

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hutan mempunyai potensi besar sebagai sumber devisa negara, baik melalui hasil hutan kayu maupun hasil hutan bukan kayu. Sebagai salah satu kekayaan alam yang melimpah dan bernilai ekonomi tinggi, masyarakat di Indonesia memanfaatkan hasil hutan tersebut. Melalui pemanfaatan ini, masyarakat yang tinggal di sekitar hutan dapat meningkatkan pendapatan mereka, salah satu cara nya yaitu dengan mengelola Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) secara berkelanjutan tanpa merusak ekosistem dengan menyadap getah pinus (Putra, 2018). Hutan pinus merupakan salah satu sumber daya alam yang memberikan manfaat ekonomi melalui HHBK. Meldy (2022) menyatakan bahwa getah pinus termasuk hasil hutan bukan kayu yang memiliki nilai ekonomis lebih tinggi dibandingkan kayu, yang selama ini masyarakat anggap sebagai komoditas utama. Selain memanfaatkan getahnya untuk bahan baku industri kosmetik, cat, vernis, perekat, kertas, ban kendaraan, masyarakat juga memanfaatkan kayu pohon pinus sebagai bahan bakar.

Desa Sasakan di Kecamatan Sumarorong, Kabupaten Mamasa, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi hutan pinus yang cukup luas dan telah dimanfaatkan oleh masyarakat secara aktif melalui izin resmi yang diberikan kepada PT Kencana Hijau Bina Lestari sejak tahun 2017, masyarakat setempat mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan penyiadapan getah pinus. Aktivitas ini tidak hanya menjadi bagian dari pengelolaan hutan, tetapi juga menjadi sumber utama penghasilan masyarakat desa. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana masyarakat memanfaatkan peluang ini dalam konteks lokal yang unik, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan kegiatan tersebut.

Pola penyiadapan memiliki peran penting dalam menunjang keberhasilan penyiadapan getah pinus. Pola ini mencakup penerapan teknik sadap, pengaturan frekuensi panen, penggunaan stimulan, serta pengelolaan luka sadap. Di Desa Sasakan, teknik penyiadapan yang digunakan masih bersifat tradisional dan diwariskan secara turun-temurun tanpa mengacu pada standar baku yang mempertimbangkan prinsip efisiensi dan keberlanjutan. Metode yang umum diterapkan masyarakat seperti koakan berbentuk "U" terbalik dan belum sepenuhnya memperhatikan dampak jangka panjang terhadap kesehatan pohon dan produktivitas getah. Selain itu frekuensi panen yang tidak teratur, penggunaan stimulan yang kurang tepat, serta perbedaan pengalaman dan keterampilan antar petani menjadi faktor yang menyebabkan variasi signifikan pada hasil sadapan.

Dalam praktiknya, para petani tidak langsung menjual hasil penyiadapan getah pinus ke pabrik, karena para petani menghadapi keterbatasan akses dalam transportasi, informasi dan peluang untuk menjual langsung ke pabrik sehingga mereka lebih memilih menjual melalui perantara. Selain itu, kebutuhan untuk memperoleh pendapatan secara cepat mendorong petani memilih jalur tersebut. Penelitian sebelumnya (Rolinca et al., 2022) menunjukkan bahwa Ketika rantai

pemasaran semakin Panjang disparitas harga antara produsen dan konsumen akhir pun semakin besar. Meskipun aktivitas penyadapan telah berlangsung lama, petani cenderung memperoleh harga jual yang rendah dibandingkan harga yang diterima oleh tengkulak yang mengindikasikan adanya ketimpangan harga jual dan lemahnya posisi tawar petani, kondisi ini kemudian menimbulkan pertanyaan mengenai efisiensi dan keadilan dalam sistem pemasaran getah pinus

Minimnya data dan kajian terkait sistem penyadapan serta pemasaran di wilayah Mamasa, khususnya Desa Sasakan membuat evaluasi terhadap efisiensi teknis dan harga menjadi hal mendesak guna meningkatkan kesejahteraan petani dan mendukung keberlanjutan pengelolaan hutan. Permasalahan penetapan harga, teknik pemanenan, dominasi tengkulak, dan keterbatasan sarana pemasaran membuat efisiensi pemasaran hasil sadapan dan teknik pemanenan menjadi isu penting untuk dikaji. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan pola pemanenan dan pemasaran getah pinus di Desa Sasakan serta menganalisis tantangan dan efisiensi di sepanjang rantai pemasaran.

