



Pemberdayaan Petani Karet Dalam Pemasaran Hasil Tani Melalui Media Digital

Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh¹, Widyakanti²

¹ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, Indonesia

Email: putri.rafiqoh@ulm.ac.id

ABSTRAK

Indonesia Sebagai negara dengan produksi karet yang besar memiliki banyak petani yang bergantung pada hasil karet alam. Dalam beberapa tahun terakhir karet mengalami penurunan harga yang cukup drastis. Kabupaten Tanah Laut menjadi salah satu wilayah penghasil karet di Kalimantan Selatan. Komoditi unggulan wilayah Kabupaten Tanah Laut salah satunya adalah karet, yang mana karet telah dibudidayakan secara turun temurun sejak jaman dulu dan sebagian besar merupakan usaha perkebunan yang dikelola oleh masyarakat secara pribadi. Mitra pada pengabdian masyarakat kali ini adalah para petani karet yang berada di desa Tambang Ulang Kabupaten Tanah Laut Kalimantan Selatan, yang mana petani karet disana biasanya hanya menjual hasil tani pada perusahaan-perusahaan karet yang ada di Banjarmasin. Dengan kondisi yang dihadapi para petani karet tersebut, maka penulis memberikan edukasi pemanfaatan media digital kepada petani karet agar bisa menasar masyarakat umum sebagai konsumen, untuk itu petani perlu mengolah karet yang telah disadap tersebut menjadi karet cair (lateks) terlebih dahulu sehingga karet tidak mengeras ketika dalam kemasan. Pemberdayaan petani ini bertujuan agar mereka tidak hanya bergantung pada perusahaan karet saja untuk menjual hasil kebunnya, tetapi juga mengedukasi bahwa hasil kebun juga bisa dipasarkan melalui media digital.

Kata kunci: petani karet, media digital, pemasaran

ABSTRACT

Indonesia As a country with large rubber production, many farmers depend on natural rubber products. In recent years, rubber has experienced a drastic decline in prices. Tanah Laut Regency is one of the rubber producing areas in South Kalimantan. One of the leading commodities in the Tanah Laut Regency is rubber, where rubber has been cultivated for generations since ancient times and most of it is a plantation business managed by the community personally. Partners in community service this time are rubber farmers who are in the village of Tambang Repeat, Tanah Laut Regency, South Kalimantan, where rubber farmers there usually only sell their agricultural products to rubber companies in Banjarmasin. With the conditions faced by the rubber farmers, the authors provide education on the use of digital media to rubber farmers so that they can target the general public as consumers, for that farmers need to process the tapped rubber into liquid rubber (latex) first so that the rubber does not harden when in packaging. This farmer empowerment aims to make them not only depend on rubber companies to sell their garden products, but also educate them that garden products can also be marketed through digital media.

Key Words: Rubber Farmers, Digital Media, Marketing

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan produksi karet yang besar, Indonesia memiliki banyak petani yang bergantung pada hasil karet alam. Meskipun beberapa tahun terakhir karet mengalami penurunan harga yang cukup drastis, ditambah dengan munculnya pandemic Covid19 yang ikut menghambat pertumbuhan ekonomi, banyak petani karet yang masih terpaksa bertahan ditengah anjloknya harga karet alam. Terbaru, Informasi yang di dapat RRI melalui kepala Dinas pertanian dan ketahanan pangan kabupaten Nias Fonaso Laoli menyebutkan bahwa hingga saat ini harga getah karet sudah mencapai 9.000 sampai 10.000 per kilogram. (RRI 2022, n.d.). Setelah sebelumnya harga karet alam hanya berada pada kisaran 3000 sampai 4000 per kilogramnya.

