

**ANALISIS TRANSMISI HARGA TBS PETANI KELAPA  
SAWIT SWADAYA DI KECAMATAN PERANAP  
KABUPATEN INDRAGIRI HULU PROVINSI RIAU**

**OLEH:**

**CHANDRA RIVELDA**

**164210347**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2022**

TRANSMISI HARGA TBS PETANI KELAPA SAWIT  
SWADAYA DI KECAMATAN PERANAP KABUPATEN  
INDRAGIRI HULU PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA : CHANDRA RIVELDA

NPM : 164210347

JURUSAN : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM  
UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 27  
OKTOBER 2021 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG  
DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT  
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing



Herianto, SP., M.Si

Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Islam Riau

  
Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP

Ketua Program Studi  
Agribisnis

  
Sisca Vaulma, SP., MP

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN  
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 27 OKTOBER 2021

NO	NAMA	JABATAN	TANDATANGAN
1	Heriyanto, SP., M.Si	Ketua	1. 
2	Dr. Azharuddin, M. Amin, M.Sc	Anggota	2. 
3	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	3. 
4	Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si	Notulen	4. 

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## *Kata persembahan*

*Bismillahirohmanirrohim....*

*Sebuah langkah usai sudah, satu cita telah tercapai,  
Kubersujud dihadapanmu, engkau berikan kesempatan  
Sampai pada saat awal perjuanganku.*

*Segala puji bagi mu ya Allah...,*

*Alhamdulillah...,Alhamdulillahirobbil alamin*

*Sujud syukur ku persembahkan kepada-mu yang maha agung  
Atas rahmat dan karuniamu telah engkau jadikan aku  
manusia*

*Yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar  
Dalam menjalani hidup, semoga keberhasilan ini menjadi  
Satu langkah awal untuk meraih cita-cita besarku...*

*Kupersembahkan sebuah karya hasil ini teruntuk ayahanda  
( Adnan) dan ibundaku ( Rosmainar) tercinta, yang tiada  
henti memberiku semangat, Do'a, dorongan, nasehat, kasih  
sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku  
selalu kuat menjalani setiap rintangan...*

*Izinmu hadirkan keridhoanmu untukku, petuahmu  
tuntunkan jalanku, perjuangan serta tetesan do'a mu  
mudahkan urusanku dan senyuman hangatmu merangkul  
diriku menuju hari depan yang cerah, hingga diriku selesai  
studi sarjana.*

*Dalam setiap langkah aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan, meski belum semua itu ku raih insya allah atas dukungan, doa dan restu semua mimpi itu akan tercapai. Untuk itu kupersembahkan terimakasih kepada saudara sekandungku Srianto, Susanti, Mariati Spd, Noprizal, Martina Delvi, Doni dan Edi Warman Spd (Alm) yang telah bersedia memberi semangat, dukungan, doanya dan meluangkan waktu serta tenaga.*

*Terimakasih kasih ku ucapkan kepada teman-teman seperjuangan agribisnis angkatan 16 khususnya lokas D.*

*Chandra Rivelda*

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## ABSTRAK

**CHANDRA RIVELDA (164210347) Transmisi Harga TBS Petani Kelapa Sawit Swadaya Di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau di Bawah Bimbingan Bapak Heriyanto, SP., M.Si**

Kelapa sawit termasuk salah satu komoditas terbesar perkebunan yang memiliki peluang besar dalam menghasilkan pendapatan masyarakat di daerah Kecamatan Peranap, besar kecilnya pendapatan salah satunya di pengaruhi oleh harga TBS. Adapun penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis karakteristik petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, (2) Menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, (3) Menganalisis elastisitas transmisi harga TBS ditingkat petani kelapa sawit, pedagang besar kelapa sawit dan pabrik kelapa sawit (PKS) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Analisis data menggunakan analisis Deskriptif kuantitatif, Regresi linier sederhana dan Model nerlove. Penelitian ini dimulai dari bulan Maret sampai Agustus 2021. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 44 petani kelapa sawit swadaya, 3 pedagang besar dan 1 pabrik kelapa sawit (PKS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap rata-rata berada dalam usia produktif yaitu (45 Tahun), lama pendidikan yaitu (9 Tahun), pengalaman berusaha (10 Tahun) dan jumlah tanggungan keluarga (3 Jiwa). (2) Pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu terdapat satu saluran pemasaran (petani-pedagang besar-pabrik). Margin pemasaran TBS sebesar Rp. 450/kg dan Efisiensi pemasaran 12,74%. (3) Harga TBS tingkat petani di pengaruhi oleh harga pabrik, harga TBS pada pedagang respon terhadap harga TBS petani baik jangka pendek maupun jangka panjang sedangkan harga TBS dari pabrik tidak respon terhadap harga TBS petani baik jangka pendek dan jangka panjang dan harga TBS ditingkat pedagang di pengaruhi harga pabrik dan responsif terhadap harga TBS pedagang baik jangka pendek maupun jangka panjang.

**Kata Kunci:** *Petani Swadaya, Transmisi Harga, TBS, Kelapa Sawit*

## ABSTRACT

**CHANDRA RIVELDA (164210347) FFB Price Transmission for Independent Oil Palm Smallholders in Peranap District, Indragiri Hulu Regency, Riau Province Under the Guidance of Mr. Heriyanto, SP., M.Si**

Oil palm is one of the largest plantation commodities that has a great opportunity to generate income for the community in the Peranap District, the size of the income is influenced by the price of FFB. This study aims to: (1) analyze the characteristics of independent oil palm smallholders in Peranap Subdistrict, Indragiri Hulu Regency, (2) Analyze marketing channels, marketing margins and marketing efficiency of independent oil palm smallholders in Peranap Subdistrict, Indragiri Hulu Regency, (3) Analyze changes in prices (price transmission) at the level of oil palm farmers, palm oil wholesalers and palm oil mills (PKS) in Peranap District, Indragiri Hulu Regency. The method used in this research is a survey. Data analysis used simple linear regression analysis and Nerlove model. This research started from March to August 2021. The number of samples in this study were 44 independent oil palm smallholders, 3 wholesalers and 1 palm oil mill (PKS). The results of this study indicate that (1) Independent oil palm smallholders in Peranap District are on average in productive age (45 years), length of education (9 years), farming experience (10 years) and the number of family dependents (3 people) (2) Marketing of oil palm FFB in Peranap Subdistrict, Indragiri Hulu Regency, there is one marketing channel (farmer-big trader-factory). Marketing efficiency is 12.74% and FFB marketing margin is Rp. 450/kg. (3) The price of FFB at the farm level is influenced by the factory price, the price of FFB at the traders responds to the price of FFB from farmers both in the short and long term, while the price of FFB from the factory does not respond to the price of FFB from farmers both in the short and long term and the price of FFB at the trader level. influenced by factory prices and responsive to traders' FFB prices both in the short and long term.

**Keywords : Independent Smallholders, Price Transmission, FFB, Oil Palm**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Transmisi Harga TBS Petani Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, antara lain Bapak Heriyanto,SP.,M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam mengarahkan penulisan skripsi ini. Terima kasih kepada Ibu Dekan, Ketua jurusan, seluruh staf pengajar dan Karyawan Fakultas Petanian Universitas Islam Riau, rekan-rekan, orang tua serta semua pihak yang telah memberikan bimbingan, motivasi, kritik serta saran.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun apabila terdapat kekurangan semua itu di sebabkan oleh kemampuan yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi penelitian ini bermanfaat bagi kita semua. *Amin Ya Rabbal Alamin.*

Pekanbaru, Januari 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4. Ruang lingkup Penellitian.....	9
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1. Karakteristik Petani.....	10
2.1.1. Umur.....	10
2.1.2. Lama Pendidikan.....	11
2.1.3. Pengalaman Usahatani.....	12
2.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	12
2.2. Pemasaran Pertanian.....	12
2.2.1. Saluran Pemasaran.....	13
2.2.2. Margin Pemasaran.....	16
2.2.3. Efisiensi Pemasaran.....	17
2.3. Pembentukan Harga dan Transmisi Harga.....	18
2.3.1. Pembentukan Harga.....	19
2.3.2. Transmisi Harga.....	20
2.4. Penelitian Terdahulu.....	25
2.5. Kerangka Pemikiran.....	34
2.6. Hipotesis.....	36

