

**KELEMBAGAAN PEMASARAN KARET SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI  
PETANI KARET DI KABUPATEN KUANTAN SINGINGI*****RUBBER MARKETING INSTITUTIONS AS AN ECONOMIC DRIVE FOR RUBBER  
FARMERS IN KUANTAN SINGINGI DISTRICT*****Meli Sasmi<sup>1</sup> Asdi Agustar\*<sup>2</sup> Ira Wahyuni Syarfi<sup>3</sup> Hasnah<sup>3</sup>**

Program Doktor Studi Ilmu Pertanian Universitas Andalas<sup>1</sup>, , Program Studi Pembangunan  
Wilayah dan Pedesaan Fakultas Sekolah Pascasarjana<sup>2</sup>,  
Fakultas Pertanian Universitas Andalas<sup>3,3</sup>,

Jl. M. Hatta Kampus Unand Limau Manis Padang, Sumatera Barat,<sup>1,2</sup> Indonesia 25166  
Fakultas Pertanian, Universitas Islam Kuantan Singingi Jl. Gatot Subroto KM 7 Teluk  
Kuantan, Riau,<sup>1</sup> Indonesia 29511

asdiAgustar@yahoo.com; irawahyunisyarfi@agr.unand.ac.id; annase69@gmail.com

\*Koresponden Autor: asdiAgustar@yahoo.com

**ABSTRAK**

Karet merupakan komoditi sektor pertanian pada sub sektor perkebunan berkontribusi dalam peningkatan ekonomi petani. Namun kondisi harga karet terus melemah menyebabkan ekonomi petani karet juga melemah. Berbagai masalah yang dihadapi petani karet antara lain: Luas lahan kecil, kondisi alam yang rentan terhadap produksi, harga karet dunia yang semakin menurun, daya tawar petani lemah, rantai pemasaran yang panjang. Kondisi ini perlu dicari suatu Solusi, suatu kelembagaan yang mampu memfasilitasi tataniaga karet yang lebih menguntungkan kepada petani. Kelembagaan pemasaran merupakan salah satu strategi yang berkaitan dengan tataniaga dalam menjamin ketersediaan komoditi dan ketersediaan pasar yang lebih efisien. Lelang komoditi merupakan system pemasaran yang mampu meningkatkan harga dan daya tawar petani. Namun tidak mampu mengatasi permasalahan harga karet secara global karena harga karet ditentukan oleh pasar internasional. Kelembagaan dapat mengatasi ketergantungan menjual SIR kepada konsumen luar negeri serta mengurangi ketergantungan produk jadi yang berbahan baku karet. Kelembagaan petani perlu membentuk Badan Usaha Milik Petani (BUMP) disetiap sentra produksi karet untuk melakukan kegiatan hilirisasi karet. Pengolahan hasil berbahan baku karet akan menciptakan nilai tambah, mengurangi ketergantungan produk, mengurangiketergantungan menjual SIR pada konsumen luar negeri, memiliki daya tawar.

Kata Kunci: Kelembagaan, pemasaran karet, Daya Tawar Petani, Hilirisasi Karet, Kesejahteraan

**ABSTRACT**

*Rubber is a commodity in the agricultural sector in the plantation sub-sector which contributes to improving the farmer's economy. However, as international rubber prices continue to weaken, the economy of rubber farmers is getting weaker. Various problems faced by rubber farmers include: Small rubber land area, natural conditions that are vulnerable to rubber, world rubber prices are decreasing. Inefficient marketing system, weak bargaining power of farmers, long marketing chain. This condition requires an institutional solution that is able to facilitate a more profitable rubber trading system for farmers. Marketing institutions are one of the strategies related to trading systems in ensuring the availability of commodities and more efficient market availability. Commodity auctions are a capable marketing system increase prices and bargaining power of farmers.*

*However, it is unable to overcome the problem of rubber prices globally because rubber prices are determined by the international market. Institutions can overcome dependence on selling SIR to foreign consumers and reduce dependence on finished products made from rubber. Badan Usaha Milik Petani (BUMP) in each rubber production center to carry out rubber downstream activities. Processing products made from rubber will create added value, reduce product dependence, reduce dependence on selling SIR to foreign consumers, and have bargaining power.*

*Keywords: Institutions, rubber marketing, Bargaining Power of Farmers, Rubber Downstreaming, welfare*

## **PENDAHULUAN**

Komoditi karet salahsatu komoditi pada sub sektor perkebunan dapat menggerakkan ekonomi pedesaan karena penguasaan lahan karet dikuasai perkebunan rakyat. Namun seiring waktu karet sudah tidak diminati lagi oleh banyak petani dan terjadi konversi lahan ke komoditi kelapa sawit. Terjadinya konversi lahan karet ke komodi kelapa sawit ada beberapa hal yang menjadi penyebabnya antara lain: harga karet yang rendah, produktivitas rendah, teknologi rendah, tenaga panen yang terbatas, panen dipengaruhi alam, program pengembangan karet oleh pemerintah tidak lagi menjadi prioritas. Menurut (Jin et al., 2021) kesejahteraan tergantung dari kemampuan petani, kendala yang dihadapi pemanfaatan asset, kondisi alam, pasar, dan kelembagaan. Sehingga menurut Nurhamlin et al. (2019) perlu pendekatan secara integratif dan kolaboratif dari faktor ekologi, teknologi, ekonomi, sosial dan kelembagaan harus diciptakan untuk membangun pertanian rakyat.

Kelembagaan pemasaran karet merupakan wadah memasarkan karet dengan menerapkan strategi pemasaran berbasis pasar lelang sebagai solusi mengatasi rendahnya harga ditingkat petani (Khaswarina et al., 2021). Menurut Alam, Nizam, and Hidayat (2021) kondisi ekonomi petani lemah juga disebabkan kurangnya perhatian kelembagaan sosial seperti koperasi atau kelembagaan keuangan mikro. Kelembagaan pemasaran merupakan suatu sistem yang sarat dengan nilai dan norma yang bertujuan mengatur kehidupan

manusia baik didalam maupun di luar kelembagaan pemasaran. Menurut Santoso, (2017) kelembagaan pemasaran diharapkan mampu menghubungkan petani dengan kelembagaan lainnya serta mengatur pola pemasaran sehingga petani tidak lagi bergantung dengan pedagang pengumpul (A. B. Santoso, 2017).