1.2 Landasan Teori

Pinus merupakan salah satu jenis tumbuhan yang tumbuh asli di Indonesia. Pinus termasuk dalam jenis pohon serba guna yang terus menerus dikembangkan dan di perluas penanamannya pada masa mendatang. Pinus sebagai peghasil kayu, produksi getah dan konservasi lahan. Hampir semua bagian pohonnya dapat dimanfaatkan, antara lain bagian batangnya dapat di sadap untuk di ambil getahnya. Pinus adalah tumbuhan berdaun jarum dengan batang berbentuk silinder dan biasanya tumbuh pada dataran tinggi beriklim sejuk (Herawaty, 2022). Cahyono dalam Intan (2023) menjelaskan bahwa tanaman pinus pada awalnya digunakan sebagai tanaman reboisasi dan penghijauan karena pertumbuhannya yang cepat serta merupakan jenis tanaman *pioneer*. Pinus memiliki peran yang penting sebab selain sebagai tanaman *pioneer*, kayunya dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku pembuatan kertas, korek api, hiasan dinding, dan juga menghasilkan getah pinus (Inta, et all 2023).

Getah pinus merupakan hasil dari kegiatan penyadapan pinus dengan melukai bagian pada batang pinus. Getah pinus merupakan campuran asam-asam resin yang larut dalam pelarut netral atau larut organik non polar seperti eter dan heksan. Getah tersebut di proses lebih lanjut menjadi gondrokumen dan terpentin. Gondrokumen dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk membuat sabun, resin dan cat, terpentin digunakan untuk membuat bahan industry, parfum, obat-obatan dan desinfektan. Hasil kayunya bermanfaat untuk konstruksi, korek api, pulp, dan kertas serat Panjang. Proses produksi HHBK seperti getah pinus dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk kondisi ekosistem, umur dan mutu tanaman, serta Teknik penyadapan yang di terapkan (Arvand, 2015). Menurut Waldi (2024), Penyadapan getah pinus merupakan kegiatan di bidang kehutanan dalam rangka pemungutan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) dari tegakan pinus. Pengelolaan getah pinus dianggap sebagai sumber pendapatan yang lebih cepat atau stabil. Kegiatan

penyadapan getah pinus membutuhkan tenaga kerja tentu terbilang cukup banyak. Ketepatan metode penyadapan dan perawatan pohon sangat menentukan volume dan kualitas getah yang di hasilkan. Secara tidak langsung hal ini dijadikan sebagai sumber penghasilan bagi Masyarakat disekitar hutan. Dengan memasarkan getah pinus kepada koperasi, pengepul atau pabrik pengolahan.

Dalam kegiatan pemanenan getah pinus di Indonesia telah dicoba beberapa cara penyadapan, antara lain koakan (*quarre*), cara koprak (*rill*) dan *carab or* dengan menggunakan atau tanpa menggunakan stimulant (cairan perangsang). Menurut Sukardayanti (2014), ketiga metode penyadapan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas getah pinus dan penerapannya bergantung pada kebiasaan masyarakat setempat. Meski demikian, mengganti teknik tradisional yang telah digunakan sejak lama dengan metode baru cenderung sulit dilakukan, walaupun metode baru tersebut berpotensi meningkatkan hasil produksi. Sementara itu, Lempang (2018) menjelaskan bahwa sejak sekitar tahun 1975, penyadapan getah pinus di Indonesia umumnya dilakukan menggunakan teknik berbentuk huruf “U” terbalik, yang dikenal sebagai teknik koakan. Teknik ini tergolong praktis karena hanya memerlukan alat sederhana seperti kedukul, petel, dan mangkok penampung getah. Namun, sistem koakan juga memiliki kelemahan, yaitu dapat menyebabkan batang pohon mudah tumbang akibat luka sadapan yang lebar dan dalam. Teknik penyadapan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi hasil produksi getah. Apabila metode penyadapan tidak dilakukan secara tepat, hal ini dapat menurunkan produksi, mempercepat penurunan umur produktif pohon, serta menimbulkan stress fisiologis pada tanaman. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan penyadapan yang lebih optimal dengan memperhatikan aspek seperti sudut dan kedalaman irisan, frekuensi penyadapan, serta menggunakan stimulant yang sesuai, agar produksi meningkat tanpa merusak kondisi pohon.