<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian .....	37
3.2. Teknik Pengambilan Sampel .....	39
3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data.....	39
3.4. Konsep Operasional.....	39
3.5. Analisis Data.....	41
3.5.1. Karakteristik Petani .....	41
3.5.2. Analisis Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran TBS Kelapa Sawit Swadaya Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu .....	41
3.5.3. Analisis Besar Perubahan Harga (Transmisi Harga) TBS Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu .....	44
<b>BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELIAN .....</b>	<b>49</b>
4.1. Geografis .....	49
4.2. Keadaan Penduduk .....	49
4.3. Mata Pencarian Penduduk .....	50
4.4. Lama Pendidikan Penduduk.....	51
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
5.1. Karakteristik Petani .....	53
5.1.1. Umur .....	53
5.1.2. Lama Pendidikan .....	54
5.1.3. Pengalaman Berusahatani .....	55
5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga .....	56
5.2. Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran .....	58
5.2.1. Saluran Pemasaran.....	58
5.2.2. Margin Pemasaran .....	59
5.2.3. Efisiensi Pemasaran.....	60
5.3. Transmisi Harga .....	61
5.3.1. Harga Ditingkat Petani (Pf) .....	62
5.3.2. Harga Ditingkat Pedagang (Pw) .....	63

<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
6.1. Kesimpulan.....	65
6.2. Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>



Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan, Produksi dan Persentase Pertumbuhan Produksi Kelapa Sawit Provinsi Riau Pada Tahun 2015-2019 .....	3
2. Luas Lahan, Produksi dan Persentase Pertumbuhan Produksi Kelapa Sawit Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau Tahun 2015-2019 .....	4
3. Luas Lahan, Produksi dan Persentase Pertumbuhan Produksi Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau Pada Tahun 2018-2019 .....	5
4. Perkembangan Harga TBS dan Pertumbuhan Harga Provinsi Riau Pada Tahun 2015-2019 .....	6
5. Jumlah Sampel Petani Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Pranap kabupaten Indragiri Hulu .....	37
6. Jumlah Penduduk di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu 2021 .....	49
7. Distribusi Mata Pencaharian Penduduk Berdasarkan Pekerjaan di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, Tahun 2021 .....	50
8. Distribusi Tingkat Pendidikan Penduduk di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, Tahun 2021 .....	50
9. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Umur (Tahun) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....	52
10. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Lama Pendidikan (Tahun) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....	53
11. Karakteristik Petani Menurut Pengalaman Berusahatani (Tahun) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu .....	55
12. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.....	56
13. Margin Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu .....	58
14. Efisiensi Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indagiri Hulu.....	59
15. Hasil Pendugaan Parameter Harga di Tingkat Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap 2021 .....	60
16. Hasil Pendugaan Parameter Harga di Tingkat Pedagang Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap 2021.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Saluran Pemasaran .....	7
2. Alur Kerangka Pemikiran Operasional Penelitian .....	34
3. Saluran Pemasaran .....	57



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....	70
2. Daftar Harga TBS di Terima petani Pertanggal di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Pada Bulan April – Mei 2021 ....	72
3. Daftar Harga TBS di terima Pedagang Pertanggal di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Pada Bulan April – Mei 2021 .....	74
4. Alokasi Biaya Pemasaran TBS di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....	76
5. Hasil Analisis Regresi Harga Kelapa Sawit tingkat Petani di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....	77
6. Analisis Regresi Harga Tingkat Pedagang di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....	81
7. Scaterplot Harga Tingkat Petani di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....	84
8. Scarterplot Harga Tingkat Pedagang di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu 2021 .....	85
9. Poto Dokumentasi Penelitian di Lapangan .....	86

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumberdaya alam Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian di sektor pertanian. Sektor pertanian berperan penting dalam menyongsong perekonomian sehingga perlunya memberikan perhatian lebih oleh instansi-instansi terkait untuk bisa meningkatkan taraf ekonomi yang lebih baik kedepannya. Besarnya peran sektor pertanian bukan hanya dilihat dari kenyataan bahwa sebagian besar rakyat Indonesia hidup dari usaha mengelolah pertanian, tetapi sektor pertanian juga mampu memberikan kontribusi yang berpeluang besar dalam membantu pendapatan nasional.

Dalam pengelolaan pertanian terdapat petani pola swadaya yang merupakan petani yang mengusahakan atau mengelola kebun dengan pola swadaya dengan biaya sendiri dan usaha sendiri mulai dari pengadaan sarana dan prasarana produksi yang di butuhkan hingga pemasaran hasil panen kelapa sawit yang berupa tandan buah segar. Pemasaran tandan buah segar oleh petani swadaya ke pabrik kelapa sawit melalui lembaga pemasaran yang mana petani harus melalui pedagang pengumpul dan pedagang besar sehingga mempengaruhi harga yang akan di terima petani kelapa sawit pola swadaya tersebut.

Komoditas pertanian terutama kelapa sawit adalah komoditi perkebunan yang memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian dan pertanian di Indonesia terutama di bagian pulau Sumatra. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya taraf hidup petani, menciptakan lapangan pekerjaan, serta meningkatkan devisa negara. Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas

perkebunan yang sangat penting di Indonesia. Kelapa sawit adalah primadona ekspor non migas, oleh karena itu komoditi ini selalu menjadi pilihan yang cukup banyak pengusaha dalam menanamkan modalnya (Syahza, 2008).

Provinsi Riau merupakan salah satu daerah sentral produksi kelapa sawit di Indonesia yang terus menerus mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam waktu beberapa tahun terakhir ini. Hal ini dapat dilihat dengan adanya peningkatan luas areal perkebunan dari tahun ke tahun dimana pada tahun 2015 luas lahan kelapa sawit Provinsi Riau yaitu sebesar 2.423.801 Ha sampai dengan tahun 2019 menjadi 2.537.375 Ha atau mengalami peningkatan sebesar 4,69%. Kondisi tempat dan tersedianya lahan yang bagus serta sesuai untuk lahan perkebunan kelapa sawit turut mendukung Riau menjadi salah satu daerah pengembangan kelapa sawit.

Provinsi Riau merupakan salah satu daerah yang potensial untuk dikembangkan perkebunan kelapa sawit, karena kriteria tumbuhnya tanaman kelapa sawit telah memenuhi secara geografis yang sesuai untuk tumbuh dan dibudidayakan kelapa sawit. Pemerintah daerah Riau mengembangkan mulai dari sektor pertanian khususnya perkebunan yang merupakan salah satu alternatif dalam menyoong perekonomian di pedesaan dengan komoditi utama kelapa sawit. (Edram, dkk, 2007).

Sub sektor perkebunan dikembangkan beberapa komoditas salah satunya adalah komoditas kelapa sawit. Kelapa sawit mulai ditanam di Indonesia pada tahun 1848 di Kebun Raya Bogor. Perkebunan kelapa sawit mulai diusahakan kembali sebagai usaha komersil sejak tahun 1960 oleh perkebunan besar dan pada



akhir tahun 1970 telah diperkenalkan kembali kepada masyarakat melalui perkebunan kelapa sawit PIR atau NES (Direktorat Jendral Perkebunan, 2015).

Kelapa sawit juga berpengaruh terhadap taraf hidup masyarakat yang mengembangkan tanaman tersebut serta juga berpengaruh terhadap lingkungan di sekitar dimana tanaman tersebut di kembangkan sehingga tanaman tersebut sangat bermanfaat dari berbagai sisi dimana dapat kita lihat perkembangannya pada suatu daerah.

Berikut data luas lahan, produksi dan persentase peningkatan Produksi kelapa sawit di Provinsi Riau pada tahun 2015-2019 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan, Produksi dan Persentase Pertumbuhan Produksi Kelapa Sawit Provinsi Riau Pada Tahun 2015-2019.

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton/Thn)	Pertumbuhan (% /Thn)
1	2015	2.423.801	7.841.947	
2	2016	2.425.138	7.777.069	-0,82
3	2017	2.423.801	7.777.659	0,01
4	2018	2.489.957	7.683.535	-1,21
5	2019	2.537.375	7.466.260	-2,82

Sumber: BPS Provinsi Riau (2020)

Pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa luas lahan tertinggi pada tahun 2019 sebanyak 2.537.375 Ha dengan memproduksi tandan buah segar (TBS) sebanyak 7.466.260 Ton/Tahun dan persentase peningkatan produksi TBS pada tahun 2015-2019 yang mengalami peningkatan berada pada rentang waktu tahun 2016-2017 dengan persentase peningkatan sebesar 0,01%. Pada tabel 4 dapat dilihat lebih banyak penurunan produksi dari pada peningkatan produksi, Sedangkan luas lahan kelapa sawit Provinsi Riau yang terendah dari tahun 2015-2019 berada tahun 2017 sebanyak 2.423.801 Ha dengan memproduksi tandan buah segar (TBS) 7.777.659 Ton.

