

INTISARI

Penelitian ini menganalisis proses tata niaga Bahan Olahan Karet (Bokar) antara tengkulak (tauke) dan petani, serta petani pemilik kebun (tauke batang) dengan para buruh sadapnya di Kabupaten Batanghari, Provinsi Jambi dengan menggunakan analisis ekonomi politik kelembagaan. Rantai tataniaga ini perlu dikaji kembali, terkait bagaimana proses tataniaga tersebut dilaksanakan dan bagaimana pemetaan harga dari setiap lembaga pada setiap saluran yang tercipta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam terhadap informan – informan tertentu yang telah dipilih melalui purposive sampling serta observasi partisipatif pada beberapa aktifitas.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa proses tataniaga bokar di Kabupaten Batanghari masih dikuasai oleh tengkulak, baik yang beroperasi di tingkat Desa, Kecamatan hingga Kabupaten. Lembaga lain seperti pelelangan dan pabrik hanya terdapat di lokasi tertentu yang tidak dapat diakses petani di seluruh wilayah. Akibatnya terciptalah beberapa saluran tataniaga sehingga terdapat pula perbedaan harga yang diterima oleh petani sebagai produsen. Tataniaga karet yang berasaskan kelembagaan sebetulnya dapat dilaksanakan. Terbukti dari adanya lembaga seperti pelelangan, kelompok usaha bersama serta model – model kekelompokan lainnya, dengan cara ini petani dapat memiliki daya tawar untuk mendapatkan harga serta perlakuan yang terbaik dalam tataniaga. Selain itu, ada pula temuan bahwa beberapa aspek non-ekonomi dapat mempengaruhi bagaimana parameter harga dapat berubah dalam tataniaga, diantaranya ; karakteristik lembaga, saluran tataniaga serta hubungan patronase antara petani dan pengepul.

Saran dalam penelitian ini adalah pemerintah Kabupaten sudah saatnya untuk meninjau kembali kebijakan perkebunan karet, khususnya terkait tataniaga karet hingga ke level desa. Penggiatan kembali semangat kekelompokan harus diinisiasi oleh pemerintah, berikut upaya duplikasi harus terus dilakukan.

Kata kunci : karet alam, tataniaga karet, ekonomi politik kelembagaan.

ABSTRACT

This research analyzing a process of marketing system of natural rubber between traders (collectors) and farmers, as well between farmers who have their own rubber plantation and their harvesting labor, with the institutional political economy analysis in Batanghari Regency, Jambi province. The Marketing Chain is considered too long and need to be examined, related how the marketing system should be carry out and how was the mapping of prices in every institution on every level of marketing channel.

This is a descriptive research with a qualitative approach. This research is use in – dept interview toward certain informant who's chosen throughout purposive sampling and participative observation method in certain activities.

This research is found that marketing system process of natural rubber in Batanghari Regency is still overpowered by the collectors – trader, both at the village, sub-regency and Regency level. Another institution such as auction market and crumb rubber factory are only located in certain location so they are not accessible to the whole farmers in the Regency. As a result, there are several channel of marketing system which causing a different price that the farmers get. The intuitional marketing indeed can be implemented. It has proven by the existence of institutions such auctions, joint ventures groups and also another type of groups. Through this mechanism farmers will have bargaining power to get a better price and also a good treatment in the marketing system. Besides, there a fact that some non – economic aspect can affect the way price parameter changing in the process of marketing system, they are; institutions characteristic, marketing channel and patronage relationship between farmers and traders.

Government of Batanghari Regency should re-examine their plantation regulation, related to the marketing mechanism up to the lowest level, villages. Government should encourage the spirit of cooperation among farmers up to the duplication effort.

Keywords: natural rubber, marketing system, institutional political economy