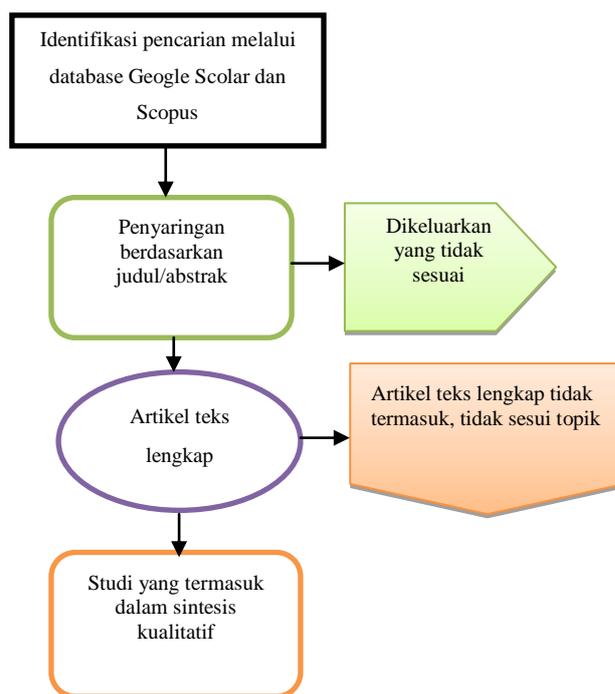
Minat petani untuk bergabung pada sebuah kelembagaan masih sangat sedikit, hal ini disebabkan oleh berbagai factor: keterikatan secara sosial dan finansial terhadap pedagang pengumpul desa karena kemudahan dalam memperoleh pinjaman, keterikatan sosial atau persaudaraan, pendidikan rendah, ketergantungan panen dengan alam, luas lahan yang sempit, petani penyadap yang bukan lahan sendiri, keterbatasan informasi tentang kelembagaan pada petani, adanya iuran wajib dan sukarela.

Karet dipasarkan petani bentuk ojol dengan nilai produksinya sangat rendah. Kualitas karet olahannya sangat rendah sehingga harga yang ditetapkan oleh pedagang jauh lebih rendah dibanding harga yang ditetapkan oleh pabrik. Penetapan harga karet berdasarkan berat susut, kadar kering dan kualitas, sedangkan ditingkat petani harga tidak ditentukan berdasarkan kualitas. Mengukuran kualitas karet masih dilakukan secara visual dan penetapan harga belum adil sehingga petani karet menjual bokarnya selalu pada pihak yang merugi. Menurut Muh. Arba'in Mahmud (2017) jika pemasaran efisien dan adil, maka akan meningkatkan keuntungan bagi petani, serta meningkatnya kemampuan ekonomi petani.

Berbagai penelitian tentang kelembagaan telah banyak dilakukan, namun kajiannya sebatas perannya meningkatkan posisi tawar dan stabilitas harga karet. Berbeda dengan tulisan ini, yang bertujuan untuk menganalisis peran kelembagaan di sektor pertanian karet dalam meningkatkan ekonomi petani secara luas. Tulisan ini menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dikaji agar mampu menyelesaikan salah satu permasalahan ekonomi petani karet ditinjau dari aspek pemasaran dan pengembangan hilirisasi karet ditingkat petani.

**METODOLOGI PENELITIAN**

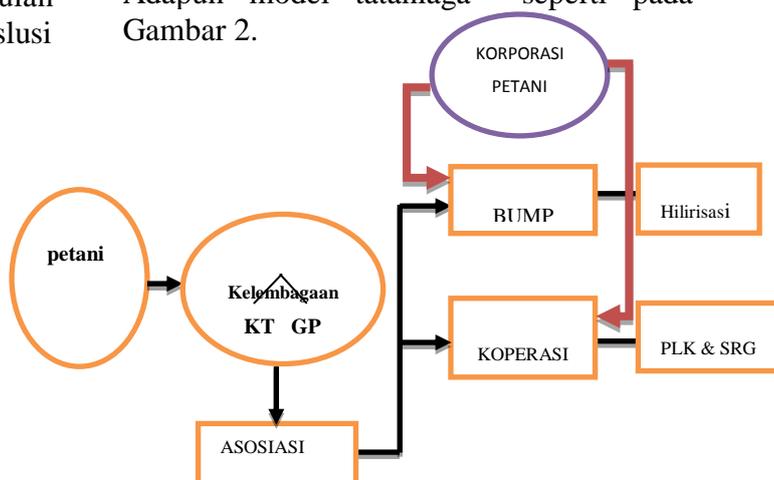
Penelitian ini merupakan studi kepustakaan atau literatur review, dengan menggunakan data sekunder dan referensi penelitian terdahulu. Pengambilan sumber referensi dilakukan dengan proses pencaharian database scopus dan geogle scholar. Pencarian tersebut diawali dengan menggunakan beberapa kata kunci seperti: Kelembagaan, pemasaran, petani karet, dan sebagainya yang relevan dengan topik. Dari temuan tersebut selanjutnya dilakukan penyaringan dengan memilih artikel-artikel yang terbaik dan relevan. kemudian dilakukan sintesis dan ditulis dalam bentuk makalah sesuai dengan masalah pada topik makalah ini. Adapun proses pengumpulan data melalui kriteria inklusi dan eksklusi seperti pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Adapun proses pengumpulan data

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kajian kelembagaan pemasaran karet dalam memasarkan Bahan Olah Karet (BOKAR) untuk meningkatkan ekonomi petani karet menjadi model tataniaga yang berbasis inovasi pembangunan pertanian yang berpihak kepada kepentingan petani. Adapun model tataniaga seperti pada Gambar 2.



**Gambar 2.** Model Tataniaga Bokar yang Berbasis Asosiasi Sebagai Inovasi Pembangunan Pertanian

Tataniaga karet di Kabupaten Kuantan Singingi secara turun temurun bersifat tradisonal, kondisi ini menyebabkan petani tidak memiliki daya tawar, tengkulak sangat berperan dalam penentu harga. Kelembagaan merupakan salahsatu strategi untuk memperbaiki system pemasaran dengan cara melakukan pemasaran dengan system lelang. Berikut system pemasaran karet dan mekanisme pemasaran yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi.