Ada beberapa Kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki luas areal perkebunan kelapa sawit salah satunya Kabupaten Indragiri Hulu yang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Riau yang memiliki luas lahan kelapa sawit yang cukup luas. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini.

Berikut data luas lahan, produksi dan persentase peningkatan produksi kelapa sawit di Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau tahun 2015-2019 yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Lahan, Produksi dan Persentase Pertumbuhan Produksi Kelapa Sawit di Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau Tahun 2015-2019.

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton/Thn)	Pertumbuhan (%/Thn)
1	2015	118.969	423.636	
2	2016	118.969	428.959	1
3	2017	117.820	424.022	-1
4	2018	118.969	286.243	-3
5	2019	118.969	469.273	63

Sumber: BPS Provinsi Riau (2020)

Pada Tabel 2 dapat diketahui di kabupaten indragri hulu pada tahun 2019 memiliki luas lahan yang paling tinggi di bandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 118.969 Ha dengan di ikuti peningkatan produksi tandan buah segar (TBS) sebanyak 469.273 Ton/Tahun dan persentase peningkan produksi tertinggi terjadi pada tahun 2018-2019 sebesar 63% dalam kurun waktu lima tahun sebelumnya.

Kecamatan Peranap merupakan salah satu daerah di kabupaten indragiri hulu yang yang memiliki luas lahan perkebunan kelapa sawit yang cukup tinggi. hal dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini. Berikut luas lahan, produksi dan pertumbuhan di Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau pada tahun 2015-2019 yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas Lahan, Produksi dan Persentase Pertumbuhan Produksi berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau Pada Tahun 2019.

No	Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton/Thn)	Pertumbuhan (%/Thn)
1	Peranap	1.492	4.798	1.98
2	batang peranap	3.545	12.576	2.92
3	Seberida	8.995	37.556	2.92
4	batang cenaku	11.552	48.621	2.92
5	batang gangsal	6.954	30.249	2.92
6	Kelayang	1.007	4.208	2.90
7	rakit kulim	3.201	13.561	2.92
8	pasir penyu	1.422	5.761	2.91
9	Lirik	2.73	12.136	2.92
10	sungai lala	1.132	4.549	1.70
11	lubuk batu jaya	8.634	37.811	2.91
12	rengat barat	1.628	6.936	2.91
13	rengat	342	771	2.86
14	kualu cenaku	1.194	3.126	2.91

Sumber: BPS Kabupaten Indragiri Hulu ( 2020)

Pada Tabel 3 Menjelaskan bahwa Kabupaten Indragiri Hulu memiliki 14 Kecamatan yang menjadi sentra produksi kelapa sawit yang cenderung meningkat. Pertumbuhan luas lahan dan produksi yang meningkat salah satu diantaranya yaitu kecamatan Peranap. Kecamatan Peranap merupakan salah satu Kecamatan yang memiliki luas lahan tertinggi ke lima dengan memiliki luas lahan 1.492 Ha dan Produksi 4.798 Kg/Tahun dari 14 kecamatan yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu. Dengan luas lahan yang tinggi Kecamatan Tapung Hilir mampu menghasilkan produksi setiap tahunnya.

Dengan meningkatnya luas lahan, produksi TBS tentu saja berpengaruh terhadap harga TBS petani baik ketika terjadi peningkatan produksi maupun pengurangan produksi pada waktu tertentu. hal ini untuk memanimalisir kerugian petani karna harga yang selalu di tetapkan oleh pemerintah tidak sepenuhnya diberikan oleh pedagang besar dan penetapan harga oleh pemerintah sebagai pedoman bagi petani untuk mengetahui harga setiap waktu. Lebih jelasnya dapat

di lihat pada tabel 4 dibawah ini.

Tabel 4. Perkembangan Harga TBS Provinsi Riau pada Tahun 2015-2019.

No	Tahun	Harga (Rp/Kg)	Pertumbuhan (%/Thn)
1	2015	1.618,73	
2	2016	1.330,35	-17,82
3	2017	1.646,05	23,74
4	2018	1.787,14	8,58
5	2019	1.851,86	3,63

Sumber: Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Riau 2020

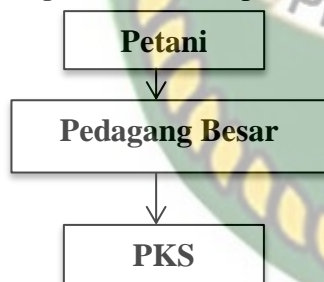
Pada Tabel 4 dapat dilihat pada perkembangan Harga TBS di Provinsi Riau selama lima tahun mengalami perubahan harga TBS yang turun naik dimana harga TBS pada tahun 2015 sampai ke 2016 mengalami penurunan harga TBS - 17,82% dan pada tahun berikutnya yaitu pada tahun 2016 sampai 2019 mengalami perubahan harga mengalami kenaikan secara terus menerus. Kenaikan harga yang tertinggi selama lima tahun terakhir terjadi pada tahun 2017 sebesar 23,74%. Harga yang di tetapkan pemerintah merupakan kesepakatan hasil rapat yang di laksanakan oleh dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan di Provinsi Riau harga yang di tetapkan berdasarkan umur tanaman kelapa sawit.

Dalam pemasaran komoditas pertanian transmisi harga dari pasar konsumen ke pasar produsen relatif rendah hal ini merupakan indikator yang menggambarkan terdapat kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada pedagang. Hal ini karena pedagang memiliki kekuatan monopsoni atau oligopsoni dimana dapat mengendalikan harga beli ke petani untuk memaksimalkan keuntungan. Begitu juga apabila jika terjadi kenaikan harga di tingkat konsumen maka dapat pedagang meneruskan kenaikan harga tersebut kepada petani secara tidak sempurna dengan kata lain kenaikan harga yang di diterima petani lebih rendah dibandingkan harga yang dibayarkan PKS Pola transmisi harga ini tidak lagi

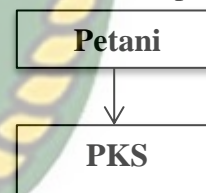
menguntungkan bagi petani karena harga di tingkat PKS tidak semuanya dapat di nikmati petani sebaliknya jika terjadi penurunan harga (Irawan, 2007).

Kegiatan pemasaran kelapa sawit di daerah penelitian di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu ini telah melibatkan berbagai pihak dalam kegiatan bisnis seperti petani sebagai produsen TBS, pedagang besar sebagai pembeli TBS petani dan PKS tempat pengolahan TBS menjadi CPO yang di beli dari pedagang. Dengan adanya perbedaan saluran pemasaran hal ini tentu saja adanya perbedaan harga yang di terima karna terdapat biaya yang harus di keluarkan setiap saluran. Ini sesuai ungkapan Downey dan Erikson (1992) bahwa kegiatan pemasaran merupakan suatu sistem yang melibatkan berbagai bisnis yang membentuk fungsi pemasaran. Adapun saluran pemasaran yang terjadi pada umumnya terdapat 2 saluran pemasaran seperti yang di tampilkan pada gambar 1 kelapa sawit di daerah penelitian.

Saluran pemasaran kelapa sawit I.



Saluran pemasaran kelapa sawit II.



Gambar 1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran TBS yang berlaku pada suatu daerah penelitian ini terdapat masalah perbedaan harga yang di terima petani dan pedagang besar yang akan berpengaruh terhadap pendapatan petani, saluran pemasaran petani kelapa sawit petani swadaya sudah berlangsung cukup lama sehingga belum di ketahui apakah saluran pemasaran ini apakah sudah efektif atau belum bagi petani sawit pola swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu harga yang

diterima oleh petani sangat jauh dari harga yang ditetapkan oleh PKS atau Pemerintah sehingga hal ini berdampak pada kesejahteraan petani, hal ini diduga keuntungan tertinggi diperoleh para pedagang bukan petani. Berdasarkan uraian yang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Transmisi Harga TBS Petani Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

### **1.2. Rumusan Masalah Penelitian**

Dari uraian di atas tersebut, maka rumusan masalah yang dapat dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
2. Bagaimana saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
3. Bagaimana elastisitas transmisi harga TBS ditingkat petani, pedagang besar, dan pabrik kelapa sawit (PKS) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari uraian masalah dan latar belakang secara umum Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transmisi harga TBS petani kelapa sawit swadaya, adapun secara spesifik tujuan penelitian ini :

1. Menganalisis karakteristik petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

2. Menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.
3. Menganalisis elastisitas transmisi harga TBS ditingkat petani kelapa sawit, pedagang besar dan pabrik kelapa sawit (PKS) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai gambaran dan informasi bagi:

1. Bagi Pemerintah dalam mengambil suatu keputusan dalam membuat suatu kebijakan untuk meningkatkan pendapatan petani kelapa sawit serta pendapatan daerah.
2. Sebagai informasi bagi petani kelapa sawit swadaya dalam berusaha kelapa sawit.
3. Sebagai pengalaman bagi penulis serta menambah wawasan untuk diterapkannya ilmunya dalam berusahatani dan mendapatkan gelar Strata satu (S1).
4. Dapat berguna bagi peneliti selanjutnya sebagai bahan gambaran atau informasi.

