

ANALISIS PEMASARAN GETAH DAMAR DI DESA MALINO JAYA KECAMATAN SOYO JAYA KABUPATEN MOROWALI UTARA

Marketing Analysis of Gum Resin in The Village of Malino Jaya Soyo Jaya District North Morowali

Tri Mohamad Santosa¹⁾, Saharia Kassa²⁾, Alimudin Laapo²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu.
E-mail: trimuhamad59@gmail.com

²⁾Dosen Program study Agribisnis, Fakultas pertanian universitas Tadulako, Palu
E-mail: saharika_kassa@yahoo.com dan E-mail: alimudin_73@yahoo.com

ABSTRACT

Indonesia is an archipelago located in the equatorial region and is known as one of the nation's largest owner of forest products in the world, one of which is a resin. The forestry sector marketing activities of forest product is an economic activity that play a role linking the interest of producers (tapper) with consumer. Marketing result are expected to provide a proportional benefit to producers and actors in accordance with the marketing cost, risks and sacrifices that have been issued. The purpose of this research was to determine is the form of marketing channel, the amount of the marketing margin resin in each marketing channel, the part of the price received by the tapper (producer) resin in each marketing channel, and the marketing efficiency gum resin in each marketing channel. This research was conducted in the village of Malino Jaya Soyo Jaya District North Morowali in May to August 2015. Tapper take as much as 34 respondents drawn from the entire population. In addition, to determine the respondent merchant totalling 3 respondent used Tracing Sampling Method. The result of analysis showed the gum resin marketing channels in the village of Malino Jaya Soyo Jaya District North Morowali Country consists of 2 channels, namely :

1. Tapper → Traders → Wholesalers → Customer (Exporters)
2. Tapper → Wholesalers → Customer (Exporters)

Total marketing margin of the gum resin in the marketing channel I is Rp. 3.100,00/kg and the marketing margin resin on marketing channel II is Rp. 2.100,00/kg. The part of prices received by farmer on channel I at 77,21% and the part of the price received by farmer on channel II at 81,56%. On both of the marketing channel, the marketing channel II more efficiently than the marketing channel I, because the ratio between the price received by the customers with the total marketing cost per kilogram on channel II at 38,75 , higher than the channel I is 34,57.

Key Words: Gum Resin. marketing channel, marketing margin, marketing efficiency.

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terletak di kawasan khatulistiwa dan dikenal sebagai salah satu negara pemilik hasil hutan terbesar di dunia, salah satunya adalah damar. Pada sektor kehutanan kegiatan pemasaran hasil hutan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang berperan menghubungkan kepentingan produsen (Penyadap) dengan konsumen. Hasil pemasaran tersebut diharapkan mampu memberikan keuntungan yang proporsional bagi produsen dan para pelaku pemasaran sesuai dengan biaya, resiko dan pengorbanan yang sudah dikeluarkan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bentuk saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran getah damar pada masing-masing saluran pemasaran, bagian harga yang diterima oleh penyadap (produsen) getah damar pada masing-masing saluran pemasaran, dan efisiensi pemasaran getah damar pada masing-masing saluran pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara pada bulan Mei sampai dengan Agustus 2015. Mengambil sebanyak 34

responden penyadap yang diambil dari seluruh populasi. Selain itu, untuk menentukan responden pedagang yang berjumlah 3 responden digunakan metode peninjauan responden (*Tracing Sampling Method*). Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran getah damar di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara terdiri atas 2 saluran, yaitu :

1. Penyadap → Pedagang Pengumpul → Pedagang Besar → Konsumen (eksportir).
2. Penyadap → Pedagang Besar → Konsumen (eksportir).

Margin total pemasaran getah damar pada saluran pemasaran I yaitu Rp. 3.100,00/kg dan margin pemasaran getah damar pada saluran pemasaran II yaitu Rp. 2.100,00/kg. Bagian harga yang diterima petani pada saluran I sebesar 77,21% dan bagian harga yang diterima petani pada saluran II sebesar 81,56%. Pada kedua saluran pemasaran tersebut, saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I, ini karena nisbah antara harga yang diterima konsumen dengan total biaya pemasaran per kilogram pada saluran II sebesar 38,75, lebih besar dibandingkan dengan saluran I yaitu 34,57.

Kata Kunci : Efisiensi pemasaran, getah damar, margin pemasaran, saluran pemasaran.

