

jarang berada di Kecamatan Kampar Kiri Hilir (13 jiwa/ Km²) dan Kampar Kiri Hulu (8 jiwa/ Km²). Dilihat dari distribusi penduduk menurut kelompok umur sebagian terbesar penduduknya berada pada usia 15-64 tahun (produktif) sebesar 449.947 jiwa, menyusul usia 0-14 tahun (belum produktif) sebesar 245.003 jiwa, dan usia diatas 65 tahun (tidak produktif) sebesar 18.128 jiwa. Hal tersebut menggambarkan bahwa kabupaten ini memiliki sumberdaya manusia yang potensial karena persentase terbesar berada pada usia produktif.

Kabupaten Kampar terdiri dari 20 kecamatan dengan kecamatan terluas wilayahnya adalah Kecamatan XIII Koto Kampar yaitu 140.640 hektar. Luas wilayah kecamatan lainnya masing-masing seperti disajikan pada Tabel 1. Tabel 1 menunjukkan bahwa data luas wilayah masing-masing kecamatan berdasarkan data sekunder dari Kampar dalam Angka (2009) memperlihatkan angka-angka luasan yang begitu nyata (signifikan). Kabupaten Kampar pada umumnya beriklim tropis. Temperatur minimum terjadi pada bulan November dan Desember yaitu sebesar 21°C, temperatur maksimum juga terjadi pada Juli dengan temperatur 35°C jumlah hari hujan dalam tahun 2011 yang terbanyak adalah disekitar Bangkinang dan Kampar Kiri (BPS, 2011). Secara geografis di wilayah kabupaten ini terbentang dua buah sungai besar disamping sungai-sungai kecil lainnya yakni Sungai Kampar dan Sungai Siak yang difungsikan oleh masyarakat sebagai prasarana perhubungan dan sebagai sumber air bersih yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membudidayakan ikan serta sebagai sumber energi listrik (PLTA Koto Panjang).

Pola pengembangan perkebunan karet di Kabupaten Kampar pada saat sekarang ini yaitu pola swadaya murni. Untuk pola swadaya murni dimana segala usaha yang dilaksanakan untuk pengelolaan usaha perkebunan rakyat modal usaha

pemilik kebun tersebut adalah murni dari petani atau rakyat sehingga dalam pengelolaan dan perawatan perkebunan karet sendiri para petani yang mengusahakannya, mulai dari bibit, pupuk dan pestisida dan tidak dikelola dengan baik secara kultur teknis, hal ini dikarenakan masih kurangnya pengetahuan petani karet di Kabupaten Kampar dalam pelaksanaan kultur teknis dilapangan. Secara hubungan emosional petani dengan usahatani karet yang dikelola petani telah terjalin dengan baik, umumnya petani telah mewariskan usaha perkebunan karet yang dikelola dari orangtuanya dan telah menjadikannya sebagai mata pencaharian utama keluarga petani.

Penelitian dilaksanakan di Desa Pulau Jambu yang merupakan salah satu desa di Kecamatan Kuok. Desa Pulau Jambu memiliki luas wilayah yaitu 6.070 Ha. Jumlah penduduk sebanyak 2.983 jiwa dan 761 Kepala Keluarga (KK). Desa Pulau Jambu memiliki permukaan dataran rendah dengan ketinggian tempat kurang lebih 45 meter dari permukaan laut, dengan suhu udara $23^{\circ}\text{C} - 35^{\circ}\text{C}$ dan merupakan daerah beriklim tropis. Usaha perkebunan karet menjadi usaha yang sangat sesuai dan menguntungkan di Desa Pulau Jambu dikarenakan keadaan alam, iklim dan struktur yang sesuai untuk komoditi tersebut.