### **Sistem Pemasaran Karet Secara Tradisonal**

Mekanisme pasar tradisonal pada umumnya dilakukan dengan mengumpulkan bahan olahan karet (bokar) dari petani ke toke kemudian dipasarkan ke pabrik. Sistim penetapan harga pada pemasaran tradisonal ditentukan oleh pedagang, sehingga petani tidak memiliki daya tawar. Daya tawar yang rendah menyebabkan harga karet rendah sehingga berpengaruh terhadap kemampuan ekonomi petani. Petani karet kesulitan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun walaupun demikian petani tetap saja bertahan untuk menjual bokarnya kepada pedagang pengumpul. Kemampuan ekonomi petani yang rendah menyebabkan petani terikat pada hubungan *patronase*. Sejalan dengan pendapat Dhyna Dellaura Pujakesuma (2020) bahwa, petani terpaksa berhutang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam kondisi terdesak dan prosesnya lebih mudah dan cepat dibandingkan lembaga keuangan.

Harga karet yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul berbeda pada masing-masing petani. Bagi petani yang berhutang pemotongan persentase berat susut lebih besar sehingga harga karet lebih rendah. Petani karet yang bekerja sebagai penyadap tidak memiliki kontrak kerja, pada saat tertentu akan kehilangan pekerjaan sebagai penyadap, jika diberhentikan oleh pemilik kebun. Tidak bekerjanya lagi petani penyadap maka hutang kepada pedagang sering tidak dibayar. Untuk menghindari

resiko tersebut maka pedagang melakukan pemotongan persentase berat susut karet lebih besar.

Pedagang menetapkan harga karet kepada petani tidak mempertimbangkan kadar karet kering, dan kualitas karet, sehingga kualitas karet yang diolah petani rendah. Petani karet dalam menjual bahan olah karet (bokar) memiliki kebiasaan merendam dan memasukan dengan mencampur sampah. Petani beranggapan dengan merendam menyebabkan karet bertambah berat, dalam penjualan karet semakin basah karet maka semakin besar pemotongan terhadap berat susut karet. Nilai karet bukan dihitung berdasarkan berat basah melainkan dihitung berdasarkan berat kering. Semakin tinggi kadar air dan semakin rendah kualitas karet maka nilai produksi akan semakin rendah. Pedagang pengumpul dalam menentukan pemotongan berat susut berkisar 10% hingga 20% per kilogram. Artinya semakin besar persentase pemotongan berat susut maka nilai karet akan berkurang senilai besarnya persentase potongan berat tersebut.

Rantai pemasaran karet pada sistim pemasaran tradisonal tidak efisien. disebabkan rantai pemasaran yang panjang (Petani→pedagang pengumpul→Pedagang besar→Pabrik). Rantai pemasaran yang panjang menimbulkan margin pemasaran yang besar karena margin terdiri dari dua komponen yaitu biaya pemasaran dan keuntungan. Masing-masing pedagang akan mengeluarkan biaya pemasaran dan mengambil keuntungan dari hasil penjualannya. Biaya pemasaran ini merupakan semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga yang terlibat pada sistem pemasaran seperti: biaya tenaga kerja, biaya akomodasi, biaya transportasi dan biaya lainnya. Menurut Santoso (2018) penyebab kurang efisiennya pemasaran karet juga disebabkan oleh lokasi perkebunan rakyat saat ini terpecah-pecah dengan skala luasan yang relatif kecil-kecil dengan akses yang terbatas, sehingga biaya angkut menjadi tinggi (A. Santoso, 2018). Panjangnya mata rantai

dalam pemasaran Bokar merupakan salah satu penyebab petani tidak menikmati nilai tambah dari hasil karetnya, penetapan harga tidak transparan, dan tidak ada standar sehingga petani menjual karetnya kepada pedagang pengumpul tidak menguntungkan (Nur et al., 2017).

Upaya perbaikan mutu bokar dilakukan melalui pendekatan oleh penyuluh pertanian untuk diarahkan membentuk suatu organisasi atau kelompok tani atau kelembagaan, agar lebih mudah dalam pembinaan petani. Kelembagaan yang dibentuk untuk meningkatkan daya tawar petani salah satunya adalah kelembagaan pemasaran karet. Menurut Santoso (2018) fungsi dari kelembagaan pemasaran agar lebih mudah dalam melakukan pembinaan selain itu juga memberikan pelayanan teknis pengolahan maupun pengembangan usaha pemasaran bokar. Menurut Khaswarina et al. (2021) kelembagaan pemasaran karet menjadi wadah dalam memasarkan karet dengan sistem lelang, dengan sistem lelang ini dapat membantu petani meminimalkan kerugian dan menghindari kesulitan dalam penjualan.

### **Sistem Pemasaran Lelang**

Indonesia memasarkan karetnya ke pasar internasional melalui saluran pemasaran yang sangat panjang, untuk itu karet sangat memerlukan pasar yang berfungsi dengan baik dan dapat memberi keuntungan kepada petani. Menurut Novita & Wahyuni, (2019) agar pasar dapat berfungsi dengan baik dan memperoleh keuntungan, maka perlu kelembagaan yang memiliki aturan guna mengurangi biaya transaksi yang tinggi. (Novita & Wahyuni, 2019).

Kelembagaan pemasaran membentuk suatu sistem penjualan yang lebih efisien guna memutus rantai pemasaran dan untuk meningkatkan harga ditingkat petani. Pemasaran yang dibentuk berupa pemasaran sistem lelang. Pasar lelang merupakan sistem pemasaran untuk memperbaiki sistem pemasaran bahan

olahan karet (bokar) yang menggunakan sistem pemasaran tradisional dimana sebelumnya petani memasarkan bahan olahan karet melalui pedagang pengumpul. Sistem pemasaran yang dilakukan melalui proses lelang oleh petani yang tergabung kepada kelompok tani atau gapoktan. Sistem penetapan harga ditetapkan berdasarkan harga dasar pabrik. Menurut Susilowati (2018) belum semua petani mau memanfaatkan pasar lelang dan umumnya masih memilih pasar tradisional. Penyebab belum maunya bergabung karena adanya keterikatan pinjaman dengan pedagang selain itu belum adanya kebijakan harga output ditetapkan pemerintah untuk komoditas karet (Susilowati, 2018).

Proses lelang dilakukan melalui kelembagaan dapat membantu petani meningkatkan daya tawar petani. Kriteria karet yang di jual melalui proses lelang memiliki kriteria yang bermutu dan memiliki kadar karet kering yang tinggi, semakin tinggi mutu karet maka harga karet dinilai lebih tinggi. Pemasaran lelang dilakukan terhadap beberapa pedagang yang berminat untuk bersaing membeli karet petani. Penetapan harga karet pada pemasaran lelang ditetapkan berdasarkan hasil kesepakatan anggota kelompok tani dengan mengacu kepada harga Internasioanal dan pabrik. Kelembagaan memfasilitasi penjualan karet kepada para Pedagang besar yang berminat membeli karet pada anggota kelompok tani. Sistem lelang dilakukan secara tertutup, dan pedagang yang menyanggupi pembelian karet pada harga tertinggi akan ditetapkan sebagai pemenang lelang.