Di Kalimantan Selatan terdapat 9 buah pabrik pengolahan karet yang menjadi komoditas utama para petani karet menjual hasil kebunnya, yaitu terletak di Kota Banjarmasin (3 buah), Kabupaten Banjar (2 buah), Kabupaten Tapin, Hulu Sungai Tengah, Hulu Sungai Utara dan Tabalong. Produksi karet yang dihasilkan dalam bentuk Crumb Rubber (CR) dan Ribbed Smoked Sheet (RSS) (“POTENSI PERKEBUNAN,” n.d.). Kabupaten Tanah Laut menjadi salah satu wilayah penghasil karet di Kalimantan Selatan. Menurut data yang dihimpun dari <https://sippa.ciptakarya.pu.go.id/>, komoditi unggulan wilayah Kabupaten Tanah Laut adalah berupa karet dan kelapa sawit. Komoditi karet sudah dibudidayakan secara turun temurun sejak jaman dulu dan sebagian besar merupakan usaha perkebunan yang dikelola oleh masyarakat secara pribadi. Desa Tambang Ulang merupakan salah satu tempat perkebunan karet. Karet bisa didapati di daerah perbukitan dan gunung yang ada disana.

Mitra pada pengabdian masyarakat kali ini adalah para petani karet yang berada di desa Tambang Ulang Kabupaten Tanah Laut, yang mana sejak 2019, harga karet alam yang dihasilkan sangat anjlok dipasarkan, sementara petani karet disana hanya menjual karetnya pada perusahaan-perusahaan karet yang ada di Banjarmasin, yaitu perusahaan karet yang terletak disepanjang pesisir dermaga Banjar Raya. Harga yang dibeli perusahaan dari karet masyarakat tentu saja adalah harga terendah yang di tentukan oleh pemerintah, belum lagi petani harus merugi karena penyusutan kuantitas karet karena perlu menghabiskan waktu beberapa hari dari proses penyadapan, pengumpulan, kemudian dibawa ke Banjarmasin, lalu harus antri untuk ditimbang, Sehingga para petani karet hanya bisa pasrah dengan harga jual tersebut. Salah satu petani karet desa Tambang Ulang, Sibyan (28/02/2020) mengatakan, “saat ini petani karet disini hanya mengumpulkan karet untuk dijual dipabrik Banjar Raya saja”

Dengan kondisi yang dihadapi para petani karet tersebut, maka penulis menawarkan solusi untuk memberikan edukasi *marketplace* dan media social kepada para petani karet. Dimana hal tersebut bertujuan agar petani karet tidak hanya bergantung pada perusahaan karet saja untuk menjual hasil kebunnya, tetapi juga mengedukasi petani bahwa hasil kebun mereka juga bisa dipasarkan melalui *marketplace* maupun media social.

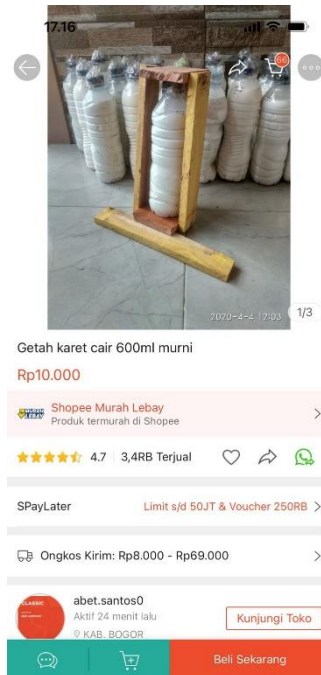
Agar bisa dijual melalui media digital, petani perlu mengolah karet yang telah disadap tersebut menjadi karet cair (lateks). Lateks adalah cairan getah yang didapat dari bidang sadap pohon karet. Cairan getah ini belum mengalami penggumpalan baik melalui penambahan atau tanpa penambahan antikoagulan (Ratismar, 2017). Proses penyadapan karet akan menghasilkan getah lateks segar yang manfaatnya sangat banyak untuk diolah berbagai bahan jadi. Berdasarkan hasil studi pendahuluan kepada salah satu petani karet,