Produksi getah pinus dapat mengalami peningkatan antara 56% hingga 111% apabila menggunakan stimulant yang mengandung H_2SO_4 (20-24%), HNO_3 (0-1%) dan HCL (0,5-1%). Meningkatnya permintaan terhadap bahan baku getah mendorong perlunya peningkatan hasil produksi di lapangan, salah satunya melalui optimalisasi penggunaan stimulant dalam proses penyadapan. Stimulan sendiri merupakan zat yang bersifat asam dan mampu memicu reaksi atau merangsang aktivitas fisiologis, sehingga dikenal sebagai agen perangsang dalam penyadapan getah (Hardjanto., et al 2014). Penerapan bahan perangsang dapat dilakukan dengan menyemprotkan larutan menggunakan sprayer atau mengoleskannya dengan kuas kecil pada luka sadap yang telah dibuat. Apabila tidak menggunakan perangsang, aliran getah akan berhenti pada hari ketiga, sehingga perlu dilakukan penggoresan ulang setebal 3-5 cm diatas luka sebelumnya. Secara keseluruhan, dalam satu tahun tinggi luka sadap bisa mencapai sekitar 60cm di tambah dengan 10 cm luka awal. Sukardayanti (2014) juga menjelaskan bahwa jumlah dan ukuran koakan memiliki pengaruh signifikan terhadap volume produksi getah pinus. Hasil optimal diperoleh dari penyadapan yang dilakukan dengan dua koakan per pohon, masing-masing memiliki lebar 4-8 cm dan kedalaman sekitar 2 cm. Teknik ini tidak

hanya bertujuan untuk meningkatkan hasil, tetapi juga menjaga kualitas dan kuantitas kayu pinus serta mengurangi risiko tumbang pohon akibat angin.

Pemasaran memegang peranan krusial dalam pengelolaan dan pengembangan produk hasil hutan bukan kayu (HHBK). Untuk mendorong peningkatan taraf hidup dan ekonomi petani, produk-produk tersebut di pasarkan. Tanpa adanya kegiatan pemasaran, HHBK yang dikumpulkan atau dihasilkan petani tidak akan memiliki nilai ekonomi lebih dan hanya di manfaatkan untuk kebutuhan konsumsi pribadi. Menurut Fentie (2012) pemasaran adalah proses yang mengalirkan produk atau jasa dari pihak produsen ke konsumen melalui berbagai Lembaga yang terlibat dalam distribusinya. Suatu sistem pemasaran dapat dikatakan efisiensi apabila mampu menyalurkan produk dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah mungkin, serta memastikan adanya pembagian yang adil diatas harga yang di bayarkan oleh konsumen akhir kepada semua pelaku yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran.

Dalam Fentie (2012) pemasaran merupakan suatu proses distribusi produk atau layanan dari pihak produsen menuju konsumen melalui berbagai lembaga pemasaran. Suatu sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyalurkan hasil produksi kepada konsumen akhir dengan biaya serendah mungkin, serta dapat mendistribusikan secara adil total harga yang di bayarkan oleh konsumen kepada semua pihak yang terlibat dalam proses produksi dan pemasaran tersebut. Efisiensi dalam pemasaran terbagi menjadi dua jenis, yaitu efisiensi teknis dan efisiensi harga. Efisiensi teknis berkaitan dengan pemanfaatan produksi secara optimal dalam seluruh jaringan pemasaran, termasuk biaya yang timbul dalam proses distribusi barang ke konsumen seperti biaya transportasi, penyimpanan dan perubahan bentuk produk. Sementara itu, efisiensi harga mengacu pada kemampuan sistem pemasaran dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan serta mendorong alokasi ulang sumber daya agar tetap selaras dengan kebutuhan pasar atau konsumen.