4.2. Kependudukan

Penduduk merupakan sumber daya manusia yang menggerakkan dan melaksanakan pembangunan, pengelola sumber-sumber alam yang tersedia untuk dimanfaatkan diberbagai sektor, diantaranya sektor pertanian. Penduduk yang berdomisili di daerah tersebut merupakan perilaku langsung pembangunan yang melaksanakan segala kegiatan, khususnya dalam bidang pertanian, seperti kelapa sawit, karet dan tanaman perkebunan lainnya yang memerlukan banyak tenaga

produktif. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Desa Pulau Jambu, jumlah penduduk di Desa Pulau Jambu adalah 2.983 jiwa dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Desa Pulau Jambu Berdasarkan Kelompok Umur

No	Usia (tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 - 3	170	5,70
2	3 - 5	130	4,36
3	5 - 6	100	3,35
4	6 - 12	360	12,07
5	12 - 15	215	7,21
6	15 - 18	185	6,20
7	18 - 60	1.573	52,73
8	60	250	8,38
Jumlah		2.983	100,00

Sumber data : Monografi Desa Pulau Jambu, 2014

Pada tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur pada tahun 2014 adalah sebanyak 2.983 jiwa, persentase terbesar adalah pada usia 18 - 60 tahun yang berjumlah 1.573 jiwa. Sementara persentase terkecil pada usia 05 - 06 tahun yaitu sebesar 3,35% dan berjumlah 100 jiwa. Penduduk terbesar berada pada kelompok usia produktif, yaitu diatas usia 15 - 60 tahun sebanyak 1.758 jiwa atau sekitar 58,93 % dari total penduduk, dengan demikian akan dapat berperan dalam kegiatan ekonomi karena pada kelompok usia produktif dapat bekerja lebih kuat dan bertahan bila dibandingkan usia tidak produktif.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Pulau Jambu

No	Jenis Kelamin	Desa Pulau Jambu	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	1.511	50,65
2	Perempuan	1.472	49,35
Jumlah		2.983	100,00

Sumber data : Monografi Desa Pulau Jambu, 2014



4.3. Mata Pencaharian Penduduk

Jumlah penduduk yang bekerja di Desa Pulau Jambu adalah sekitar 1.282 orang. Mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Pulau Jambu adalah sebagai petani karet. Sebaran penduduk Desa Pulau Jambu menurut mata pencahariannya terdiri dari 80 jiwa atau 6,24% sebagai PNS, 2 orang atau 0,16% jiwa sabagai TNI, 20 orang atau 1,56% jiwa bekerja sebagai pegawai swasta, 35 orang atau 2,73% jiwa sebagai pedagang, 1.075 orang atau 83,85% jiwa bekerja sebagai petani, 25 orang atau 1,95% jiwa sebagai nelayan dan 30 atau 2,34% jiwa sebagai buruh tani.

Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Pulau Jambu

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	PNS	80	6,24
2	TNI/ Polri	2	0,16
3	Pegawai Swasta	20	1,56
4	Pedagang	35	2,73
5	Tani	1.075	83,85
6	Pertambangan	0	0,00
7	Pensiunan	15	1,17
8	Nelayan	25	1,95
9	Buruh	30	2,34
Jumlah		1.282	100,00

Sumber data: Monografi desa Pulau Jambu, 2014

4.4. Pemasaran Karet

Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh petani untuk menyalurkan barang tersebut dari petani ampai ketangan konsumen atau pemakai industri. Adapun lembaga-lembaga yang ikut mengambil bagian dalam penyaluran barang adalah pengusaha, perantara dan konsumen atau pemakai industri. Suatu barang dapat berpindah mealui beberapa tangan, sejak dari pengusaha sampai ke konsumen.

Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang baik melalui perantara ataupun tidak. Perantara adalah lembaga bisnis yang

beroperasi diantara pengusaha dan konsumen atau pembeli industri. Adapun macam perantara itu adalah pedagang besar, pengecer dan agen. Perantara ini memiliki fungsi yang hampir sama, yang berbeda hanya status kepemilikan barang serta skala penjualan (Swastha, 2001).