Gambar 1. Perkebunan karet di desa Tambang Ulang

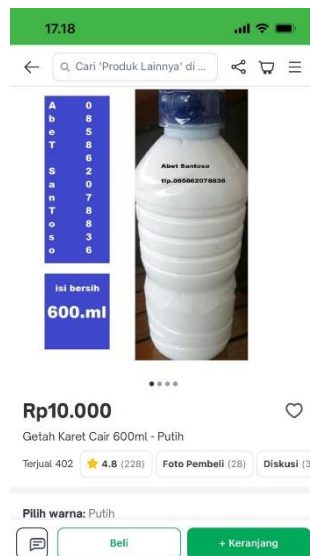
Sumber: dok.pribadi

Banyak petani yang tidak menyadari bahwa masyarakat umum lainnya juga banyak yang memerlukan karet cair murni. Getah karet Cair bermanfaat untuk alat-alat rumah tangga sebagai lem perekat barang, selang air, kasur busa, serta untuk pembuatan peralatan tulis menulis seperti karet penghapus, merekatkan mainan hingga bahan campuran pembuatan pulut (alat penangkap burung). Menilik pada *marketplace* Shopee, salah satu petani dengan nama toko *abet.santoso0* bahkan mampu menjual produk karet lateks hingga 3.400 botol isi 600ml dengan harga 10.000, bahkan beberapa seller lainnya ada yang menjual dengan harga Rp 20.000/600ml dan sudah terjual 590 botol (01/03/2020, 21.06 wita). Kemudian pada Aplikasi Tokopedia penjualan terbanyak oleh toko getah karet cair yang menjual hingga 402 botol isi 600ml (01/03/2020, 17.49 wita).



Gambar 2. Contoh Penjualan karet mentah pada *marketplace*

Sumber: *Shopee*



Gambar 3. Contoh Penjualan karet mentah pada *marketplace*

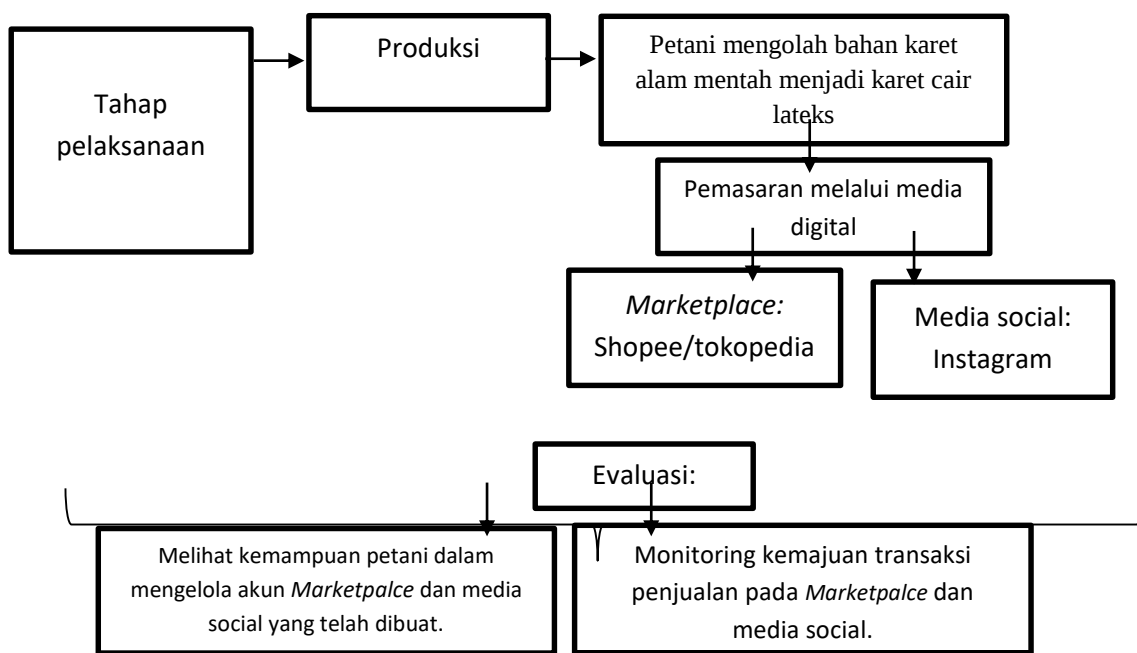
Sumber: *Tokopedia*

Kemudian, beralih pada media social, aplikasi Instagram menawarkan banyak keunggulan dalam mempromosikan produk hasil tani, pada media social. Sudah banyak contoh petani yang menjual hasil tani nya di media Instagram, seperti menjual tanaman hyroponix, menjual sayuran segar, dan sebagainya. Di Instagram, petani tidak hanya dapat menjual hasil panennya, tetapi juga dapat memproduksi konten berkaitan dengan