#### **1.4. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini menganalisis pemasaran kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu. Pada penelitian ini petani kelapa sawit swadaya sebagai objek dalam penelitian ini dan juga lembaga pemasaran. Adapun lembaga pemasaran seperti pedagang yang menjadi objek yaitu pedagang besar dan pabrik kelapa sawit (PKS).

Penelitian ini menganalisis masalah karakteristik petani swadaya, saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan transmisi harga di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu. Data yang digunakan pada penelitian data primer dan sekunder yang digunakan nantinya untuk menganalisis tujuan penelitian di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu terdapat satu saluran pemasaran antara lain mulai dari Petani-pedagang besar- pabrik kelapa sawit (PKS).

Peneliti mengambil perubahan harga TBS ditingkat harga petani, pedagang besar dan tingkat PKS. Dalam penelitian ini peneliti mengambil harga perharinya selama 60 hari atau selama 2 bulan. Peneliti mengambil harga TBS perhari karena untuk mempermudah mengetahui besar perubahan harga TBS ketika terjadinya kenaikan dan penurunan harga TBS di setiap tingkat lembaga.

Penelitian mempunyai batasan dimana dalam penelitian ini hanya mengkaji kegiatan pemasaran mulai dari petani sampai ke pabrik kelapa sawit dimana harga penjualan pabrik keluar dan biaya yang dikeluarkan pabrik dalam pemasaran tidak di analisis.



## BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Karakteristik Petani

#### 2.1.1. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani, umur bisa dijadikan tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja dimana dalam kondisinya umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal (Hasyim, 2006).

Umur seseorang akan menentukan kualitas kerja dan kinerjanya orang tersebut semakin payah pekerjaan secara fisik maka semakin lama tenaga kerja akan semakin menurun pula hasilnya. Akan tetapi dalam hal tanggung jawab semakin lama umur tenaga kerja tidak akan berdampak karena malah semakin berpengalaman (Suratiah, 2008).

#### 2.1.2. Lama Pendidikan

Lama pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumberdaya alam yang tersedia (Kartasapuetra, 1994). Mereka yang berpendidikan tinggi akan relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi inovasi. Begitu pula sebaliknya mereka yang berpendidikan rendah akan sulit menerima adopsi inovasi dengan cepat (Soekartawi, 2005).

Menurut Hasyim (2006) tingkat pendidikan formal yang dimiliki petani akan menunjukkan tingkat pengetahuan serta wawasan yang luas untuk petani untuk

menerapkan apa yang di perolehnya untuk peningkatan usahatani.

### **2.1.3. Pengalaman Usahatani**

Pengalaman seseorang dalam usahatani sangat berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar di dalam mengadakan suatu penelitian lamanya berusahatani diukur mulai sejak kapan petani itu aktif secara mandiri mengusahakan usahatanya tersebut sampai diadakan penelitian (Fauzi, 1991).

Belajar dengan mengamati pengalaman petani lain sangat penting karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan dari pada dengan cara mengolah sendiri informasi yang ada Misalnya seorang petani dapat mengamati dengan seksama dari petani lain yang lebih mencoba sebuah inovasi baru dan ini menjadi proses belajar secara sadar Mempelajari pola perilaku baru bisa juga tanpa disadari (Soekartawi, 2002).

### **2.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga**

Menurut Hasyim (2006) semua tanggungan keluarga merupakan faktor yang butuh diperhatikan dalam menetapkan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani melakukan banyak kegiatan dalam mencari dan menambah pemasukan keluarga.

Kondisi demikian sangat beralasan karna tuntutan kebutuhan rumah tangga dengan uang tunai yang sangat tinggi sehingga petani harus waspada dalam bertindak yang berkaitan dengan kebiasaan yang baru yang terhadap kebutuhan keluarga, Jumlah tanggungan keluarga yang besar seharusnya memberikan semangat yang kuat untuk berusahatani secara maksimal dengan menggunakan teknologi modern sehingga akan mendapatkan pendapatan (Soekartawi, 2002).

## 2.2. Pemasaran Pertanian

Pemasaran pertanian adalah jalan aliran komoditi yang di sertai perpindahan hak milik dan pecipta guna waktu, guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi fungsi pemasaran (Sudiyono, 2001).

Produk pertanian umumnya bersifat: Produksi musiman, selalu segar, mudah rusak, jumlahnya banyak tapi nilainya relative sedikit, lokal serta spesifik yang tidak bisa diproduksi di semua tempat. Oleh karena itu sering sekali terjadi harga produksi pertanian yang dipasarkan menjadi naik turun. Dalam hal ini yang sering dirugikan adalah petani atau produsen (Soekartawi, 1991).

Pemasaran merupakan semua aktivitas manusia yang di arahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran, proses kebutuhan melibatkan kerja dimana penjual harus mencari calon pembeli, menemukan dan memenuhi kebutuhan, memberi kepuasan mereka, mengangkut, menyimpan serta mempromosikan produk tersebut ( Wijaya, 1997).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan produktif yang menciptakan kegunaan (utility) yaitu menciptakan barang dan jasa menjadi lebih berguna. Kegunaan pemasaran yang di ciptakan yang meliputi kegunaan bentuk (form utility), kegunaan tempat (place utility), kegunaan waktu (time utility) dan kegunaan kepemilikan (possession utility) pemasaran dalam kegunaan waktu (time utility) yaitu pemasaran yang menyebabkan produk tersedia sesuai pada waktu yang di inginkan (Nur Baladina, 2010).

Menurut prinsip syariah umat islam pemasaran harus di landasi dengan syariat islam seperti halnya dilarang melakukan tindakan yang bertentangan

dengar agama. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling meridhoi, sebgaimana firman Allah Ta'ala,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (29)

Artinya: ”Wahai orang orang yang beriman janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang bathil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha dan jangan kalian membunuh diri-diri kalian sesungguhnya allah itu maha kasih sayang kepada kalian” (QS. An-Nisa ayat 29).

Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil. Hal tentang pemasaran atau jual beli juga dijelaskan dalam ALQUR’AN (Qs. At-Taubah:111) berikut:

فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ طَّوْعًا ﴿٥٦﴾ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَى مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنْفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنْ لَهُمُ الْجَنَّةَ ۚ يُقْتُلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْفُرْءَانِ ۚ وَمَنْ أَوْفَى بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بَبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mikmin diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah; lalu mereka membunuh atau terbunuh. (itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al-Qur’an. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar*”.

### 2.2.1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling berhubungan yang terlibat dalam satu sistim untuk menjadikan suatu produk atau

jasa tersedia untuk digunakan atau di konsumsi. Saluran pemasaran melaksanakan tugas pemindahan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu untuk mengatasi kesenjangan tempat,waktu dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang orang yang membutuhkan atau menginginkan (Kotler, 2002).

Bentuk pola saluran pemasaran sama dengan pendapat (Assauri, 1990) dapat dibedakan menjadi dua saluran antara lain: 1.saluran langsung dan 2.saluran tidak langsung. Saluran langsung yakni produsen langsung menjual ke konsumen dan saluran tidak langsung yakni petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen.

Panjang pendeknya suatu saluran pemasaran yang dilewati bagi suatu hasil komoditas pertanian tergantung pada beberapa aspek Antara lain.

1. Jarak waktu produsen dan konsumen, makin jauh jarak waktu produsen dan konsumen maka makin panjang saluran pemasaran yang di tempuh oleh produk.
2. Cepat atau tidaknya produk rusak, produk yang cepat rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran pemasaran yang pendek dan cepat.
3. Ukuran produksi bila produksi berlangsung dengan ukuran ukuran kecil maka jumlah yang di dihasilkan berukuran kecil pula hal ini akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar.
4. Keadaan keuangan pengusaha, produsen yang keadaan keuangannya kuat mengarah untuk memperpendek saluran pemasaran (Rahim dkk, 2007).