Pola pemasaran produk pangan atau hasil pertanian cenderung mengalami perubahan sejalan dengan dinamika dalam struktur produksi dan perilaku konsumen. Perubahan ini tidak terlepas dari perkembangan ekonomi, mengingat sistem pemasaran pangan merupakan bagian integral dari keseluruhan subsistem ekonomi. Menurut Dian dan Dewi (2019) pola pemasaran adalah alur distribusi produk dari produsen ke konsumen. Dimana terdapat dua jenis pola pemasaran yaitu pemasaran langsung (tanpa perantara) dan tidak langsung (melalui tengkulak/pedagang pengumpul). Muslim, et al (2022) juga menyatakan bahwa Efisiensi sistem pemasaran sangat penting untuk meningkatkan pendapatan petani. Namun pemasaran langsung cenderung sulit dilakukan oleh petani khususnya di daerah terpencil

Sementara itu, hasil penelitian Frengky et al (2024). Dalam jurnal Akar volume, menyatakan bahwa pola pemasaran getah pinus melibatkan beberapa Lembaga pemasaran sehingga terbentuk suatu pola pemasaran, yang diawali dengan proses distribusi yang dilakukan oleh penyadap getah pinus terhadap hasil produksi getah kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul ke pabrik pengolahan. Pola pemasaran mengacu pada strategi dan saluran distribusi yang

digunakan untuk memasarkan produk dari produsen ke konsumen. Pola pemasaran dapat berupa pemasaran langsung (produsen ke konsumen) atau pemasaran tidak langsung (melalui perantara seperti pedagang, pengumpul atau distributor).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dian & Dewi (2019), pemasaran langsung merupakan interaksi langsung dengan konsumen tertentu yang ditujukan untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan jangka Panjang dengan pelanggan. Pemasaran langsung adalah suatu sistem pemasaran Dimana organisasi berkomunikasi langsung dengan pelanggan untuk menghasilkan respon dan transaksi. Sementara itu pemasaran tidak langsung adalah strategi pemasaran yang melibatkan perantara dalam menyampaikan tawaran, Dimana organisasi berkomunikasi langsung dengan pelanggan yang telah dipilih sebelumnya.

Harga jual merupakan besar nilai yang telah disepakati antara penjual dan pembeli atas suatu produk atau jasa. Penentuan harga jual ditentukan oleh berbagai faktor seperti biaya produksi, margin keuntungan kualitas produk dan strategi pemasaran (Zhara, Lastrian, 2024). Berdasarkan hasil penelitian Arbiyana (2017), harga jual dapat dipahami sebagai nilai uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk memperoleh barang maupun jasa dari penjual. Penetapan harga jual menjadi bagian penting dalam pengambilan Keputusan manajerial, dengan tujuan agar pendapatan yang diperoleh mampu menutup seluruh biaya produksi serta memberikan keuntungan sesuai target yang diharapkan. Penetapan harga jual dipengaruhi oleh biaya produksi, margin keuntungan, dan strategi pemasaran. Hasil penenlitian Efiza (2020) di Desa Parsingguran II menyatakan bahwa harga jual getah pinus di tingkat petani dipengaruhi oleh kemudahan akses ke pasar, kualitas getah, dan keberadaan tengkulak.

Penetapan di pengaruhi oleh bebrapa faktor, tidak hanya aspek internal Perusahaan, tetapi juga oleh kondisi eksternal seperti dinamika pasar, perilaku konsumen, dan situasi ekonomi makro. Harga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan tingkat efektivitas secara keseluruhan dalam aktivitas pemasaran. Umumnya harga ditentukan melalui kesepakatan antara penjual dan pembeli. Hingga kini, kontrak negosiasi atau tawar-menawar masih lazim ditemui di beberapa daerah tertentu (Amyra.,2024).