PENDAHULUAN

Sumberdaya hutan sebagai kekayaan alam yang dimiliki Indonesia berpotensi dalam menunjang kegiatan pembangunan nasional, yaitu berupa fungsi dan manfaat yang dihasilkan baik manfaat *tangible* (langsung/nyata) maupun manfaat *intangibile* (tidak langsung/tidak nyata) (Dani A. dkk, 2012).

Adanya pembangunan daerah sebagai integritas dari pembangunan nasional membutuhkan biaya yang besar (pertumbuhan ekonomi), sehingga perlu dilakukannya penggalan sumber-sumber potensial yang dimiliki masing-masing daerah, termasuk sektor kehutanan dalam rangka meningkatkan pendapatan daerah. Kontribusi sektor kehutanan terhadap pendapatan daerah diharapkan dapat menjadikan sumberdaya hutan sebagai potensi daerah yang patut dihargai, dilestarikan, dan dibudidayakan secara efisien dan efektif, supaya manfaatnya dapat terus dirasakan (Lisyanto, 2010).

Dewasa ini Indonesia merupakan salah satu negara penghasil damar di dunia. Sasaran utama penjualan damar adalah pabrik-pabrik cat bermutu rendah di dalam negeri, sedangkan damar berkualitas tinggi diekspor terutama ke Singapura. Di Singapura, damar disortir kemudian diproses selanjutnya kemudian diekspor kembali sebagai dupa atau bahanbaku untuk pabrik-pabrik cat di negara-negara industri. Pasar

ekspor, yang menyerap sepertiga volume produksi, menuntut kualitas yang tinggi tetapi menawarkan prospek yang lebih baik. (Hastirullah Fitrah, 2013).

Kabupaten Morowali Utara merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Tengah yang menghasilkan damar dari penyadapan hutan liar. Produksi damar di Kabupaten Morowali Utara cukup besar, hal ini terlihat dari perkembangan produksi hasil hutan menurut jenisnya seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan perkembangan produksi hasil hutan khususnya damar mengalami fluktuasi. Penurunan yang sangat drastis pada tahun 2012 yang hanya sebesar 377 Ton dari tahun sebelumnya sebesar 2 009 Ton , sedangkan pada tahun 2013 dan 2014 terus mengalami kenaikan yaitu masing-masing 742 Ton dan 16.751 Ton. Naik turunnya produksi getah damar dipengaruhi oleh jumlah penyadap dan cuaca.

Perkembangan produksi damar yang semakin naik juga sejalan dengan produksi hasil hutan nonkayu lainnya, damar menempati posisi kedua setelah rotan.

Melihat produksi damar cukup tinggi di Kabupaten Morowali, tidak menjamin memberikan pendapatan yang tinggi pula bagi para penyadap getah damar. Harga yang diterima penyadap, sangat berperan dalam menentukan tingkat pendapatan penyadap dari usaha tersebut, sedangkan tingkat harga dipengaruhi oleh sistem pemasaran damar.

Tabel 1. Perkembangan Produksi Hasil Hutan Menurut Jenisnya, Kabupaten Morowali 2010-2014

Jenis Hasil Hutan	2010	2011	2012	2013	2014	Satuan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
Kayu Bulat	25.570	41.376	18.529	51.019	48.445	M ³
Rotan	9 288	11 121	4 581	5 723	81 939	Ton
Kayu Gergaji	16 709	17 851	25 159	27 409	27 217	Ton
Damar	586	2 009	377	742	16 751	Ton

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah, 2014.

Ket : Data yang Disajikan Merupakan Data Kabupaten Morowali Sebelum Pemekaran Kabupaten.