### 2.2.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu perbedaan harga yang di bayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen serta dapat juga di dengan nilai nilai dari semua jasa jasa yang di pakai dalam semua kegiatan pemasaran di mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir (Limbong dan Sitorus, 1987), sedangkan margin pemasaran merupakan perbedaan harga antara harga di tingkat petani (Pf) sama harga di tingkat pengecer (Pr) menurut (Dahl and Hammon, 1977).

Analisis margin pemasaran merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui distribusi biaya serta setiap kegiatan pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga di terima petani atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari pelaku pemasaran yang ikut dalam pemasaran. Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat efisien pemasaran tandan buah segar (TBS) margin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga jual dengan harga beli di setiap lembaga. Besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan dari semua biaya pemasaran dan keuntungan yang di dapatkan lembaga pemasaran. Secara matematis margin pemasaran di hitung dengan formulasi sebagai berikut. (Tomeck and Robinson, 1990, Sudiyono, 2001).

$$MP_i = P_{ri} - P_{fi}$$

$$M_{pi} = \sum B_i + \sum K_i$$

$$\sum K_i = MP_i - \sum B_i$$

Dimana:

$MP_i$  = Marjin pemasaran TBS pada pedagang ke-i (Rp/Kg)

$P_{ri}$  = Harga jual TBS pada pedagang ke-i (Rp/Kg)

$P_{fi}$  = Harga beli TBS pada petani ke-i (Rp/Kg)

$\sum B_i$  = Jumlah biaya yang di keluarkan lembaga-lembaga pemasaran  
1( $B_1, B_2, B_3 \dots B_n$ )

$\sum K_i$  = Jumlah keuntungan yang di peroleh lembaga-lembaga pemasaran  
( $K_1, K_2, K_3 \dots K_n$ )

Sehingga di per oleh total marjin pemasaran (MP) sebesar

$$MP = \sum_{i=1}^n MP_i$$

### 2.2.3. Efisiensi Pemasaran

Tingkat produktivitas pada suatu sistem pemasaran ditentukan dengan tingkat efisiensi dan efektivitas di dalam seluruh kegiatan fungsional sistem pemasaran dan menentukan kinerja operasi serta proses sistem dimana sistem pemasaran sehingga dapat dilihat dari terselenggaranya integrasi vertical dan integrasi horizontal yang kuat sehingga terjadinya pembagian nilai yang adil dari rasio nilai tambah yang ada yang tercipta dengan biaya yang di keluarkan dalam semua kegiatan produktif pada masing masing pelaku. Dari sistem pemasaran tersebut disebut juga dengan saluran pemasaran atau saluran distribusi (Said dan Intan, 2004).

Rumus analisis yang digunakan untuk menghitung efisiensi pemasaran antara lain:

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Dimana:

EP : Efisiensi Pemasaran

TBP: Total Biaya Pemasaran

TNP: Total Nilai Produk Pada Harga Beli Pada Konsumen Akhir

Bila nilai  $EP < 50\%$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  di tolak. Artinya pemasaran TBS di daerah penelitian sudah efisien dan bila nilai  $EP \geq 50\%$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima hal ini mengartikan pemasaran di daerah penelitian belum efisien.

Rumus analisis ini menjelaskan ketika ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa terjadinya pemasaran yang tidak efisien atau ketika terjadinya harga jual produk yang dominan kecil maka dapat di artikan pemasaran yang tidak efisien dan ketika semakin kecil biaya pemasaran maka suatu pemasaran akan semakin efisien (Soekartawi, 2002).

Pengukuran efisiensi suatu sistem dapat di lakukan dari berbagai sudut pandang, selain itu dengan perbandingan dengan nilai total biaya dengan nilai produk, dapat juga dengan sebaran Ratio Margin (RPM) dalam setiap lembaga pemasaran dan biaya yang di keluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang bersangkutan. (Azzaino, 1982 dalam Wahyudi, 2004). Sehingga dapat di ketahui saluran pemasaran yang paling efisien. Salah satu syarat pemasaran di katakan efisien bila:

- Marjin keuntungan setiap saluran kecil ( $<50\%$ )
- Ratio margin keuntungan (RPM) tiap saluran menyebar rata



## 2.3. Pembentukan Harga dan Transmisi Harga

### 2.3.1. Pembentukan Harga

Manusia merupakan makhluk ekonomi yang akan selalu bersifat rasional dan memiliki tujuan untuk memaksimalkan keuntungan (*profit maximization*), oleh karena itu dalam setiap komoditas pertanian yang diperdagangkan oleh pedagang tersebut akan menambahkan unsur margin keuntungan. Umumnya perilaku pembentukan harga dan margin keuntungan oleh para pedagang tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$P = M + C + \pi \quad (1)$$

$$\pi = P - M - C \quad (2)$$

Harga jual (P) adalah penjumlahan dari komponen biaya input (M), biaya penambahan nilai (C) dan margin keuntungan ( $\pi$ ), dimana biaya input meliputi pembelian bahan utama produksi. Biaya penambahan nilai (*added value costs*) dapat berupa (i) biaya pengolahan untuk mengubah bentuk; (ii) biaya penyimpanan untuk menambah nilai dari segi perbedaan waktu; dan (iii) biaya distribusi untuk menambah nilai karena perpindahan barang (Nicholson 2004).

Harga komoditas yang terbentuk pada level pengguna/konsumen sangat tergantung pada efisiensi dari kegiatan distribusi tersebut. Efisiensi dari kegiatan distribusi komoditas atau dikenal dengan istilah „tata niaga“ sangat dipengaruhi oleh panjang pendeknya mata rantai distribusi dan besarnya margin keuntungan yang ditentukan oleh setiap mata rantai distribusi. Semakin pendek mata rantai distribusi dan semakin kecil margin keuntungan, maka kegiatan distribusi tersebut semakin efisien, selain itu efisiensi kegiatan distribusi komoditas juga dipengaruhi oleh kondisi sektor transportasi. Masalah terhadap sektor transportasi yang

mengakibatkan terjadinya peningkatan biaya dan jangka waktu penyaluran akan berdampak negatif terhadap efisiensi distribusi. Masalah tersebut salah satunya armada, menurunnya keadaan infrastruktur, masalah bencana alam seperti banjir dan tanah longsor, untuk itu efisiensi distribusi komoditas perlu didukung oleh efisiensi sektor transportasi (Prastowo *et al.* 2008).

Dalam pasar harga ditentukan oleh bertemunya penawaran dan permintaan barang. (Setyowati, 2003), Pasar persaingan sempurna didefinisikan sebagai suatu struktur paasar yang mempunyai ciri–ciri sebagai berikut :

1. Di pasar terdapat banyak penjual dan pembeli, dimana masing-masing penjual dan pembeli tidak dapat memperngaruhi harga dipasar. Banyaknya penjual dan pembeli di pasar mencerminkan kecilnya bagian bagian setiap penjual dalam menghasilkan barang dibandingkan keseluruhan yang dihasilkan pasar.
2. Semua penjual menghasilkan barang yang identik (homogen) dimana barang yang dihasilkan produsen benar – benar serupa sehingga konsumen dapat membeli dari penjual mana saja tanpa khawatir produk antar penjual ada perbedaan.
3. Setiap pasar mudah masuk dan keluar pasar.
4. Setiap pembeli dan penjual memiliki informasi yang sempurna mengenai pasar. pembeli dianggap mengetahui tingkat harga yang berlaku beserta perubahan – perubahannya

### **2.3.2. Transmisi Harga**

Dinamika jangka pendek harga komoditas pertanian di daerah konsumen pada umumnya memiliki pola yang sama dengan dinamika harga daerah produsen karena permintaan yang di hadapi petani di daerah produsen merupakan permintaan turunan di daerah permintaan di daerah konsumen. Jika terjadi

kenaikan harga di pasar konsumen akibat naiknya permintaan maka pedagang akan terus meneruskan kenaikan harga tersebut kepada petani sehingga harga di pasar produsen juga mengalami peningkatan. Akan tetapi proses transmisi harga harga mulai dari pasar konsumen ke pasar produsen tidak sempurna dan selalu bersifat asimetris dimana jika terjadi kenaikan harga di tingkat konsumen maka kenaikan harga tersebut diteruskan kepada petani secara lambat dan tidak sempurna. Sehingga pola transmisi harga seperti ini menyebabkan fluktuasi harga di tingkat konsumen cenderung lebih tinggi dibanding di tingkat harga produsen dan perbedaan fluktuasi harga semakin besar apabila transmisi harga yang terjadi semakin tidak sempurna (Irawan, 2007).