Hasil Penelitian Kurniati, Maharani, and Edwina (2021) pasar lelang yang dilakukan tanggal 13 Juli 2020 di Kabupaten Kuantan Singingi diwakili oleh 5 pedagang besar yaitu PT. Kilang 5 Gunung dengan harga bokar Rp7.280,00, PT. Teluk Luas dengan harga bokar Rp7.305,00, PT. Wipolimex dengan harga bokar Rp7.130,00, PT. Kapuas Besar dengan harga bokar Rp7.171,00 dan PT. Batang Hari Barisan dengan harga bokar

Rp 6.878,00. Pemenang lelang pada tanggal 13 Juli 2020 yaitu PT. Teluk Luas dengan volume bokar 4.397 kg seharga Rp7.305,00.

Menurut Riswani, Yunita, and Malini (2019) penjualan karet di Kabupaten Musi Banyuasin melalui UPPB dengan sistem lelang dapat meningkatkan harga yang lebih dan persyaratan mutu karet yang lebih baik. Harga karet melalui pasar lelang sebesar Rp. 9.456 per kg, lebih tinggi dibandingkan dengan menjual ke pedagang besar yaitu sebesar Rp. 8.372 per kg. Perbedaan ini disebabkan karena harga jual berdasarkan didapatkan dari harga lelang tertinggi dari pabrik-pabrik yang mengikuti lelang, sedangkan pada petani yang menjual karet kepada tengkulak ditentukan oleh pedagang besar.

## **Peran Kelembagaan dalam Menunjang Ekonomi Petani.**

### **Akses dan Informasi Pasar**

Karet yang dijual oleh petani karet melalui pedagang pengumpul, memiliki posisi tawar yang lemah salah satunya adalah kurangnya akses dan informasi pasar, ketika harga naik pedagang tidak langsung menaikkan harga karetnya. Mengatasi masalah harga karet perlu suatu kelembagaan yang mampu menciptakan sistem perdagangan yang lebih baik melalui transparansi mekanisme pembentukan harga dan peningkatan efisiensi pemasaran serta mampu mempertemukan berbagai kepentingan pembeli dan penjual sehingga menguntungkan semua pihak (Arfah & Dewi, 2019).

Kelembagaan pemasaran karet dapat memberikan informasi serta menyeimbangkan struktur komunikasi antar petani dan pedagang. Manfaat yang didapat petani dalam memasarkan bokar melalui kelembagaan selain informasi harga dan timbangan lebih transparan, harga beli bokar lebih tinggi, juga mempermudah dalam koordinasi dan pengajuan bantuan dengan pemerintah atau pihak swasta, seperti mendapatkan bantuan bibit dan alat penyadapan, mendapat pelatihan. Informasi

harga juga diperoleh dari sicom (*Singapore Commodity Exchange*) dengan ter Update. Sicom adalah situs di *google* yang memberikan informasi mengenai harga bokar, informasi ini juga menjadi dasar dalam penetapan harga karet di sistem lelang. Selain itu menurut Dhyna Dellaura Pujakesuma (2020) dengan bergabungnya petani pada kelembagaan, maka petani juga lebih mudah memperoleh informasi seperti teknik budidaya, harga, sarana produksi, harga produk, serta saluran, manajemen keuangan dan permodalan.

Berbeda dengan petani yang menjual karet secara tradisional, tidak memiliki informasi harga sehingga disaat terjadi kenaikan harga karet pedagang masih menetapkan harga karet yang sebelumnya, pedagang membeli bokar dengan harga yang rendah jauh dibawah harga dasar pabrik selain itu dalam menetapkan harga pedagang juga tidak menilai berdasarkan kualitas bokar, ada potongan harga dalam bentuk berat susut dengan adil.

### **Proses Pemasaran Sistem Lelang**

Kelembagaan pemasaran karet melakukan kegiatan pemasaran karet melalui proses dengan pelaksanaan pasar lelang dilakukan secara bersama oleh petani yang tergabung pada kelembagaan. Pemasaran karet melalui kelembagaan pemasaran memiliki tujuan untuk keseragaman mutu bokar, keseragaman waktu jual, keseragaman harga peningkatan skala produksi dan ekonomi serta pemasaran bokar yang dilakukan secara bersamaan dalam satu waktu, satu tempat dan satu harga. Pasar lelang mampu menjembatani petani dalam memasarkan bokar dan harga yang diputuskan sesuai dengan harga karet yang berlaku. Petani yang mengikuti pasar lelang harus bergabung dalam kelompok tani ataupun gapoktan dan mengikuti standar bokar.

Kelembagaan pemasaran dalam proses pemasaran dengan memberikan waktu kepada pedagang besar untuk berdiskusi dengan pabrik tujuan tentang harga. Setelah berdiskusi masing-masing

pedagang besar akan menuliskan harga bokar dan memberikan kepada panitia lelang. Pemenang lelang ditetapkan adalah pedagang yang membeli harga karet paling tinggi yang ditawarkan oleh kelembagaan. Pemenang lelang membayar karetnya dengan yang sudah ditetapkan, dan membawa karet tersebut ke pabrik tujuan, biaya penimbangan dan transportasi ditanggung oleh pemenang lelang. Adapun syarat bokar yang ditetapkan untuk dijual melalui lelang adalah: 1. Bokar dalam keadaan kering dan tidak basah. 2. Bokar dalam keadaan bersih 3. Bahan pembekuan yang direkomendasikan 4. Kondisi bokar dalam keadaan keras dan padat. Kelembagaan pemasaran melakukan proses penjualan secara efisien karna dilakukan dengan cara sistem lelang. Dengan sistem lelang petani mengumpulkan karet dengan kualitas yang lebih baik yaitu bokar bersih dengan kandungan air juga rendah. Mekanisme pasar lelang dimulai dari pengumpulan bokar dilakukan setiap kelompok tani atau gapoktan.