Saluran pemasaran karet yang terjadi di Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar hanya terdapat satu saluran pemasaran yaitu dari petani yang menjual ke pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul langsung menjual ke pabrik karet PT. Bangkinang (Bangkinang). Pedagang pengumpul yang ada di Desa Pulau Jambu biasanya menjemput hasil panen karet petani secara serentak. Setelah pedagang pengumpul menjemput hasil panen karet kemasing-masing kebun petani, pedagang pengumpul langsung mengantar hasil panen ke PT. Bangkinang tanpa ada perlakuan atau penyimpanan terlebih dahulu.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani (*agribusinessman*) dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang (Firdaus, 2012). Saluran pemasaran adalah berbagai badan atau lembaga yang menyelenggarakan penyaluran barang dari produsen kekonsumen. Saluran pemasaran yang panjang dapat menimbulkan peningkatan penggunaan biaya-biaya pemasaran. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakefisien saluran pemasaran. Pada umumnya saluran pemasaran yang langsung akan lebih efisien dibanding dengan saluran pemasaran yang panjang atau menggunakan perantara dalam memasarkan barang.

Saat rotasi panen tiba, pedagang pengumpul akan menjemput hasil panen dari petani dimasing-masing lahan petani. Karena dari sistemnya, pedagang pengumpul

akan menjemput hasil panen karet langsung kelahan petani dan membelinya, setelah itu bokar langsung dijual ke pabrik. Dalam memasarkan bokar pedagang pengumpul tidak menggunakan DO dikarenakan jarak tempuh ke pabrik tidak jauh sehingga pedagang pengumpul tidak memerlukan biaya DO. Dalam memasarkan karet, pedagang pengumpul tidak dikenakan biaya DO (Delivery Order) untuk akses masuk ke pabrik. Tetapi dalam hal ini pedagang pengumpul harus mempunyai pegangan DO dari PT ataupun dari pedagang pengumpul dalam skala besar. Pembuatan DO hanya diberlakukan oleh pabrik kepada PT atau pedagang pengumpul besar yang masuk dan menjual hasil panen ke pabrik. Selain berperan memasarkan karet, pedagang pengumpul juga menawarkan bantuan kepada petani, yaitu berupa pinjaman dana atau modal yang diberikan oleh pedagang pengumpul kepada petani karet yang membutuhkan.

Cara pembayarannya adalah dengan dipotong dari hasil panen petani setiap minggunya. Hal ini dilakukan agar terjalin hubungan baik antara pedagang pengumpul dan petani. Ini juga salah satu cara agar petani segan untuk menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul yang lainnya. Dalam pemasaran karet, penentuan harga karet yang akan dibelinya dari petani ditentukan oleh pedagang pengumpul itu sendiri. Penentuan harga ditentukan berdasarkan harga pabrik, dan penentuan harga pabrik berdasarkan pasar internasional. Apabila terjadi perubahan harga ditingkat pabrik, maka pabrik akan memberitahukan kepada pedagang pengumpul sehingga pedagang pengumpul dapat menentukan harga beli kepada petani. Saluran pemasaran karet yang terjadi di Desa Pulau Jambu adalah saluran pemasaran tingkat satu (*one level channel*).



Sistem pendistribusian bokar dari pedagang pengumpul ke pabrik dilakukan secara langsung tanpa ada penyimpanan. Setelah pedagang pengumpul menjemput bokar dari masing-masing lahan petani kemudian langsung mengantarkan bokar ke pabrik. Dalam pemanenan bokar oleh petani mereka melakukan pemanenan secara sendiri tanpa diupahkan kepada orang lain. Adapun harga jual petani kepada pedagang pengumpul adalah Rp. 9.096,53/kg sedangkan pedagang pengumpul menjual ke pabrik karet dengan harga Rp. 11.267,57/kg.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul antara lain adalah biaya transportasi dimana rata-rata biaya transportasi adalah sebesar Rp.31,68/Kg, besarnya biaya transportasi dilihat dari jarak pengambilan hasil panen karet dari pabrik. Kemudian biaya muat serta penimbangan yang dilakukan tenaga kerja disetiap lahan petani dengan rata-rata biaya Rp. 135,56/Kg. Sementara untuk biaya DO pedagang tidak dikenakan biaya sedikitpun. Berdasarkan hasil penelitian rata-rata biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul tidak jauh berbeda. Adapun yang membedakan dari masing-masing pedagang pengumpul adalah dari jumlah tenaga kerja dan jauhnya jarak penjemputan bokar petani dari pabrik. Biasanya pedagang pengumpul hanya menggunakan dua orang tenaga kerja dalam setiap kali pemasaran bokar ke pabrik, tetapi ada juga pedagang pengumpul yang menggunakan lebih dari dua tenaga kerja.