pertanian karet sebagai bahan referensi dan inspirasi bagi masyarakat. Penjualan karet lateks di Instagram bisa terbilang masih sedikit, sehingga ini bisa menjadi potensi petani karet Tambang Ulang sebagai pionir untuk memulai penjualan hasil karetnya melalui Instagram.

METODE

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, tim pengusul telah merancang metode pelaksanaan yang akan dilakukan bersama mitra terkait, yaitu dapat dilihat pada bagan berikut:



Bagan 1. Tahapan pelaksanaan

Pada bagan tersebut dapat diuraikan bahwa kelompok mitra bersama-sama memulai memproduksi karet alam mentah menjadi karet cair lateks, hal ini dilakukan agar dapat menjangkau target pasar, yakni masyarakat umum melalui *marketplace* dan media social. Kemudian setelah berhasil memproduksi karet cair lateks dengan kualitas baik, maka petani dapat menentukan harga jual untuk segera dipasarkan melalui *marketplace* dan media social. Pada tahap ini, tim PKM memberikan edukasi kepada kelompok petani karet mengenai penggunaan media tersebut, dengan membuat akun terlebih dahulu, bagaimana cara promosinya, hingga pada tahapan penjualannya (menerima pesanan, pengemasan produk, pengiriman melalui kurir).

Evaluasi akan dilakukan setelah kegiatan PKM selesai dilaksanakan. Pada tahap evaluasi, tim pengusul akan memonitor 2 poin:

1. Kemampuan petani dalam menggunakan media tersebut, sehingga akan diketahui kendala dan hambatan lainnya.

2. Kemajuan penjualan, memastikan petani dapat menjual produk dengan baik.

Diharapkan dengan adanya evaluasi, petani karet dapat termotivasi untuk meningkatkan penjualannya dari karet cair lateks, menjadi bahan setengah jadi ataupun bahan jadi lainnya yang berasal dari karet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemberdayaan Petani Karet Melalui Pemasaran Media Digital

Selama ini petani karet desa Tambang Ulang hanya menjual hasil tani mereka pada pabrik-pabrik besar yang ada di Kota Banjarmasin. Adanya kegiatan PKM pemberdayaan petani karet dalam menjual hasil tani melalui media digital ini diharapkan mampu membuka wawasan mereka agar dapat memperluas konsumen. Untuk itu, agar bisa dijual melalui media digital, terlebih dahulu petani perlu mengolah karet yang telah disadap tersebut menjadi karet cair, hal ini dilakukan agar pada saat pengemasan karet tidak membeku atau menggumpal. Karena jika karet sudah dalam keadaan menggumpal maka akan sangat sulit bagi konsumen dalam mempergunakannya dalam kebutuhan-kebutuhan lain.

Tim PKM bekerjasama dengan para petani dalam menguji karet alam yang baru saja ditoreh dengan campuran Amoniak liquid. Hal tersebut bertujuan agar karet selalu dalam keadaan cair selama berada didalam botol yang tertutup rapat. Setelah dilakukan ujicoba, maka dapat dihasilkan karet cair yang mampu bertahan lama.