### **Peningkatan Daya Tawar Petani**

Komoditi karet ditinjau dari aspek pemasaran, mekanisme pasar yang belum sempurna, struktur pasar karet mengarah pada pasar oligopsoni, petani menerima harga yang ditetapkan oleh pihak lain dengan harga yang relatif rendah, sehingga diperlukan suatu kelembagaan yang membantu petani memasarkan hasil pertaniannya pada tingkat harga yang memadai. Harga karet di Indonesia cenderung tidak stabil, fluktuasi harga ini terjadi akibat ketidak seimbangan antara permintaan dan penawaran dimana tingkat harga karet akan meningkat jika volume permintaan melebihi penawaran, dan sebaliknya harga akan turun apabila penawaran melebihi permintaan. Menurut Jepsen et al.(2019) penurunan harga karet juga dipicu oleh penurunan permintaan karena perlambatan ekonomi China, kejenuhan pasar karet regional dan penurunan harga minyak mentah yang substansial, sehingga mengurangi biaya

produksi karet sintetis. tersebut langsung diikuti dengan penurunan produksi. Sejalan menurut Jawanit et al. (2019) karet alam di pasar internasional jumlah pasokan meningkat lebih tinggi dibandingkan dengan peningkatan permintaan (Jawanit et al., 2019).

Berbagai permasalahan yang dihadapi oleh petani karet seperti, penurunan harga, ketersediaan teknologi dalam budidaya karet masih sederhana, ketergantungan berproduksi terhadap kondisi alam, serta pemasaran hasil yang masih tergantung kepada pedagang pengumpul di desa. Berbagai permasalahan ini perlu segera dicari solusinya untuk membantu meningkatkan kemampuan ekonomi petani. Permasalahan yang terjadi pada agribisnis karet adalah lemahnya kelembagaan. Menurut Kurnia et al. (2020) agar memperkuat interaksi antar subsistem kelembagaan pada agribisnis karet maka perlu mengembangkan kemitraan secara terorganisir dengan baik agar setiap aktor dapat berperan sesuai dengan fungsinya masing-masing, sehingga tujuan kelembagaan tercapai secara efektif dan efisien. Selama ini harga karet yang setiap waktu berfluktuasi berdampak terhadap ketidak pastian penerimaan.

Petani karet berada pada posisi yang lemah, karena harga karet yang terus turun, produksi karet yang tidak meningkat akan memperburuk kondisi ekonomi dan petani akan terancam kemiskinan. Menurut Ansonfino et al (2021) peningkatan daya saing menjadi upaya menumbuhkan ekonomi jangka panjang maka pemerintah perlu fokus membuat kebijakan untuk mendorong terbentuknya lembaga (Chenet et al., 2021), serta menciptakan lembaga lebih adil (Matthews et al., 2019). Kelembagaan pemasaran karet salah satu solusi untuk meningkatkan harga karet dan menjaga stabilitas harga.

Pemasaran karet melalui kelembagaan memiliki aturan dan norma yang berlaku. Karet yang dijual harus lebih berkualitas dan memiliki kadar karet kering yang tinggi, karet tidak direndam. Pemotongan

persentase berat susut lebih rendah, seperti yang berlaku pada salahsatu kelembagaan pemasaran mengatasi posisi tawar petani yang lemah, di Riau menerapkan strategi pemasaran berbasis pasar lelang (Khaswarina et al., 2021). Kabupaten Kuantan Singingi salahsatu penghasil karet terbesar di Riau telah memiliki kelembagaan pemasaran karet yaitu Asosiasi Petani Karet Kuantan Singingi (APKARKUSI). Kelembagaan pemasaran ini menjual karet secara terpusat di ibu kota Kabupaten. Semua kelompok pemasaran atau gapoktan yang ada di Kabupaten Kuantan Singingi menjual karetnya pada APKARKUSI. Berdasarkan data BPS Kuantan Singingi, jumlah petani karet pada tahun 2021 sebanyak 74.546 kk, hanya yang bergabung pada kelembagaan pemasaran yaitu Asosiasi Petani Karet Kabupaten Kuantan Singingi (Apkarkusi) baru sebanyak 1275 kk (1.71%). Sissanya sebesar 98,29% masih menjual kepada pedagang pengumpul di desa. Perbedaan harga penjualan karet melalui pedagang pengumpul dengan asosiasi cukup tinggi berkisar Rp.2.500 hingga Rp 3.000/kg, sedangkan persentase pemotongan berat susut hanya di asosiasi hanya 3% sedangkan potongan berat susut di tingkat pedagang pengumpul 10%-20%.

Karet yang dijual melalui kelembagaan dilakukan secara lelang, lelang karet dilakukan kepada beberapa pedagang besar atau pabrik sehingga dengan sistem lelang ini petani memiliki daya tawar petani lebih tinggi. Harga lelang karet disesuaikan dengan harga dasar pabrik bahkan di atas harga dasar. Pemenang lelang karet adalah pedagang atau pabrik yang menyetujui harga tertinggi. Sistem penjualan ini akan mampu meningkatkan harga ditingkat petani. Menurut Kurniati, Maharani, and Edwina (2021) Sistem pemasaran lelang sangat menguntungkan petani karena saluran pemasaran yang dilalui semakin pendek dan harga yang berlaku adalah harga yang ditetapkan petani melalui kelembagaan.

Kelembagaan pemasaran karet dengan sisitem lelang ini mampu mengatasi permasalahan harga ditingkat petani namun belum mampu meyelesaikan permasalahan harga ditingkat domestik, untuk itu perlu pengembangan kelembagaan dan dukungan pemerintah untuk mengatasi permasalahan tersebut. Menurut Andi Suryadi, Sahara (2018) mengungkapkan bahwa integrasi yang terjadi antara pasar Singapura dan pasar lelang di Provinsi Jambi tidak terintegrasi secara sempurna. Namun harga karet Indonesia terintegrasi baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek hanya dengan pasar Singapura. Untuk harga internasional perlu kebijakan pemerintah dalam mengatasi harga yaitu dengan membatasi ekspor karet ke luar negeri, membangun industri hilir karet di dalam negeri. Keberadaan industri hilir di dalam negeri akan mengurangi ketergantungan Indonesia pada konsumen luar negeri. Saluran pemasaran karet juga akan lebih pendek dan efisien.

### **Pengembangan Kelembagaan**

Pada kelembagan dibentuk kepengurusan yang salahsatu tugas dari pengurus kelembagaan adalah mengelola keuangan. Untuk keberlanjutan dan pengembangan kelembagaan perlu penyusunan laporan keuangan bermanfaat untuk perencanaan, pengendalian dan pertanggung jawaban keuangan pada kelembagaan. Dari laporan keuangan dapat diperoleh informasi posisi keuangan dan hasil usaha yang dilakukan pada periode tertentu. Untuk itu memerlukan pengelolaan keuangan yang baik dan penyelenggaraan pembukuan yang baik untuk kegiatan usahanya sehingga usaha yang dijalankan dapat berkembang. Menurut Putri and Yusdita (2021) manajemen keuangan merupakan kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan pendanaan untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi berupa perencanaan, pengawasan, pengendalian dan lainnya.

Pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh kelembagan bertujuan untuk

penumpukan modal. Berkembangnya modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha petani, seperti adanya koperasi simpan pinjam, penjualan saprodi, kebutuhan pokok, atau membangun industri hilir dalam bentuk Badan Usaha Milik Petani (BUMP). Keuangan yang dapat dikelola oleh kelembagaan dapat bersumber dari iuran wajib, iuran sukarela dan tabungan petani. Hasil dari usaha tersebut dapat dinikmati oleh semua anggota yang tergabung pada kelembagaan. Menurut Sadikin et al., (2018) proses yang melibatkan kelembagaan, baik dalam bentuk lembaga organisasi maupun kelembagaan norma dan tata pengaturan, pada umumnya masih terpusat pada proses pengumpulan dan pemasaran dalam skala tertentu. sebagian besar kelembagaan pertanian dan petani belum terlihat perannya dalam hal sebagai penggerak, penghimpun, penyalur sarana produksi, pembangkit minat dan sikap, dan lain-lain. Untuk itu perlu pengelolaan keuangan yang baik dalam kelembagaan agar kelembagaan mampu berperan dalam membangun ekonomi petani dari berbagai aspek.

Peran kelembagaan juga mampu memberdayakan petani dalam kemampuan managerial terutama dalam pengelolaan keuangan keluarga. Dengan menjual karetinya melalui kelembagaan petani tidak lagi terikat hutang kepada tengkulak. Harga yang tinggi dan pemotongan berat susut yang rendah dapat meningkatkan pendapatan petani dan bisa memenuhi kebutuhan keluarga. Setiap penjualan karet petani menabung uang berupa simpanan suka rela. Menurut Saleh & Suherman, (2021) Petani yang memiliki kapasitas manajerial, teknis dan sosial rendah, sehingga juga akan mempengaruhi terhadap kecenderungan petani memiliki daya tawar lemah, akses permodalan dan akses informasi yang rendah. Proses yang melibatkan kelembagaan, baik dalam bentuk lembaga organisasi maupun kelembagaan norma dan tata pengaturan, pada umumnya masih terpusat pada proses pengumpulan dan pemasaran dalam skala tertentu. Bagi

sebagian besar wilayah eksistensi kelembagaan pertanian dan petani belum terlihat perannya. Padahal fungsi kelembagaan pertanian sangat beragam, antara lain adalah sebagai penggerak, penghimpun, , penyalur sarana produksi, pembangkit minat dan sikap, dan lain-lain (Sadikin et al., 2018.)

### **Hilirisasi Karet ditingkat Petani**

Indonesia mengeksport sekitar 85% dari produksi karetinya disebabkan oleh negara Indonesia masih tergantung kepada impor produk-produk karet olahan. Menurut Harahap and Segoro (2018) tergantungnya Indonesia terhadap konsumen luar negeri disebabkan industri manufaktur kurang berkembang dengan baik sehingga konsumsi karet domestik sangat rendah. Ketergantungan Indonesia terhadap pasar karet luar negeri hendaknya segerah dicari solusi dengan upaya meningkatkan kinerja kelembagaan petani dalam menumbuhkan industri hilir. Kelembagaan petani karet dalam meningkatkan ekonomi petani selain menciptakan pemasaran yang efisien dengan sistem lelang seharusnya juga berperan dalam mengembangkan badan usaha membangun industri hilir milik petani dengan mengolah bahan baku karetinya menjadi berbagai produk. Sehingga petani tidak lagi menjual karet dalam bentuk olah karet rakyat (bokar). Dampak dari ketergantungan karet Indonesia pada pasar luar negeri, jika terjadi dipasar luar negeri *over supply* maka harga karet akan turun, dan harga karet akan tetap dipengaruhi oleh harga karet dunia.

Kelembagaan petani salah satunya berperan dalam meningkatkan ekonomi petani, maka perlu mendorong petani untuk meningkatkan kapasitasnya dalam mengelola usaha, meningkatkan keterampilan, peningkatan teknologi, peningkatan permodalan, dan kerjasama. Kelembagaan pemasaran perlu dibenahi untuk mendukung pengembangan kelembagaan industry pertanian (agroindustri), keberadaan agroindustri di

dalam negeri harus mampu berperan dalam peningkatan nilai tambah (*utility*) produk olahan, penyerapan dan produktivitas kelembagaan tenaga kerja (Elizabeth, 2019). Perubahan pandangan masyarakat pertanian dalam mengembangkan industriisasi dari produk pertanian mereka akan berdampak terhadap kehidupan petani di pedesaan (Petrescu-Mag et al., 2022).

Meningkatkan ekonomi petani karet melalui pengembangan industri hilir, banyak produk turunan karet yang bisa dikembangkan. Melalui peran kelembagaan, melalui pelatihan petani dapat meningkatkan keterampilan, meningkanya modal usaha untuk mengembangkan produk hilir karet. Kelembagaan sebagai salah satu wadah dalam proses pembelajaran melalui pendampingan, penyuluhan, dan pelatihan dimulai dari penyediaan sarana produksi hingga pemasaran hasil usahatani. Menurut Dhyna Dellaura Pujakesuma (2020) pengembangan kelembagaan pertanian diperlukan dalam pembangunan pertanian serta untuk membentuk kemandirian petani. Menurut Stabile et al. (2020) teknologi mendorong petani kecil dalam perbaikan ekonomi untuk meningkatkan target produksi dapat meningkatkan skala usaha agar memenuhi permintaan pasar. Adapun produk-produk yang bisa diproduksi oleh petani seperti yang terlihat pada pohon industri karet pada Gambar 3.



Creper (bahan baku)



Ban Mobil Vulkaisir



Speartpark sepeda motor



Magkok Sadap

**Gambar 3.** Produk Hilir Karet yang akan dikembangkan oleh Petani Karet Kuantan Singingi.

Pembangunan industri hilir akan mampu meningkatkan pendapatan petani karena dapat menghasilkan nilai tambah dari lateks yang dihasilkan dari kebun petani dapat di olah menjadi berbagai produk. Produk yang akan dikembangkan oleh petani melalui Badan Usaha Milik petani (BUMP) salah satu di Kabupaten Kuantan Singingi Propinsi Riau adalah seperti Tabel 1.