Margin pemasaran yang diperoleh adalah sebesar Rp. 2.171,04. Selain biaya diatas, dalam pendistribusian bokar ke pabrik pedagang biasanya mengalami penyusutan sekitar 3 % dari muatan. Untuk melihat analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran serta rincian biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul dapat dilihat pada Tabel

Tabel 4. Analisis Efisiensi Pemasaran pada Petani Karet di Desa Pulau Jambu

No	Uraian	Jumlah (Rp/kg)	Persentase (%)
1	Petani		
	1. Harga Jual	9.096,53	44,67
	2. Penyusutan 6%	545,79	
	3. Keuntungan	8.550,74	
2	Pedagang pengumpul		
	1. Harga Beli	9.096,53	44,67
	2. Harga Jual	11.267,57	55,33
	3. Biaya Pemasaran	167,74	
	a. Biaya Transportasi	31,68	0,16
	b. Biaya pos masuk	0,50	
	c. Biaya bongkar muat & penimbangan	135,56	0,67
	4. Penyusutan 3%	338,03	
	5. Keuntungan	1.665,27	
3	PABRIK		
	A. Harga Beli	11.267,57	
4	Margin Pemasaran	2.171,04	
5	Efisiensi Pemasaran		4,49
6	Total Nilai Produk	11.267,57	

Apabila saluran pemasaran yang dilakukan semakin pendek maka pemasaran karet yang akan dipasarkan semakin efisien. Hal ini dikarenakan dengan pendeknya saluran pemasaran, petani tidak terlalu ditekan dengan harga yang rendah oleh pedagang pengumpul. Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang terjadi di Desa Pulau Jambu adalah saluran pemasaran tingkat satu dimana pedagang pengumpul akan mengambil hasil panen petani dan dilakukan penimbangan kemudian diantar langsung ke pabrik tanpa melalui perantara pedagang lainnya.

Penetapan harga karet juga dilihat dari mutu karet itu sendiri. Dimana pada karet grade A akan diberi harga yang lebih tinggi dibandingkan karet dengan kualitas

grade B. Penyusutan untuk pedagang pengumpul ditentukan oleh pabrik, dengan cara menggolongkan karet grade A dan karet grade B. Sementara penyusutan yang diterima petani dari pedagang pengumpul ditentukan oleh pedagang pengumpul dengan cara melihat kandungan air yang ada pada hasil panen karet petani itu sendiri. Kondisi karet memiliki berat basah yang tinggi disebabkan karena karet direndam didalam air. Hal ini adalah salah satu kecurangan yang dilakukan oleh petani agar dapat menambah berat hasil panennya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

Tetapi pada kenyataan yang sebenarnya petani itu sendiri memiliki hak penuh untuk menjual hasil panennya kepada siapapun yang dikehendaknya. Hal ini dikarenakan tidak ada perjanjian atau kontrak tertulis antara pedagang pengumpul dan petani itu sendiri. Sehingga petani bebas menjual hasil panennya kepada pedagang manapun yang menawarkan harga lebih tinggi dari pedagang lainnya. Pedagang pengumpul juga memiliki kebebasan dalam memasarkan karet ke pabrik manapun yang mereka kehendaki karena tidak ada perjanjian tertulis antara pedagang dengan pabrik. Namun yang terjadi dilapangan, pedagang pengumpul lebih memilih menjual karetnya ke pabrik PT. Bangkinang (Bangkinang). Alasan pedagang menjual karet ke PT. Bangkinang (Bangkinang) adalah karena jarak yang ditempuh tidak jauh dari desa dan harga yang ditetapkan oleh pabrik cocok dengan yang diinginkan pedagang. Selain dipengaruhi oleh jarak tempuh dan kecocokan harga, antara pedagang pengumpul dan PT. Bangkinang (Bangkinang) sudah terjalin hubungan yang baik. Hubungan baik yang terjalin antara pabrik dengan pedagang pengumpul adalah saling menguntungkan. Pabrik memberikan harga yang sesuai

untuk pedagang pengumpul dan selalu menerima hasil panen petani yang dibawa oleh pedagang pengumpul ke pabrik tersebut.