Karokaro (2022) menyatakan bahwa Sebagaimana kegiatan lainnya pemasaran selalu menghendaki adanya efisiensi yaitu pengorbanan yang sekecilnya dari berbagai sumber ekonomi terhadap barang atau jasa yang diminta konsumen. Efisiensi pemasaran dan keuntungan maksimal merupakan tujuan dari perbaikan pemasaran secara mutlak. Pemasaran dianggap efisien ketika pelaku usaha mampu menekan biaya distribusi, sehingga keuntungan yang diperoleh dari kegiatan pemasaran menjadi lebih optimal. Efisiensi juga tercermin dari selisih harga antara yang di bayar konsumen dan yang di terima produsen yang tidak terlalu besar. Selain itu, keberadaan sarana fisik yang mendukung kativitas pemasaran serta persaingan antar pasar yang sehat turut menunjang tercapainya sistem pemasaran yang efisien

Menurut Nurland (1986) efisiensi dibidang pemasaran dikatakan efisien apabila memenuhi syarat berikut:

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir pada semua pihak yang ikut serta kegiatan produksi dari pemasaran itu

2.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Menganalisis pola penyadapan dan pola pemasaran hasil panen getah pinus
2. Menganalisis tingkat efisiensi pemasaran

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei 2025, bertempat di Desa Sasakan Kecamatan Sumarorong, Kabupaten Mamasa Provinsi Sulawesi Barat, lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu desa yang memiliki kegiatan penyiadapan getah pinus yang masi aktif, dengan luas areal penyiadapan seluas ± 210 hektar yang merupakan bagian dari wilayah kesatuan pengolahan hutan (KPH) Mamasa Tengah, dan dikelola melalui izin resmi yang diberikan kepada masyarakat Bersama mitra dan perusahaan yaitu PT Kencana Hijau Bina Lestari (KBHL). Desa ini memiliki potensi sumber daya alam yang cukup besar, terutama dalam sektor kehutanan dan pertanian. Salah satu sumber daya alam yang melimpah yaitu tegakan hutan pinus, yang dimanfaatkan masyarakat sebagai sumber pendapatan melalui kegiatan penyadaan getah pinus. Sebagian area merupakan pertanian, dan pemukiman. Dengan latar kondisi fisik tersebut Desa Sasakan menjadi lokasi representatif untuk menggambarkan pola pemanenan dan pemasaran getah pinus secara langsung di tingkat lapangan.

2.2 Jenis data

Jenis data yang di gunakan pada penelitian ini

1. Data primer mencakup informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya melalui berbagai metode pengumpulan data seperti wawancara, observasi atau survei. Seperti harga jual getah pinus di setiap tahapan, volume penjualan getah pinus, teknik penyiadapan getah pinus, dan saluran atau pola pemasaran.
2. Data sekunder, mencakup informasi yang telah di peroleh sebelumnya dan dapat di peroleh dari sumber lain seperti penelitian terdahulu mengenai pola pemasaran getah pinus, peraturan pemerintah terkait pemasaran hasil hutan, artikel ilmiah. Data sekunder ini berguna untuk memberikan perspektif gambaran luas dan konteks untuk membandingkan hasil penelitian dengan studi sebelumnya.
3. Dalam penelitian ini, pola penyiadapan yang dimaksud mencakup cara atau teknik penyiadapan getah pinus yang dilakukan oleh petani, meliputi bentuk luka sadap, penggunaan stimulant, waktu atau frekuensi panen, serta pembaharuan luka sadap. Sementara itu, pola pemasaran merujuk pada alur distribusi hasil sadapan dari petani ke konsumen ahir, termasuk pelaku-pelaku yang terlibat seperti tengkulak dan pabrik.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Pengamatan langsung (Observasi) dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi seperti proses penyiadapan getah pinus, teknik yang digunakan, alat-

alat yang di manfaatkan, kondisi fisik di lapangan, dan dinamika pasar yang terjadi di Desa Sasakan,