**Tabel 1.** Mesin Produksi

Nama Mesin Produksi	Rencana Produksi yang dihasilkan
1. Bron crepe	1. Kesen kaki
2. Vulkanisir ban mobil	2. Ban mobil vulkanisir
3. Vulkanisir ban sepeda motor	3. Ban sepeda motor vulkanisir
4. Alat kerok ban mobil	4. Mangkok sadap Karpet mobil.
5. Molding	5. -Tangan-tangan sepeda motor. - Injakan kaki sepeda motor. - Sandal Jepit. - Creper (bahan baku)

Dengan keberadaan industri hilir petani tidak lagi menjual semua hasil panen karetnya kepada pedagang ataupun ke pabrik, tetapi sebagian bisa langsung diolah. Dari hasil penjualan produk, penghasilan petani akan jauh lebih meningkat. Namun menurut (Kurnia et al., 2020) industri karet alam masih belum berkembang dan masih diperlukan solusi alternatif dan kebijakan strategis dalam pengembangan hilirisasi sebagai upaya peningkatan nilai tambah dan meningkatkan ekonomi petani karet secara nasional.

Di Indonesia penyebab kurang berkembangnya industri karet di dalam negeri menurut hasil penelitian Sitepu, McKay, and Holt (2019), pemerintah pusat lebih peduli terhadap pasokan karet, sedangkan pemerintah daerah masih fokus terhadap permasalahan dampak sosial

terkait dengan petani, masalah lahan dan buruh tani. Menurut Veronice et al. (2018) mengatasi hal tersebut perlu inovasi dibidang teknologi pertanian dengan melakukan pengelolaan terpadu mengkombinasikan antara teknologi dan sistem pertanian secara komprehensif yang mampu memberikan nilai ekonomis (Veronice et al., 2018).

Pemerintah sudah melakukan upaya peningkatan ekspor dan nilai tambah produk pertanian adanya kebijakan pemerintah dibidang kelembagaan industri karet, untuk di daerah sudah dibentuk seperti Asosiasi Karet Indonesia (APKARINDO) dibawah naungan Gabungan Petani Perkebunan Indonesia (GAPPERINDO) (Bouris & Fernández-Molina, 2018). Menurut Kurnia et al. (2020) peran asosiasi dalam industri karet alam sangat penting. Asosiasi Produsen Sarung Tangan Karet Indonesia (IRGMA) Gabungan Karet Indonesia (GAPKINDO) adalah wadah bagi pengusaha karet alam pada umumnya, termasuk para pedagang. Sedangkan forum untuk petani adalah Asosiasi Petani Karet Indonesia (APKARINDO). Dewan Karet Indonesia (DEKARINDO) berfungsi sebagai wadah bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam industri karet. DEKARINDO memiliki peran yang lebih administratif dan koordinasi dan tidak memiliki kewenangan yang mengikat. Pada anggota asosiasi ini lebih banyak pengusaha yang didominasi oleh importir sehingga dukungan terhadap kebijakan industry hilir akan terhambat. Perlu adanya asosiasi tersendiri yang mendukung perkembangan industri hilir nasional.

## KESIMPULAN

Rendahnya kemampuan ekonomi petani disebabkan sistim pemasaran karet yang belum baik. Peningkatan harga dan stabilitas harga dapat dilakukan dengan memperbaiki sistim pemasaran karet melalui peran kelembagaan istem lelang dan membangun industri hilir di tingkat petani untuk mendapatkan nilai tambah dan

mengurangi ketergantungan karet Indoneisa terhadap konsumen.

Intervensi yang harus dilakukan untuk pembangunan ekonomi petani karet dan mendukung keberlanjutan kebun karet adalah dengan pemberian insentif kepada petani, seperti insentif produksi, input pertanian, pengembangan infrastruktur pertanian dan program peningkatan sumberdaya petani dalam pengelolaan perkebunan karet serta pengembangan kelembagaan dalam perumusan kebijakan di masa depan serta membangun hilirisasi untuk mendorong peningkatan konsumsi karet didalam negeri.

## Daftar Pustaka

- Alam, A., Nizam, R. S., & Hidayat, M. T. (2021). The role of islamic microfinance institution in empowering indonesian fishing communities. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 9(2), 178–183. <https://doi.org/10.13189/UJAF.2021.090205>
- Andi Suryadi, Sahara, R. H. (2018). Integration And Asymmetry of TSR Indonesia Rubber Price At World TSR20 Price. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 354–364. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm/article/view/22601/15949>
- Ansonfino, A., Zusmelia, Z., Dahren, L. D., & Puteri, Y. E. (2021). Diamond Model and Competition of Rubber Export Markets: Evidence from Sumatra Economic Growth Center. *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*, 13(1), 15–27. <https://doi.org/10.7160/aol.2021.130102>
- Arfah, L., & Dewi, N. (2019). *Volume 10, Nomor 1, Juni 2019 ISSN 2087 - 409X Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*. 10, 1–10.
- Bouris, D., & Fernández-Molina, I. (2018). Contested states, hybrid