Saluran pemasaran damar dari Kabupaten Morowali Utara hanya sampai pada tingkat pedagang besar, selanjutnya akan di salurkan ke eksportir yang berada di Kota Makasar Sulawesi Selatan. Jauhnya jarak antara produsen dan konsumen ini juga semakin menambah banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran maka semakin banyak pula yang mengeluarkan biaya pemasaran dengan mengambil keuntungan dalam pemasaran tersebut, maka akibatnya adalah pemasaran kurang efisien.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memandang perlu melakukan penelitian guna menganalisis pemasaran damar di Desa Malino Jaya, Kecamatan Soyo Jaya, Kabupaten Morowali Utara, sehingga dapat di peroleh gambaran mengenai biaya pemasaran, margin pemasaran dan bentuk saluran pemasaran yang berada di Desa Malino Jaya, yang diharapkan akan berguna dalam meningkatkan standar kehidupan masyarakat di Desa Malino Jaya, Kecamatan Soyo Jaya, Kabupaten Morowali Utara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara pada bulan Mei sampai dengan Agustus 2015. Mengambil sebanyak 34 responden penyadap yang diambil dari seluruh populasi. Selain itu, untuk menentukan responden pedagang yang berjumlah 3 responden digunakan metode peninjauan responden (*Tracing Sampling Method*).

Responden pada penelitian ini diambil dari seluruh populasi yang ada. Jumlah populasi dalam penelitian sebanyak 34 orang, diambil sampel sebanyak 34 orang. Mengetahui responden pedagang digunakan cara peninjauan (*Tracing sampling*) dimana populasi pedagang pengumpul sebanyak 2 orang dan pedagang besar sebanyak 1 orang. Jadi, jumlah secara keseluruhan sebanyak 37 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi, wawancara langsung dan dokumentasi dengan menggunakan daftar pertanyaan (*quesioner*) dan alat dokumentasi, Sedangkan data sekunder diperoleh dari dinas/instansi terkait dan literatur lainnya yang menunjang dalam penelitian ini.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan empat analisis yaitu:

Analisis Deskriptif. Metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran getah damaryang ada di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara.

Mengetahui margin pemasaran menurut Hanafiah, A.M, dan Saefuddin A.m. (1986):

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp)

Hp = Harga Penjualan (Rp)

Hb = Harga Pembelian (Rp)

Mengetahui *farmer's share* menurut Swastha (2002),

$$Sf = \frac{PriceFarm}{PriceRetailer} \times 100\%$$

Keterangan :

Sf= Bagian harga yang diterima petani
Price Farm= Harga ditingkat petani
Price Retailer =Harga konsumen akhir

Merhitungan efisiensi pemasaran menurut K. Thamizhselvan dan Paul Murugan, (2012).

$$ME = \frac{V}{I} - 1$$

Keterangan:

ME = Efisiensi Pemasaran
V = Harga Ditingkat Konsumen
I = Total Biaya Pemasaran per Kg

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Umur Responden. Jumlah responden penyadap getah damar di Desa Malino Jaya berjumlah 34 orang dan 3 orang pedagang getah damar, kisaran umur responden adalah 24-55 tahun. Responden penyadap dan pedagang getah damar tersebut seluruhnya masih berada diusia produktif. Menurut BPS (2011), usia produktif yaitu antara umur 15-64 tahun.

Tingkat Pendidikan. Tingkat pendidikan penyadap getah damar cukup bervariasi, yaitu SD sebanyak 11 jiwa (29,73%), SMP sebanyak 17 jiwa (45,94%), SMA sebanyak 9 jiwa (24,33%), Sedangkan untuk responden pedagang pengumpul yaitu 1 orang SMP, 1 orang SMA dan 1 orang pedagang besar dengan tingkat pendidikan SMP. Hal ini membutuhkan tingkat pendidikan penyadap getah damar di Desa Malino Jaya masih tergolong rendah. Tingkat pendidikan yang rendah akan mengakibatkan penyadap sulit untuk menerima teknologi baru yang akan mengakibatkan rendahnya pendapatan penyadap getah damar di Desa Malino Jaya.

Tanggungans Keluarga. Jumlah tanggungan keluarga responden di Desa Malino Jaya

bervariasi sampai yang tertinggi adalah 6 jiwa. Hal ini menunjukkan semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin banyak tanggungan pemikiran dalam menyelesaikan masalah termasuk keputusan untuk merubah kegiatan dalam usahanya. Sebaliknya semakin kecil tanggungan keluarga semakin rendah pengeluaran atau biaya sehingga makin banyak modal yang dapat dialokasikan dalam upaya peningkatan usahanya.

Pengalaman Berusahatani. Pengalaman penyadap getah damar di Desa Malino Jaya sangat bervariasi dari yang terendah 2 tahun sampai yang tertinggi 12 tahun. Semakin lama penyadap melakukan usahanya maka akan semakin mempengaruhi kebiasaan, kemahiran, dan keterampilan atau keahlian dalam melakukan kegiatan menyadap yang nantinya akan mempengaruhi jumlah produksi.