2. Wawancara, dilakukan secara mendalam dengan melibatkan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan pemanfaatan getah pinus. Metode wawancara yang digunakan bersifat terbuka, sehingga informan dapat mengemukakan pengalaman dan pandangan mereka secara bebas. Pertanyaan yang diajukan dirancang untuk memperoleh data terkait metode penyadapan, pola pemasaran, kendala yang di hadapi dan dinamika dalam proses pemasaran getah pinus. Seluruh sesi wawancara direkam setelah memperoleh persetujuan dari informan, kemudian di transkrip untuk dianalisis lebih lanjut. Pemilihan narasumber (informan) dilakukan secara *purposive sampling* dan *snowball sampling*, yaitu berdasarkan kesesuaian karakteristik informan dengan kebutuhan data dalam penelitian dan berdasarkan rekomendasi dari informan lain yang relevan dengan kriteria yang telah ditentukan Adapun kriteria nya yaitu informan yang masi aktif dalam pemanfaatan getah pinus.
3. Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai izin penyadapan getah pinus, kerjasama atau kontrak yang terjalin, dan data profil wilayah, melalui pengutipan beberapa artikel, jurnal, buku atau literatur

Tabel 1. Data yang dikumpulkan

No	Data yang di kumpul	Metode	Analisi data
1	Informasi harga penjualan dari penyadap getah pinus	Wawancara	Analisis statistic deskriptif (rata-rata)
2	Informasi harga dari tengkulak (harga beli pengepul)	Wawancara	Analisis statistic deskriptif (rata-rata)
3	Proses penyadapan getah pinus	Observasi	Analisis Kualitatif (deskriptif)
4	Pola pemasaran	Observasi/Wawancara	Deskriptif
5	Biaya distribusi	wawancara	Analisis biaya
6	Keadaan fisik wilayah	Studi literatur/observasi	Deskriptif
7	Pengalaman dan tantangan petani dalam penyadapan	Wawancara mendalam	Analisis kualitatif (tematik)

2.4 Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis yang dilakukan untuk mengetahui dan mendeskripsikan data yang sudah terkumpul tanpa melakukan perbandingan dengan variabel lain atau membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum

2. Dalam menganalisis efisiensi pemasaran, peneliti menggunakan lima indikator utama, yaitu frekuensi panen, pola pemasaran, biaya distribusi *share margin* dan metode pembayaran. Indikator frekuensi panen, pola pemasaran dan biaya distribusi digunakan untuk menilai efisiensi teknis, karena berhubungan dengan kelancaran arus produk dan biaya operasional. Sementara itu, *share margin* dan metode pembayaran digunakan untuk menilai efisiensi harga, karena berkaitan dengan proporsi harga jual yang diterima petani dan kemudahan dalam memperoleh hasil penjualan. Pemilihan kelima indikator ini merujuk pada konsep efisiensi pemasaran yang dikemukakan oleh fentie (2012), Karokaro et al (2019), Nurlang (1986) dan Henrikus et al (2006), yang menekankan pentingnya sistem distribusi yang hemat biaya, adil dan responsive terhadap kebutuhan produsen serta konsumen.
3. Menurut Frengky (2024), Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan produsen dengan kata lain perbedaan harga di Tingkat konsumen. Rumus sebagai berikut:

$$Mji = Psi - Pbi \quad (1)$$

Keterangan:

Mji = Margin pemasaran

Psi = Harga beli pabrik

Pbi = Harga penjualan petani

4. Menurut Rolinca (2022), Share margin adalah perhitungan yang digunakan untuk mengetahui tingkat harga yang digunakan petani dalam memasarkan hasil produksinya dibandingkan harga beli pabrik. Rumus sebagai berikut:

$$Share\ margin = \frac{\text{Harga yang diterima penyadap}}{\text{Harga yang dibayar oleh pabrik}} \times 100\% \quad (2)$$