- diplomatic practices, and the everyday quest for recognition. *International Political Sociology*, 12(3), 306–324. <https://doi.org/10.1093/ips/oly006>
- Chenet, H., Ryan-Collins, J., & van Lerven, F. (2021). Finance, climate-change and radical uncertainty: Towards a precautionary approach to financial policy. *Ecological Economics*, 183, 106957. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2021.106957>
- Ditjenbun. (2021). Statistik perkebunan unggulan nasional 2019-2021, kelapa sawit. *Direktorat Jendral Perkebunan Kementerian Pertanian Republik Indonesia*, 1–88.
- Elizabeth, R. (2019). Revitalisasi Implementasi Pemberdayaan Kelembagaan Pertanian Berkesinambungan Mendukung Pencapaian Daya Saing Produk Olahan. *UNES Journal of Scientech Research*, 4(1), 52–68.
- Harahap, N. H. P., & Segoro, B. A. (2018). Analisis Daya Saing Komoditas Karet Alam Indonesia ke Pasar Global. *TRANSBORDERS: International Relations Journal*, 1(2), 130–143. [file:///C:/Users/HP/Downloads/992-Article Text-4681-1-10-20180812.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/992-Article%20Text-4681-1-10-20180812.pdf)
- Jawanit, K., Pramote, K., Pakarmart, T., Sara, B., & Prakart, S. (2019). Livelihoods of small-scale rubber farmers: A comparative study of rubber agroforestry systems and monocropping rubber plots in Southern Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40, 420–426. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/242172/164612>
- Jepsen, M. R., Palm, M., Bruun, B., Geografi, B., Geosains, D., Daya, S., Kopenhagen, U., K, D.-K., Angkasa, D. L., Lingkungan, B., Sumber, T., Fisik, D., & Chalmers, U. T. (2019). *Apa yang Menanti Petani Dataran Tinggi Myanmar? Pelajaran yang Dipetik dari Daratan Asia Tenggara*. 1–23. <https://doi.org/10.3390/tanah8020029>
- Jin, S., Min, S., Huang, J., & Waibel, H. (2021). Falling price induced diversification strategies and rural inequality: Evidence of smallholder rubber farmers. *World Development*, 146, 105604. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2021.105604>
- Khaswarina, S., Sucherly, Kaltum, U., & Ariawaty, R. R. N. (2021). Market-based strategy to anticipate covid-19 pandemic in smallholder rubber plantations in Riau Province, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*, 11(3), 222–229. <https://doi.org/10.18488/journal.ajar.d.2021.113.222.229>
- Kurnia, D., Marimin, Haris, U., & Sudradjat. (2020). Critical issue mapping of Indonesian natural rubber industry based on innovation system perspectives. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 443(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/443/1/012036>
- Kurniati, D., Maharani, E., & Edwina, S. (2021). Analisis Pemasaran Karet Sistem Lelang di Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 17(3), 47–58. <https://doi.org/10.20956/jsep.v17i3.18099>
- Matthews, K. E., Mercer-Mapstone, L., Dvorakova, S. L., Acai, A., Cook-Sather, A., Felten, P., Healey, M., Healey, R. L., & Marquis, E. (2019). Enhancing outcomes and reducing inhibitors to the engagement of students and staff in learning and teaching partnerships: implications for academic development.

- International Journal for Academic Development*, 24(3), 246–259. <https://doi.org/10.1080/1360144X.2018.1545233>
- Muh. Arba'in Mahmud. (2017). Gender dan Kehutanan Masyarakat. *Konsep Pemasaran Agribisnis*, 5(2), 143–164.
- Novita, N., & Wahyuni, S. (2019). Penguatan Kelembagaan Petani Terhadap Peningkatan Posisi Tawar Petani Gambir di Nagari Koto Lamo Kecamatan Kapur IX Kabupaten 50 Kota *Strengthening Farmer Institutions Towards Increasing The Bargaining Position Of Gambier Farmers In Nagari Koto Lamo*, Ka. 1, 57–66.
- Nur, J. R. M., No, A., & Jambi, A. T. (2017). *Typology of Rubber Downstream Clusters in Jambi Province*. 01, 66–83.
- Nurhamlin, Rasyad, A., Zulkarnain, & Suwondo. (2019). Model of sustainable development of smallholders in Riau Province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 314(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/314/1/012081>
- Petrescu-Mag, R. M., Petrescu, D. C., & Azadi, H. (2022). From scythe to smartphone: Rural transformation in Romania evidenced by the perception of rural land and population. *Land Use Policy*, 113(October 2021), 105851. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105851>
- Pujakesuma, D. D., & Karyani, T. (2020). Factors related to farmer's independence in farming decision Making in The KSM Jaya Amanah, Bandung Regency. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 919–935. [file:///C:/Users/HP/Downloads/FAKTOR-FAKTOR\\_YANG\\_BERHUBUNG\\_AN\\_DENGAN\\_KEMANDIRIAN\\_\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/FAKTOR-FAKTOR_YANG_BERHUBUNG_AN_DENGAN_KEMANDIRIAN_(1).pdf)
- Putri, V. H., & Yusdita, E. E. (2021). Analisis pengelolaan keuangan kelompok tani untuk meningkatkan kesejahteraan petani porang. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 6(2), 520–530.
- Riswani, R., Yunita, Y., & Malini, H. (2019). *Komparasi Karakteristik Pengusahaan dan Pendapatan Petani Karet Berwawasan Lingkungan dan Tradisional di Kabupaten Musi Banyuasin*. September, 978–979.
- Sadikin, I., Nur, R., Dan, S., & Suradistra, K. (n.d.). *Kajian kelembagaan agribisnis dalam mendukung pengembangan sistem usaha pertanian berbasis agroekosistem*. 1992, 1–15. <https://www.neliti.com/id/publications/43887/kajian-kelembagaan-agribisnis-dalam-mendukung-pengembangan-sistem-usaha-pertanian>
- Saleh, K., & Suherman, S. (2021). Model Kapasitas Petani Padi Sawah dalam Mendukung Ketahanan Pangan Berkelanjutan di Kabupaten Tangerang. *Jurnal Penyuluhan*, 17(1), 40–51. <https://doi.org/10.25015/17202132887>
- Santoso, A. (2018). Permasalahan Pengembangan Karet di Indonesia Antara Harapan dan Kenyataan. *Ilmu Dan Budaya*, 41 No. 59, 6927–6944. <http://journal.unas.ac.id/ilmu-budaya/article/view/456/357>
- Santoso, A. B. (2017). Income Analysis on Integrated Crop-Livestock Farm Characteristics: Case in Mesa Village, Central Maluku District. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 22(2), 108–114. <https://doi.org/10.18343/jipi.22.2.108>
- Sitepu, M. H., McKay, A., & Holt, R. J. (2019). An approach for the

- formulation of sustainable replanting policies in the Indonesian natural rubber industry. *Journal of Cleaner Production*, 241, 118357. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118357>
- Stabile, M. C. C., Guimarães, A. L., Silva, D. S., Ribeiro, V., Macedo, M. N., Coe, M. T., Pinto, E., Moutinho, P., & Alencar, A. (2020). Solving Brazil's land use puzzle: Increasing production and slowing Amazon deforestation. *Land Use Policy*, 91(May 2019), 104362. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2019.104362>
- Susilowati, S. H. (2018). Dinamika dan Faktor Berpengaruh terhadap Pendapatan Rumah Tangga Perdesaan. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2), 131. <https://doi.org/10.21082/akp.v16n2.2018.131-145>
- Veronice, Helmi, Henmaidi, & Arif, E. (2018). *Dapat Terwujud Pada Peningkatan Usaha Dan Kehidupan Petani Di Kawasan Pertanian Melalui Pendekatan*. 2(2), 1–10.
- Waridin, W. (2019). *Pembangunan pertanian dan perdesaaan dalam upaya pengentasan kemiskinan* (Tim Istana Publishing (ed.)). Universitas Diponegoro.