Lembaga Pemasaran. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka lembaga pemasaran yang terlibat di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara dalam menyalurkan getah damar dari podusen yaitu penyadap ke konsumen dalam hal ini eksportir terdiri atas Pedagang Pengumpul dan Pedagang Besar.

Saluran Pemasaran. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat 2 (dua) saluran getah damar di desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utarapada Gambar 1.

Margin Pemasaran. Margin pemasaran menentukan harga getah damar ditingkat konsumen. Margin pemasaran juga diharapkan dapat memberikan keuntungan yang proporsional bagi lembaga pemasaran getah damar yang ikut terlibat sesuai dengan biaya, resiko, pengorbanan dan pelayanan yang ditanggungnya. Data margin pemasaran getah damar pada saluran I di desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa pada saluran I, harga yang diterima penyadap atau harga pembelian pedagang pengumpul

sebesar Rp. 10.500/kg dan harga penjualan pedagang pengumpul sebesar Rp. 12.200/kg, sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengumpul Rp. 1.700/kg. Biaya pemasaran ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 80,46/kg. Dengan demikian, keuntungan ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.619,54/kg. Selanjutnya, harga pembelian pada pedagang besar Rp. 12.200/kg dan harga penjualan pedagang besar sebesar Rp. 13.600/kg, sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 1.400 /kg. Biaya pemasaran ditingkat pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 296,55/kg. Sehingga keuntungan ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.103,45. Margin total dari produsen (penyadap) ke konsumen (eksportir) pada saluran I sebesar Rp. 3.100/kg.

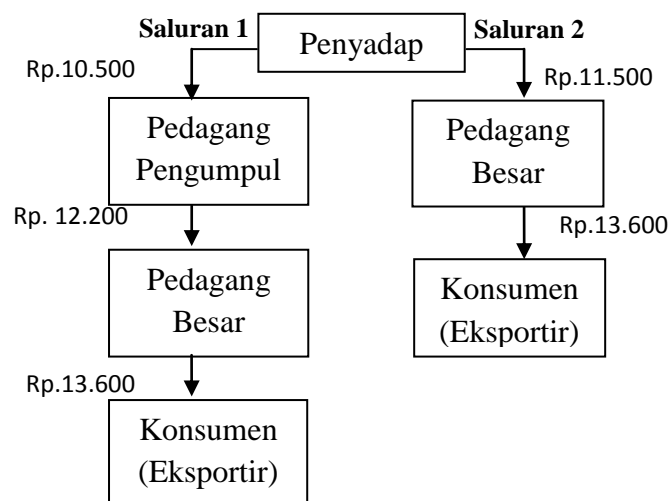
Margin total pemasaran pada saluran II relatif lebih kecil. Hal ini dikarenakan penyadap getah damar menjual langsung kepedagang besar. Data margin pemasaran getah damar pada saluran II di desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pada saluran II, harga yang diterima penyadap

atau harga pembelian pedagang besar sebesar Rp. 11.500/kg dan harga penjualan pedagang besar sebesar Rp. 13.600/kg, sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang besar sebesar Rp. 2.100/kg. Secara otomatis margin total dari produsen (penyadap) ke konsumen (eksportir) sebesar Rp. 2.100/kg.

Berbeda dengan saluran I, saluran II cenderung lebih pendek karena dalam memasarkan hasil produksinya, penyadap tidak melalui pedagang pengumpul namun langsung kepada pedagang besar. Hal tersebutlah yang menyebabkan margin pemasaran pada saluran kedua lebih kecil sehingga lebih menguntungkan bagi penyadap selaku produsen getah damar.

Bagian Harga Penyadap. *Farmer's Share* atau bagian harga yang diterima penyadap ialah nisbah antara harga yang diterima penyadap dengan harga pada konsumen akhir dan dinyatakan dalam persen. Semakin tinggi nilai yang di peroleh maka akan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima penyadap. Data bagian harga yang diterima penyadap di desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara terlihat pada Tabel 4.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Getah Damar Di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara, 2015.

