs. Meanwhile, a few farmers use a short marketing channel or have good accessibility, namely: Farmer – Large Trader – Factory.

The market structure at the village, district, and regency levels is a medium-concentration oligopsony, indicating that traders have a moderate level of power to influence the market. Market behavior in Petani Village is demonstrated by a very strong relationship between regency traders and exporters or large traders. This is evident from the sufficient occurrence of bargaining processes, the availability of price information obtained, and the cooperation between these marketing institutions in capitalization and price competition.

Keywords: Rubber commodity marketing channels, market structure, market behavior.