Akibat posisi tawar yang lemah, terikat dengan berbagai kendala yang dihadapi, maka proses transmisi harga tersebut yang bersifat asimetris dimana penurunan harga konsumen diteruskan kepada petani secara cepat dan sempurna, sebaliknya kenaikan harga diteruskan secara lambat dan tidak sempurna. Konsekuensinya adalah petani seringkali mengalami tekanan harga dan ketidakpastian pendapatan petani relative tinggi akibat fluktuasi harga yang tinggi. Tidak adanya hubungan langsung secara institusional diantara pelaku agribisnis menyebabkan kaitannya fungsionalnya yang harmonis tidak terbentuk dan setiap pelaku agribisnis hanya memikirkan kepentingannya sendiri, tanpa menyadari bahwa mereka saling membutuhkan dan saling tergantung untuk dapat mengembangkan usahanya. Struktur agribisnis yang demikian menyebabkan terbentuknya margin ganda akibat rantai pemasaran yang panjang sehingga ongkos produksi yang harus dibayar konsumen menjadi lebih mahal, sementara masalah transmisi harga dan informasi pasar yang tidak sempurna tidak dapat

dihindari akibat adanya kesetaraan posisi tawar, terutama antara petani dan pedagang (Suharyanto, 2005).

Analisis transmisi harga bertujuan untuk mengetahui hubungan jarak harga di tingkat pasar produsen dengan harga ditingkat konsumen sehingga dapat digambarkan berapa tinggi perubahan harga di tingkat pasar produsen melalui hubungan tersebut secara tidak langsung dapat diperkirakan bagaimana keefektifan suatu informasi pasar dan dapat digunakan untuk melihat bagaimana bentuk struktur apakah bersaing secara sempurna atau tidak (George and King dalam Kaban, 2004).

Elastisitas transmisi harga merupakan nisbah perubahan relative harga di tingkat petani (Pf) terhadap perubahan relatif harga di tingkat pedagang (Pr) (George King, 1971 dalam Sentosa 2001). Secara matematis elastisitas transmisi harga dirumuskan sebagai berikut:

$$E_{ti} = \frac{\frac{\partial P_{fi}}{P_f}}{\frac{\partial P_{ri}}{P_{ri}}} = \frac{\partial P_{fi}}{\partial P_{ri}} \times \frac{P_{ri}}{P_{fi}}$$

Menurut Rasyidin et al, 2006 secara umum hasil estimasi dari estimasi model dari persamaan garis regresi yang telah diestimasi dengan menggunakan metode ordinary least square (OLS) dituliskan:

$$Y = b_0 + b_1 X$$

Dimana  $\beta_0$  adalah intercept dan  $\beta_1$  merupakan slope. Koefisien  $\beta_1$  adalah derivative dari Y responnya terhadap X yaitu:

$$b_i = \frac{dy_i}{dx_i}$$

Yang menunjukkan perubahan di dalam Y karena perubahan jumlah yang kecil di dalam X. Hal ini jelas bahwa jika fungsi estimasi adalah linier maka

koefisien  $\beta_1$  bukan merupakan elastisitas harga, tetapi merupakan komponen dari elastisitas yang di definisikan dengan formula:

$$E_{ti} = \frac{dy_i}{dx_i} \times \frac{x_i}{y_i}$$

$b_i$  adalah komponen  $\frac{dy_i}{dx_i}$ , maka dari fungsi estimasi akan di hasilkan elastisitas rata-rata sebagai berikut:

$$E_{ti} = b_i \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}_i}$$

Menurut asumsi yang di bangun dalam model penelitian ini maka di peroleh:

$$E_{ti} = b_i = \frac{P_{ri}}{P_{fi}}$$

Adalah:

$E_{ti}$  = Elastisitas transmisi harga ke i (%)

$P_{fi}$  = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

$P_{ri}$  = Harga di tingkat lembaga-lembaga pemasaran (Rp/Kg)

$\partial P_r$  = Perubahan harga di tingkat lembaga-lembaga pemasaran

$\partial P_f$  = Perubahan harga di tingkat petani

Besarnya elastisitas transmisi harga terhadap harga tandan buah segar (TBS) petani swadaya dengan menggunakan analisis linier sederhana (Priyanto, 2010) sebagai berikut:

$$P_f = b_0 + b_1 P_r + e$$

$$b_1 = \frac{n \sum p_{ri} p_{fi} - (\sum p_{ri})(\sum p_{fi})}{\sqrt{\{n \sum p_{ri}^2 - (\sum p_{ri})^2\} \{n \sum p_{fi}^2 - (\sum p_{fi})^2\}}}$$

Dimana:

$b_0$  = Intersept

$b_1$  = Koefisien transmisi harga (Rp/Kg)

$P_f$  = Harga rata-rata di tingkat petani (Rp/Kg)

$P_{ri}$  = Harga rata rata masing-masing tingkat pedagang (Rp/Kg)

Dalam penelitian ini pola persamaan secara bertingkat pada penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga tingkat petani ( $P_f$ ) di pengaruhi oleh harga di tingkat pedagang ( $P_w$ ) Pabrik ( $P_{fc}$ ) dan harga petani hari lalu ( $P_{ft-1}$ ).

Fungsi:  $P_w = f(P_w, P_{fc}, P_{ft-1})$

Persamaan:  $P_f = b_0 + b_1 P_w + b_2 P_{fc} + b_3 P_{ft-1} + e$

1.  $P_f = f(P_w)$

$$E_{ti} = \frac{\frac{\partial P_f}{\partial P_w}}{\frac{\partial P_f}{\partial P_{ri}}} = \frac{\partial P_f}{\partial P_{ri}} \times \frac{P_{ri}}{P_f}$$

2.  $P_f = f(P_{fc})$

$$E_t = \frac{\frac{\partial P_f}{\partial P_{fc}}}{\frac{\partial P_f}{\partial P_{rc}}} = \frac{\partial P_f}{\partial P_{rc}} \times \frac{P_{rc}}{P_f}$$

3.  $P_f = f(P_{ft-1})$

$$E_t = \frac{\frac{\partial P_f}{\partial P_{ft-1}}}{\frac{\partial P_f}{\partial P_{t-1}}} = \frac{\partial P_f}{\partial P_{t-1}} \times \frac{P_{ft-1}}{P_f}$$

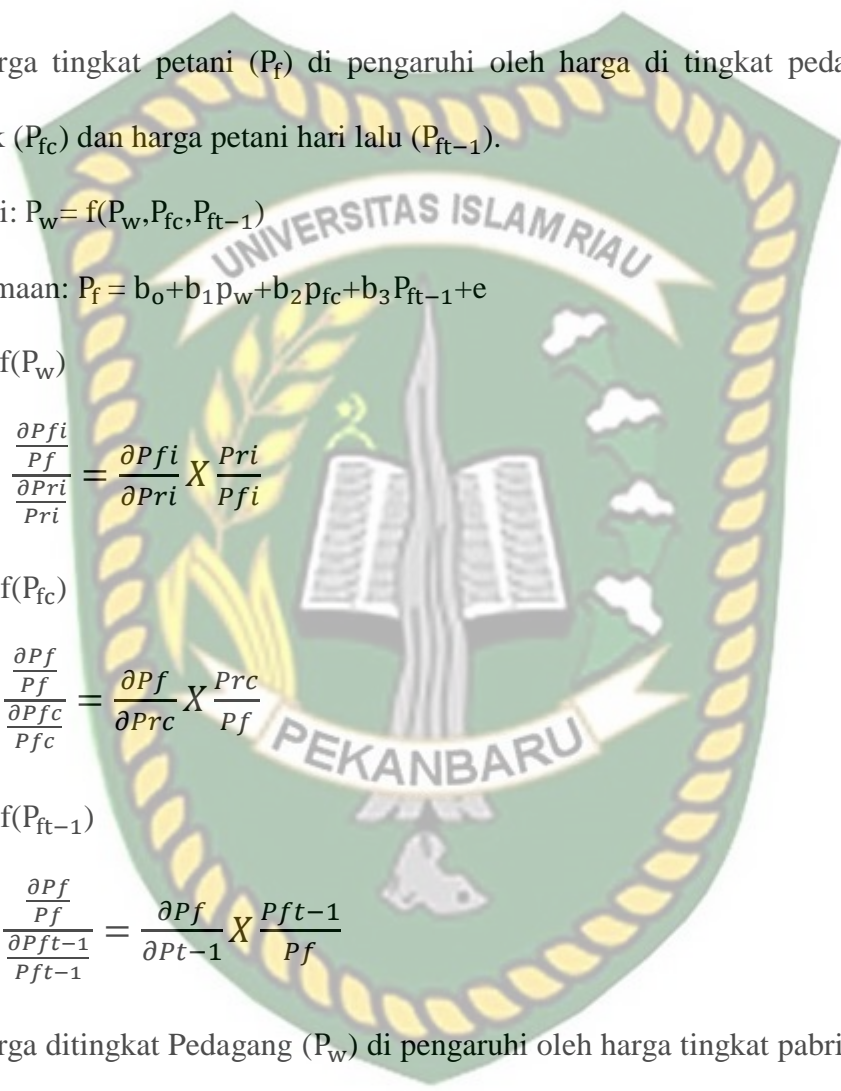
2. Harga ditingkat Pedagang ( $P_w$ ) di pengaruhi oleh harga tingkat pabrik ( $P_{fc}$ ) dan harga pedagang hari lalu ( $P_{wt-1}$ )