Tabel 2. Margin Pemasaran Getah Damar pada Saluran I Di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara, 2015

No.	Uraian	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Margin
1.	Harga yang diterima Penyadap	10.500		
2.	Pedagang Pengumpul			
	a. Harga Pembelian	10.500		
	b. Biaya Pemasaran			
	- Biaya tenaga Kerja		40,0	
	- Biaya Transportasi		20,46	20,0
	- Biaya Pengarungan			80,46
	Jumlah Biaya			
	c. Harga Penjualan	12.200		1.700
	Keuntungan			1.619,54
3.	Pedagang Besar			
	a. Harga Pembelian	12.200		
	b. Biaya Pemasaran			
	- Biaya tenaga Kerja		41,24	
	- Biaya Sortir		61,84	
	- Biaya Perizinan		20,51	
	- Biaya Transportasi		152,35	
	- Biaya Pengarungan		20,61	
	Jumlah Biaya		296,55	
	c. Harga Penjualan	13.600		1.400
	Keuntungan			1.103,45
	Total Margin	M1 + M2		3.100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 3. Margin Pemasaran Getah Damar pada Saluran II di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara, 2015

No.	Uraian	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Margin (Rp)
1.	Harga yang diterima Penyadap	11.500		
2.	Pedagang Besar			
	a. Harga Pembelian	11.500		
	b. Biaya Pemasaran			
	- Biaya tenaga Kerja		38,74	
	- Biaya Sortir		158,1	
	- Biaya Perizinan		25,23	
	- Biaya Transportasi		187,45	
	- Biaya Pengarungan		19,37	
	Jumlah Biaya		328,89	
	c. Harga Penjualan	13.600		2.100
	Keuntungan			1.771,11

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 4. Bagian Harga yang Diterima Penyadap di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara, 2015

No.	Saluran Pemasaran	Harga Tingkat Penyadap (Rp)	Harga Konsumen Akhir (Rp)	Farmer's share (%)
1.	Saluran I	10.500	13.600	77,21
2.	Saluran II	11.500	13.600	84,56

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Tabel 5. Efisiensi Pemasaran Getah Damar di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara, 2015

No.	Saluran Pemasaran	Harga Konsumen (Rp)	Biaya Pemasaran Perkilogram (Rp)	Efisiensi
1.	Saluran 1 Penyadap - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar – Konsumen (eksportir)	13.500	379,48	34,57
2.	Saluran 2 Penyadap - Pedagang Besar – Konsumen (eksportir)	13.500	339,61	38,75

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2015.

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh bagian harga penyadap pada saluran II lebih besar yaitu 84,56% dibandingkan dengan bagian harga penyadap pada saluran I yaitu 77,21%. Tinggi rendahnya presentase bagian harga yang diterima penyadap dipengaruhi oleh tinggi rendahnya harga ditingkat penyadap.

Efisiensi Pemasaran. Efisiensi pemasaran sering dikenal sebagai persentase nisbah antara harga ditingkat konsumen dengan biaya pemasaran perkilogram. Kegiatan pemasaran berperan menghubungkan produsen dengan konsumen oleh karena itu, pemasaran yang efisien mutlak diperlukan untuk menciptakan selisih harga yang diterima produsen dan konsumen rendah. Efisiensi pemasaran juga sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dan konsumen, karena biaya transportasi akan mempengaruhi harga. Sistem pemasaran komoditas hasil hutan yang tidak efisien, seperti yang terjadi pada hampir setiap daerah produksi hasil hutan, menyebabkan posisi produsen kurang menguntungkan. Semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistim pemasaran. Data efisiensi pemasaran getah damar di Desa Malino Jaya Kecamatan Soyo Jaya Kabupaten Morowali Utara terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5 menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran pada saluran I sebesar 34,57 dan saluran II sebesar 38,75. Artinya bahwa persentase nisbah antara harga damar ditingkat konsumen dan biaya

pemasaran perkilogram pada saluran II lebih besar dibandingkan dengan saluran I. Faktor yang mempengaruhi adalah biaya pemasaran getah damar pada saluran I yaitu Rp. 379,48 per Kg lebih besar dibandingkan dengan saluran II sebesar Rp. 339,61 per Kg. Besarnya biaya pemasaran pada saluran pertama dipengaruhi oleh panjangnya proses distribusi atau penyaluran getah damar yang dilakukan penyadap dalam memasarkan produknya melalui pedagang pengumpul. Berbeda dengan saluran pemasaran II proses distribusi atau penyaluran lebih singkat dimana getah damar di jual langsung oleh penyadap ke pedagang besar tanpa melalui pedagang pengumpul, sehingga biaya pemasaran relatif rendah.