Peningkatan produksi tidak akan tercapai apabila tidak disertai dengan perbaikan tingkat pendapatan petani, dengan kata lain harus diciptakan iklim yang merangsang petani meningkatkan produktivitasnya yaitu dengan meningkatkan harga yang diterima petani, upaya ini dapat dilakukan melalui perbaikan sistem pemasaran dengan meningkatkan efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran adalah tolok ukur atas produktifitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran. Kriteria yang sering digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran karet berdasarkan biaya pemasaran dan margin pemasaran. Efisiensi pemasaran yang didapatkan adalah 4,49%. Hal ini karena terdapat satu saluran pemasaran karet dan juga biaya pemasaran karet yang dikeluarkan tidak tinggi pada Desa Pulau Jambu Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar.

4.5. Analisis Korelasi Harga

Untuk menentukan tingkat keeratan hubungan dalam analisis korelasi harga dapat diketahui dari Tabel 5. Koefisien korelasi dapat digunakan untuk memberikan penafsiran sampai berapa jauh pembentukan harga suatu komoditas pada suatu tingkat pasar dipengaruhi oleh pasar lainnya.

Tabel 5. Tingkat Hubungan Dalam Analisis Korelasi

Nilai r	Kriteria Hubungan	Integrasi Pasar
0	Tidak Ada Korelasi	Tidak Sempurna
0-0,5	Korelasi Lemah	Tidak Sempurna
>0,5-0,8	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
>0,8-1	Korelasi Kuat	Tidak Sempurna
1	Sempurna	Sempurna



Analisis korelasi harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data time series mingguan harga bokar ditingkat pabrik dan ditingkat petani selama periode bulan Juli 2013 sampai dengan bulan Juni 2014. Analisis korelasi harga bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan harga pada tingkat pasar. Koefisien korelasi ini juga menunjukkan adanya hubungan linear antara harga ditingkat pedagang pengumpul (pf) dengan harga ditingkat pabrik karet (pr) berdasarkan tingkat keeratan sebesar koefisien korelasinya.

Hasil perhitungan analisis korelasi harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pabrik dengan menggunakan perhitungan SPSS diperoleh nilai koefisien korelasi harga (r) ditingkat petani dengan ditingkat pedagang sebesar positif 0,95. Artinya nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang kuat antara harga di tingkat pabrik dengan harga ditingkat petani. Dengan nilai $r < 1$, ini juga berarti kedua pasar berintegrasi tidak sempurna

4.6. Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Dalam pemasaran komoditas pertanian transmisi harga dari pasar konsumen kepasar produsen yang relatif rendah merupakan salah satu indikator yang mencerminkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada pedagang. Hal ini karena pedagang yang memiliki kekuatan monopsoni atau oligopsoni dapat mengendalikan harga beli dari petani sehingga walaupun harga ditingkat konsumen relatif tetap tetapi pedagang tersebut dapat menekan harga beli dari petani untuk memaksimalkan keuntungannya. Begitu pula jika terjadi kenaikan harga ditingkat konsumen maka pedagang dapat meneruskan kenaikan harga tersebut kepada petani secara tidak sempurna, dengan kata lain kenaikan harga yang diterima petani lebih

rendah dibanding kenaikan harga yang dibayar konsumen. Pola transmisi harga seperti ini tidak menguntungkan bagi petani karena kenaikan harga yang terjadi ditingkat konsumen tidak sepenuhnya dapat dinikmati petani, sebaliknya jika terjadi penurunan harga pedagang langsung menyampaikan kepada petani pada saat itu juga.