Fungsi:  $P_w = f(P_{fc}, P_{wt-1})$

Persamaan:  $P_w = b_0 + b_1 P_{fc} + b_{wt} P_{wt} + e$

1.  $P_w = f(P_{fc})$

$$E_t = \frac{\frac{\partial P_w}{\partial P_{fc}}}{\frac{\partial P_w}{\partial P_{fc}}} = \frac{\partial P_w}{\partial P_{fc}} \times \frac{P_{fc}}{P_w}$$



$$2. P_w = f(P_{wt-1})$$

$$E_t = \frac{\frac{\partial P_w}{P_w}}{\frac{\partial P_{wt-1}}{P_{wt-1}}} = \frac{\partial P_w}{\partial P_{wt-2}} X \frac{P_{wt-1}}{P_w}$$

Dimana:

$P_f$  = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

$P_{fw}$  = Harga di tingkat pedagang (Rp/Kg)

$P_{fc}$  = Harga di tingkat pabrik (Rp/Kg)

$P_{ft-1}$  = Harga di tingkat petani sebelumnya (Rp/Kg)

$P_{wt-1}$  = Harga di tingkat pedagang sebelumnya (Rp/Kg)

#### 2.4 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian Romadon (2014) dengan judul "Analisis Efisiensi Tataniaga Kelapa Sawit Tandan Buah Segar" mengetahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit sebagai berikut saluran pertama adalah petani kelapa sawit-pedagang kecil-pedagang besar-pabrik kelapa sawit (PKS) sedangkan saluran pemasaran ke dua adalah petani kelapa sawit-pedagang besar-pabrik kelapa sawit(PKS). Dari ke dua saluran pemasaran tersebut bahwa saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran ke dua yakni petani kelapa sawit-pedagang besar –pabrik kelapa sawit(PKS).

Menurut hasil penelitian Setiawan (2011) Analisa Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar(TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya di Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan. Dengan tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk menyelidiki saluran pemasaran, pemasaran margin TBS kelapa sawit dan (2) untuk mengetahui bagian yang di terima oleh petani, korelasi atau hubungan antara harga kelapa sawit

dibayar oleh PKS dengan harga yang di terima serta pengaruh perubahan harga kelapa sawit di PKS standar dengan harga standar swadaya petani. Penelitian ini metode yang digunakan peneliti adalah metode survei dan sampling dari penelitian ini adalah 32 petani swadaya dengan usia tanaman kelapa sawit antara 10-15 tahun dilakukan secara purposive sampling sedangkan untuk pedagang dan PKS dilakukan oleh snow ball. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data untuk tabulasi data yang di peroleh. Analisa di sajikan dalam bentuk deskriptif. Berdasarkan hasil yang di peroleh di kelurahan sorek satu, terdapat satu saluran pemasaran yang bersifat homogen pada pemasaran TBS kelapa sawit oleh petani swadaya.

Dari satu saluran pemasaran di sorek satu dan rata-rata margin pemasaran data untuk tahun 2010 adalah Rp.245,25, sedangkan pangsa pasar petani adalah 87%. Korelasi nilai harga dari swadaya petani standar dengan PKS standar harga adalah 0.976 dan transmisi harga berdasarkan nilai koefisien regresi dari  $b_1$  adalah 0.88. Peneliti menyimpulkan bahwa: di kelurahan sorek satu terdapat satu saluran pemasaran dan bersifat homogen pada pemasaran TBS kelapa sawit oleh petani swadaya yakni dari petani pedagang pengumpul-PKS harga terendah ditingkat pedagang Rp.1.149,21 dan harga tertinggi di tingkat pedagang yaitu Rp.1.674,96. Sedangkan harga ditingkat PKS kondisi harga terendah berada pada harga Rp 1.924,66.

Rata-rata harga ditingkat pedagang selama tahun 2010 adalah Rp.1.545,66. Margin pemasaran selama penelitian tepatnya pada minggu ke dua bulan Desember 2010 adalah sebesar Rp.250.00 dan bagian yang diterima petani adalah 87%. Nilai korelasi harga antara harga di tingkat petani dengan harga di tingkat



PKS adalah sebesar Rp. 0,976. Nilai elastisitas transmisi harga jarak harga di tingkat petani dan PKS yang di peroleh adalah sebesar Rp.0,884.

Berdasarkan hasil penelitian Lestari (2009) dengan judul Analisis transmisi harga kelapa sawit dari pabrik kelapa sawit (PKS) ke petani swadaya di desa pantai raja kecamatan perhentian raja kabupaten kampar. Penelitian ini bertujuan: Menganalisis besarnya margin pemasaran antara PKS dengan petani, Menganalisis korelasi atau hubungan antara harga kelapa sawit yang dibayarkan PKS dengan harga yang diterima petani, Menganalisis pengaruh perubahan harga kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Pengambilan sampel menggunakan metode Sampel Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*) dimana sampel Pabrik Kelapa Sawit yang terdapat di desa Pantai Raja dan 10% pedagang pengumpul dari populasi pedagang pengumpul yang ada di Pabrik Kelapa Sawit.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Margin pemasaran rata-rata dari PKS ke petani swadaya di desa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar selama periode Juli 2008 sampai dengan Juni 2009 adalah sebesar Rp 226,91. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,998 yang mendekati 1, menunjukkan keeratan hubungan yang tinggi antara harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat produsen. Nilai elastisitas transmisi harga sebesar 0,995 (lebih kecil dari satu) mengindikasikan bahwa transmisi harga yang terbentuk antara pasar produsen (petani) dengan pasar konsumen (PKS) masih lemah.

Menurut hasil penelitian saudara Nugroho (2015) Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai Kartanegara( Studi Kasus

Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Kutai) Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui saluran pemasaran TBS kelapa sawit, (2) Untuk mengetahui share atau bagian yang diterima petani dan masing-masing lembaga pemasaran, (3) Untuk mengidentifikasi permasalahan yang di hadapi petan lokasi tersebut. Saluran pemasaran yang terdapat di kecamatan muara kutai ada dua, yaitu saluran pemasaran dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat.

Untuk saluran dua tingkat, lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pemilik surat pengantar buah (SPB). Sedangkan pada saluran tiga tingkat terdapat pedagang pengumpul, pedagang perantara dan pemilik SPB. Bagian yang di terima pada saluram pemasaran dua tingkat untuk petani adalah sebesar 76,15%, pedagang pengumpul 17,96% dan pemilik SPB sebesar 5,88%, sedangkan saluran tiga yang di terima petani sebesar 73,55%, pedagang pengumpul sebesar 17,65%, pedagang perantara sebesar 2,94% dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Ada tiga pemasalahan utama yang di hadapi petani kelapa sawit di kecamatan kutai (1) Harga yang tidak stabil (2) input produksi sukar di peroleh dan (3) peran kelompok tani belum optimal.

Menurut hasil penelitian Tibrani (2017) dengan judul Analisis Sistem Pemasaran Ikan Pati Segar Desa Koto Masjid ke daerah tujuan pemasan penelitian ini bertujuan. (1) Untuk menganalisi saluran pemasaran ikan patin segar. (2) Sistem pemasaran ikan patin segar. (3) Efisiensi pemasaran ikan patin segar desa koto masjid ke daerah pemasaran, metode penelitian ini menggunakan metode survey dengan sampel penelitian sebanyak 30 orang petani ikan patin di desa koto masjid, penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif Kualitatif dan Kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran ikan patin segar desa koto masjid terdiri dari dua saluran yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung. Selanjutnya sistem pemasaran ikan patin segar meliputi biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada pasar pekanbaru, yaitu biaya pemasaran sebesar Rp.5.687,50/kg, margin pemasaran sebesar yaitu Rp.7.500,00/kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.5.812,50/kg. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa pemasaran ikan patin segar ke pasar air tiris, pasar bangkinang dan pasar pekanbaru sudah efisien hal tersebut dilihat dari nilai *fish farmer share* untuk ketiga daerah tujuan pemasaran yang lebih besar dari nilai marketing margin. Sehingga dapat di simpulkan pemasaran ikan patin segar yang terdapat di desa koto masjid sudah efisien.