Menurut Burton G. Malkiel (2003), semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistim pemasarannya. Secara konseptual, sistem tataniaga/pemasaran dapat dianggap efisien apabila memenuhi syarat, yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya, dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan tataniaga barang itu.

Berdasarkan uraian dan mengacu pada literatur diatas, pemasaran getah damar di desa Malino Jaya pada saluran II lebih efisien dibandingkan dengan saluran I. Hal ini dikarenakan penyadap pada saluran

I menerima bagian harga sebesar 77,21% dengan tingkat efisiensi sebesar 34,57 dan pada saluran II penyadap menerima bagian harga 84,56% dengan tingkat efisiensi sebesar 38,75. Saluran pertama petani menerima bagian harga yang lebih kecil dibandingkan pada saluran kedua, ini disebabkan oleh panjang dan pendeknya saluran pemasaran getah damar yang ada di Desa Malino Jaya selain itu, hal tersebut juga mempengaruhi besar kecilnya efisiensi pemasaran getah damar hingga ke konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari uraian hasil dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat 2 bentuk saluran pemasaran getah damar yang terdapat di Desa Malino Jaya yaitu: I) Penyadap menjual Getah Damar ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang Besar dan pedagang besar menjual ke konsumen (Eksportir) yang berada di kota Makasar, Sulawesi Selatan, II) Penyadap menjual Getah Damar ke pedagang besar selanjutnya pedagang besar menjual ke konsumen (Eksportir) yang berada di kota Makasar, Sulawesi Selatan.
2. Margin pemasaran getah damar yang diperoleh untuk saluran I yaitu Rp. 3.100 dan margin pemasaran getah damar yang diperoleh untuk saluran II yaitu sebesar Rp. 2.100. Margin pada saluran II lebih kecil dibanding pada saluran I.
3. Besarnya bagian harga pemasaran getah damar yang diterima penyadap pada saluran I yaitu sebesar 77,21 persen sedangkan bagian harga yang diterima penyadap di saluran II yaitu sebesar 81,56 persen.
4. Nilai efisiensi pemasaran saluran I sebesar 34,57 dan untuk saluran II sebesar 38,75. Dari kedua nilai efisiensi

pada saluran I dan II yang paling efisiensi adalah saluran II.

Saran

Saran untuk para penyadap getah damar agar dapat menyalurkan hasil produksinya menggunakan saluran II, karena pada saluran II lebih efisien dibandingkan dengan saluran I, sehingga dengan memperpendek saluran pemasaran memberi peluang peningkatan bagian harga ditingkat penyadap. Saran untuk lembaga pemasaran agar menggunakan metode metode baru dalam proses penyimpanan sebelum dijual agar penyusutan volume getah damar dapat diminimalisir.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2011. Sulawesi Tengah Dalam Angka, 2011. BPS-Statistics Sulawesi Tengah Provincial Office. Palu.
- Burton G. Malkiel. 2003 *The Efficient Market Hypothesis and Its Critics*. Journal of Economic Perspectives 17 (1) : 59 – 82.
- Hanafiah, A.M, dan Saefuddin A.m. 1986. *Tataniaga Hasil pertanian*. UI Press. Jakarta.
- K Thamizhselvan dan Murugan P, 2012. “Marketing of grapes in Theni district”. International Journal of Marketing and Technology. 2 (9): 1068-2249.
- Listyanto, 2010. “Budidaya Tanaman Kehutanan”. [Http://Dpp-Ahtrmi.Com](http://Dpp-Ahtrmi.Com). Diakses 4 Februari 2015.
- Hastirullah Fitrah. 2013. “Analisis Pemasaran Agribisnis Lada (*Piper Nigrum L*) Di Desa Mangkau Kecamatan Pengaron Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan”. Ziraah. 38 (3): 28-32.
- Swastha, 2002. *Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. <http://globallavebookx.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 26 Februari 2015
- Dani Apriono, Eva Dolorosa, Imelda. 2012. *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Lele Di Desa Rasau Jaya I Kecamatan Rasau Jaya Kabupaten Kubu Raya*. J. Sosial Ekonomi Pertanian. 1 (3): 29-36.