Elastisitas transmisi merupakan perbandingan perubahan nisbi dari harga ditingkat pengecer dengan perubahan harga ditingkat petani. Apabila elastisitas transmisi lebih kecil dari satu ($E_t < 1$) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga kurang dari 1% ditingkat petani. Apabila elastisitas transmisi lebih besar dari satu ($E_t > 1$) maka perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga lebih besar dari 1% ditingkat petani. Apabila elastisitas transmisi sama dengan satu ($E_t = 1$) maka perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 1% ditingkat petani.

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui persentasi perubahan harga ditingkat produsen akibat perubahan harga ditingkat konsumen, dengan menggunakan model $\ln P_f = b_0 + b_1 P_r$. Sudiyono (2001) menyatakan bahwa pada umumnya nilai elastisitas transmisi ini lebih kecil daripada satu, artinya volume dan harga input konstan maka perubahan nisbi harga ditingkat pengecer tidak akan melebihi perubahan nisbi harga ditingkat petani. Selain menunjukkan besarnya perubahan harga ditingkat petani dan pengecer, nilai elastisitas transmisi harga juga dapat menyatakan tingkat kompetisi suatu pasar, penampakan atau struktur pasar yang terbentuk.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil analisis regresi sederhana diperoleh koefisien regresi b_1 senilai 0.95. Nilai koefisien regresi ini

menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga. Ini menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu <1 . Berarti bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik, akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0.95% ditingkat petani. Nilai elastisitas transmisi harga (b_1) sebesar 0.95 (lebih kecil dari satu) <1 juga mengindikasikan bahwa transmisi harga yang terbentuk antara pasar petani dengan pasar konsumen lemah sehingga struktur pasar yang terbentuk adalah bukan pasar persaingan sempurna.



V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Saluran pemasaran karet yang ada di Desa Pulau Jambu merupakan saluran pemasaran yang efisien karena tidak melibatkan banyak lembaga pemasaran, margin pemasaran cukup besar Rp 2.171,04 dan efisiensi pemasaran 4,49 persen.
2. Nilai korelasi harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pabrik adalah sebesar 0,95 yang artinya bahwa nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang tinggi antara harga ditingkat pabrik karet dengan harga ditingkat petani. Dengan nilai $r < 1$, berarti kedua pasar berintegrasi tidak sempurna. Integrasi pasar yang tidak sempurna maka struktur pasar yang terbentuk bukan merupakan pasar persaingan sempurna dan mengarah ke pasar monopsoni.
3. Nilai koefisien regresi b_1 (0,95) nilai koefisien regresi b_1 menunjukkan nilai elastistas harga. Nilai elastistas transmisi harga lebih kecil dari satu ($b_1 < 1$), ini berarti bahwa jika terjadi perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,95 ditingkat petani.

5.2. Saran

1. Petani karet diharapkan dapat mengikuti perkembangan informasi harga karet yang telah ditetapkan oleh pabrik atau pedagang pengumpul guna menyikapi fluktuasi harga yang terjadi dan penekanan yang terjadi pada petani.
2. Perlu adanya kelembagaan pemasaran yang menaungi hasil produksi karet dari para petani untuk menekan dan memperkecil selisih margin pemasaran karet sehingga meningkatkan pendapatan yang diterima petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Zulkifli. 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- BPS Kabupaten Kampar. 2014. Kampar Dalam Angka 2013. Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar. 2012 Perkebunan Kampar Dalam Angka. Bangkinang.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran, Implementasi dan Pengendalian. UI Press Jakarta.
- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES Jakarta.
- Saifuddin, A.M. 1981. Tataniaga Pertanian. IPB Bogor.
- Soekartawi. 2005. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Press). Malang.
- Suharyanto. 2005. Analisis Pemasaran Dan Tataniaga Anggur di Bali. [http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/\(2\)%20soca-suharyanto%20dan%20parwati-pemasaran%20anggur\(1\).pdf](http://ejournal.unud.ac.id/abstrak/(2)%20soca-suharyanto%20dan%20parwati-pemasaran%20anggur(1).pdf). Diakses pada tanggal 20 November 2013.
- Swasta, Basu, Ibnu. 2001. Pengantar Bisnis Modren. Penerbit Liberty, Yogyakarta.