Gambar 1: getah lateks

Sumber: dok.pribadi

Gambar diatas adalah salah satu produk hasil olahan tim PKM bersama petani yaitu produk karet yang sudah diolah menjadi bahan lateks yaitu karet getah alam yang dicampurkan dengan cairan amoniak. Cairan amoniak berfungsi untuk membuat getah tidak membeku atau menjadi padat. Masa percobaan dilakukan selama kurang lebih 2 bulan untuk memastikan keawetan dari produk tersebut. Pengemasan yang baik dan

campuran komposisi yang benar antara karet murni dan amoniak sangat berpengaruh terhadap keawetannya. Selain itu, karena dipasarkan melalui online, maka perlu diperhatikan oleh petani tentang packaging yang aman selama berada dalam pengiriman. Karena pada masa pengiriman, akan sangat riskan produk mengalami goncangan ataupun tertekan benda berat. Sehingga perlu memperhatikan keamanannya dengan menambahkan *bubblewrap* ataupun semacam gumpalan kertas yang bisa menahan produk dari tekanan luar.



Gambar 3. Penjualan produk melalui Shopee

Sumber. Dok pribadi 21/10/2022

Produk ini mulai diupload melalui akun shopee sejak tanggal 10 Agustus 2022. Hingga saat ini pertanggal 21/10/2022 telah terjual 11 botol karet cair dengan berat 200ml per botolnya.

Menurut petani karet, apabila karet dapat dijual dalam bentuk lateks cair seperti ini akan menghasilkan jauh lebih banyak keuntungan dan dapat meningkatkan harga jual karet alam mereka. “kami mau saja menjual produk karet olahan seperti ini, karena lebih banyak untungnya daripada dijual ke pabrik getah. Sambil belajar menjual lewat shopee dan Instagram. (Usup, 31/05/2022)”

Melalui *marketplace* dan media social tentunya dapat lebih banyak membantu petani dalam melakukan penjualan. Karena bisa diakses lebih mudah dan dapat menjangkau penjualan ke area yang lebih besar. Jika selama ini petani hanya mampu menjual karet kepada pabrik karet yang ada di Kota Banjarmasin, maka dengan mempelajari penggunaan *marketplace* dan media social diharapkan petani mampu memasarkan produknya secara nasional bahkan secara global.

Edukasi Penggunaan *Marketplace* Shopee Dan Media Social Instagram

Setelah masa percobaan pembuatan cairan lateks selesai, petani diajarkan tentang penggunaan aplikasi e-commers Shopee dan media social Instagram. Pada tahapan ini, para petani diberikan informasi terkait kelebihan berjualan melalui *marketplace* dan media social itu sendiri. Mereka juga diberi arahan tentang bagaimana memuat photo

yang menarik untuk dijual secara online, membuat caption yang menarik, membuat hashtag, merespon pembeli, hingga pengemasan produk yang baik dan benar.

Pelatihan pemasaran digital melalui Instagram dan Shopee dilaksanakan dalam setengah hari. Pelatihan setengah hari dipilih karena peserta memiliki pengetahuan dan wawasan terbatas mengenai internet dan pemanfaatannya khususnya pemasaran produk. Pelatihan dilakukan dalam 2 tahap. Tahap pertama adalah penjelasan materi baik mengenai pengenalan media sosial bagi pemasaran produk dan juga tentang tahapan penggunaannya untuk berjualan. Tahap yang kedua adalah praktik langsung para peserta membuat akun Instagram dan membuat sebuah post. Peserta mendapatkan pendampingan langsung agar memperoleh manfaat yang maksimal.

Pelaksanaan pengabdian pada sesi kedua adalah konsep pemasaran digital. Para petani karet harus mulai diperkenalkan dengan konsep pemasaran digital agar untuk menangkap pergeseran tren belanja masyarakat. Di Indonesia, masyarakat berbelanja online melalui beberapa platform, di antaranya media sosial dan *marketplace*. Salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk berbelanja adalah instagram. Oleh karena itu, para petani mulai harus diperkenalkan dengan konsep pemasaran di instagram untuk dapat menangkap kebutuhan para konsumen untuk berbelanja buah melalui instagram. Selain media sosial, masyarakat juga berbelanja melalui *marketplace*. Salah satu *marketplace* dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia adalah Shopee. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang bagi para petani untuk dapat memperluas pasar penjualan getah lateks. Sebab, dengan adanya pemasaran digital, pasar yang dapat dijangkau oleh para produsen bisa menjadi lebih luas.

Sebelumnya, petani kesulitan dalam menggunakan aplikasi online, selain karena mereka jarang menyentuh gadget, kendala lainnya adalah masih banyak dari mereka yang tidak memiliki *smartphone*. Sehingga ketika belajar menggunakan media sosial, beberapa dari mereka meminjam *handphone* anak-anaknya, atau keluarganya yang lain.



Gambar 4. Edukasi penggunaan *marketplace* dan media social

Sumber. Dok pribadi

Luaran yang Dicapai

Luaran yang dicapai saat ini adalah para petani mampu mengolah bahan karet alam mentah menjadi karet cair lateks sehingga dapat meningkatkan daya jual hasil tani karet. Kemudian, Petani mampu mendayagunakan media digital sebagai media jual hasil tani karet sehingga mereka bisa memasarkan karet cair lateks melalui *marketplace* dan media social.

SIMPULAN

Selama ini petani karet Desa Tambang Ulang hanya menjual karetnya pada perusahaan-perusahaan karet yang ada di Banjarmasin. Dengan kondisi yang dihadapi para petani karet tersebut, maka penulis menawarkan solusi untuk memberikan edukasi *marketplace* dan media social kepada para petani karet. Agar bisa menysasar masyarakat umum untuk menjual melalui media digital, petani perlu mengolah karet yang telah disadap tersebut menjadi karet cair (lateks). Dimana hal tersebut bertujuan agar petani karet tidak hanya bergantung pada perusahaan karet saja untuk menjual hasil kebunnya, tetapi juga mengedukasi petani bahwa hasil kebun mereka juga bisa dipasarkan melalui *marketplace* maupun media social.

Setelah masa percobaan pembuatan cairan lateks selesai, petani diajarkan tentang penggunaan aplikasi e-commers Shopee dan media social Instagram. Pada tahapan ini, para petani diberikan informasi terkait kelebihan berjualan melalui *marketplace* dan media social itu sendiri. Mereka juga diberi arahan tentang bagaimana memuat photo yang menarik untuk dijual secara online, membuat caption yang menarik, membuat hashtag, merespon pembeli, hingga pengemasan produk yang baik dan benar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih penulis ucapkan kepada LPPM Universitas Lambung Mangkurat dalam pendanaan PKM sesuai dengan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA) SP DIPA-023.17.2.677518/2022 Tanggal 27 Februari 2015. Terimakasih juga penulis ucapkan untuk para petani karet yang bekerjasama dengan baik dalam terlaksananya program PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I. R., & Herminiwati, H. (2014). Lateks karet alam untuk sol sepatu: Metode pembuatan, sifat mekanik dan morfologi. *Majalah Kulit, Karet, dan Plastik*, 30(2), 61-70.
- Ratismar, R. (2017). *PENGARUH PERBEDAAN JUMLAH LARUTAN AMONIA 2, 5% SEBAGAI ZAT ANTIKOAGULAN TERHADAP LAMANYA WAKTU*

PRAKOAGULASI LATEKS DAN SIFAT FISIK KOAGULUM YANG DIHASILKAN (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Rencana Strategis Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Lambung Mangkurat tahun 2020 – 2024

Penjualan Getah Karet, Artikel <https://rri.co.id/gunung-sitoli/ekonomi/1181182/harga-penjualan-getah-karet-naik-petani-karet-mulai-semangat> diakses 28/02/2022

Profil Kabupaten Tanah Laut,
[https://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_1479777478BAB_2_PROFILE_KABUPATEN_TALA -
_SESUAI_OUTLINE.pdf](https://sippa.ciptakarya.pu.go.id/sippa_online/ws_file/dokumen/rpi2jm/DOCRPIJM_1479777478BAB_2_PROFILE_KABUPATEN_TALA_-_SESUAI_OUTLINE.pdf) diakses 28/02/2022

Potensi Perkebunan, artikel <https://dpmpstsp.kalselprov.go.id/web/potensi-perkebunan/> diakses 28/02/2022