Hasil penelitian Yantu et al (2010) Meneliti tentang pasar kakao biji pedesaan Sulawesi tengah dengan pasar dunia menunjukkan bahwa adanya kenaikan harga kakao biji ditransmisikan secara rill ke setiap harga-harga kakao biji di pusat pasar palu selanjutnya kenaikan harga kakao ekspor di pusat pasar ditransmisikan ke harga kakao biji di pasar domestic Kabupaten secara nyata tapi peningkatan harga kakao biji di pasar palutidak ditransmisikan ke harga kakao biji di tingkat petani. Berdasarkan koefisien elastisitas harga, transmisi perubahan harga dari harga tingkat dunia hingga harga di tingkat petani berfluktuasi serta transmisi tersebut tidak nyata lagike harga tingkat petani sehingga peningkatan harga dunia hanya di nikmati oleh eksportir di kota palu dan pedagang di pasar domestic Kabupaten.

Transmisi peningkatan harga terbesar pusat pasar palu, pasar domestic kabupaten mengisyaratkan rantai tataniaga antar kedua tingkatan pasar tersebut adalah sngat pendek di bandingkan dengan rantai tataniaga yang di lalui oleh petani sampai ke pedagang kecamatan di pasar domestic kabupaten sehingga konsekuensinya dari banyaknya rantai tataniaga yaitu tingginya biaya transportasi.

Hasil penelitian Nurhajjah (2017) Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar(TBS) Kelapa Sawit Rakyat Melalui KUD Dan Non KUD Di Desa Bukit Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar. Adapun tujuan dari penelitian: (1) Karakteristik petani dan pedagang kelapa sawit dan profit KUD di desa bukit kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar (2) Saluran dan lembaga pemasran,fungsi pemasran,biaya margin,Keuntungan dan efisiensi pemasaran kelapa sawit di Desa Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut (1) Umur petani kelapa sawit melalui KUD rata-rata 46,53 tahun dan non KUD rata rata umur 47,83 tahun. Rata-rata umur pedagang pengumpul 41 tahun dan rata-rata umur pengumpul 41 tahun dan rata-rata umur pedagang besar 36,67 tahun.(2) Lembaga dan saluran pemasaran yang terlibat yakni KUD dan non KUD adalah petani KUD,pedagang pengumpul,pedagang besar dan PKS. Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran yang meliputi: fungsi pembelian, fungsi penjualan, pengangkutan, penyimpanan, permodalan, penanggungan resiko, informasi pasar, standarisasi, dan grading. (3) Margin pemasaran TBS melalui KUD sebesar Rp.422,00/kg, total biaya Rp.158,000/kg, keuntungan pemasaran Rp.264,00/kg dengan efisiensi 7,92%. Sedangkan petani pemasaran melalui non KUD pada pedagang pengumpul dengan margin Rp.151,00/kg, total biaya

pemasaran Rp.50,27/kg, keuntungan Rp.100,72/kg. Pedagang besar dengan margin Rp.266,00/kg, total biaya pemasaran Rp.120,5/kg, keuntungan Rp.14,4/kg, pemasaran yang dilaksanakan oleh petani kelapa sawit melalui KUD dan non KUD di Desa Bukit Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar yang lebih efisien yakni pemasaran kelapa sawit melalui KUD. Hasil  $t(2 \text{ tailed})$  sebesar  $(0.038) < 0.05$  maka  $H_0$  di tolak berarti rata-rata kedua kelompok berbeda.

Hasil penelitian pratama (2014) Analisis saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit pada petani swadaya di Desa simpang Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu dengan tujuan penelitian ini (1) saluran, margin pemasaran dan bagian di terima petani, (2) sambungan atau korelasi antara harga minyak sawit yang di bayarkan kepada petani organisasi PKS, metode survey yang digunakan dengan purposive sampling untuk petani. Sampel dari umur tanaman 7-10 tahun dengan mengambil 10% dari populasi sehingga sampel 22 dari 216 petani. Sampel pedagang dan PKS menggunakan metode snow ball sampling. Desa simpang kelayang kecamatan kelayang terdapat tengkulak yang menjadi perantara petani-pedagang-PKS. Pedagang menjual ke PKS untuk Rp.1.790,64 Kg. Margin Maret 2014-Februari 2015 adalah bulan tertinggi Januari 2015 sebesar Rp.420,26 /Kg margin terendah di April 2014 sebesar Rp. 125,40/Kg TBS pemasaran efisiensi dalam Februari 2015 sebesar 14,28 persen dari total margin pemasaran dari USD 464,28/Kg dan bagian dari petani menerima 73,03 persen. Nilai korelasi harga ( $r$ ) ditingkat petani dan pedagang sebesar 0.832.

Hasil penelitian Sasmi (2013) yang berjudul “Analisis Pemasaran Bahan Olahan Karet Rakyat di Kabupaten Kuantan Singingi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi pemasaran bahan olahan karet rakyat, transmisi harga, dan integrasi pasar di Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian menggunakan metode survey untuk mengumpulkan data primer dan sekunder, untuk menganalisis data dan digunakan analisis margin dan analisis regresi berganda mengacu pada model Nerlove.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran karet yang paling efisien ditentukan pada saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani yang tergabung dalam kelompok pemasaran bersama melalui sistem lelang. Nilai elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa harga ditingkat petani cukup responsif terhadap perubahan harga ditingkat pedagang baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Respon harga ditingkat pedagang akibat perubahan harga ditingkat pabrik baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang juga cukup baik. Namun harga ditingkat pabrik tidak begitu responsive terhadap perubahan harga FOB baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis integrasi pasar menunjukkan bahwa pasar ditingkat petani dan pedagang terintegrasi sempurna, dimana perubahan harga pada satu pasar diikuti oleh perubahan harga pada pasar yang lain dengan proporsi yang relatif sama. Walaupun struktur pasar mengarah ke bentuk oligopsoni namun proses transaksi lebih menunjukkan perilaku pasar bersaing sempurna. Hal ini disebabkan oleh hubungan yang baik antara petani dengan pedagang.

Tety, dkk. (2013) penelitian yang berjudul “Analisis Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya di

Desa Sari Galuh Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar”. Tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis (1) Saluran pemasaran, margin pemasaran TBS kelapa sawit dan bagian harga yang diterima oleh petani ; (2) Korelasi atau hubungan antara harga kelapa sawit yang dibayarkan PKS dengan harga yang diterima oleh petani swadaya; (3) Pengaruh perubahan harga (elastisitas transmisi harga) kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani swadaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan Pada Desa Sari Galuh Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar hanya terdapat satu saluran pemasaran TBS Kelapa Sawit pada petani swadaya atau bersifat homogen. Margin pemasaran rata-rata dari PKS ke petani swadaya di Desa Sari Galuh Kecamatan Tapung selama periode tahun 2011 adalah sebesar Rp 223,12 dan bagian yang diterima petani adalah Rp. 85,05%. Nilai korelasi harga untuk ditingkat petani dengan harga ditingkat pedagang adalah sebesar Rp.0,983 yang artinya bahwa nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang tinggi antara harga ditingkat PKS 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. Nilai transmisi harga antara harga ditingkat petani dan pedagang diperoleh adalah  $b_1 (0,999)$  atau  $b_1 < 1$  dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat PKS akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,999% ditingkat petani atau dapat juga diartikan bahwa perubahan harga ditingkat petani sebesar 99.9% dipengaruhi oleh perubahan harga ditingkat PKS.

## 2.5 . Kerangka Pemikiran

Pemasaran hasil perkebunan merupakan suatu kegiatan menyampaikan suatu hasil dari produsen awal sampai ke konsumen akhir dengan melalui jalur yang dinamakan pemasaran. Pemasaran hasil perkebunan melalui beberapa jalur lembaga pemasaran, panjang pendeknya saluran pemasaran dilihat seberapa banyaknya lembaga pemasar yang akan dilewatinya. Panjang pendeknya jalur pemasaran dilihat dari beberapa lembaga pemasaran mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir yang akan berpengaruh terhadap harga hasil pekebunan tersebut.

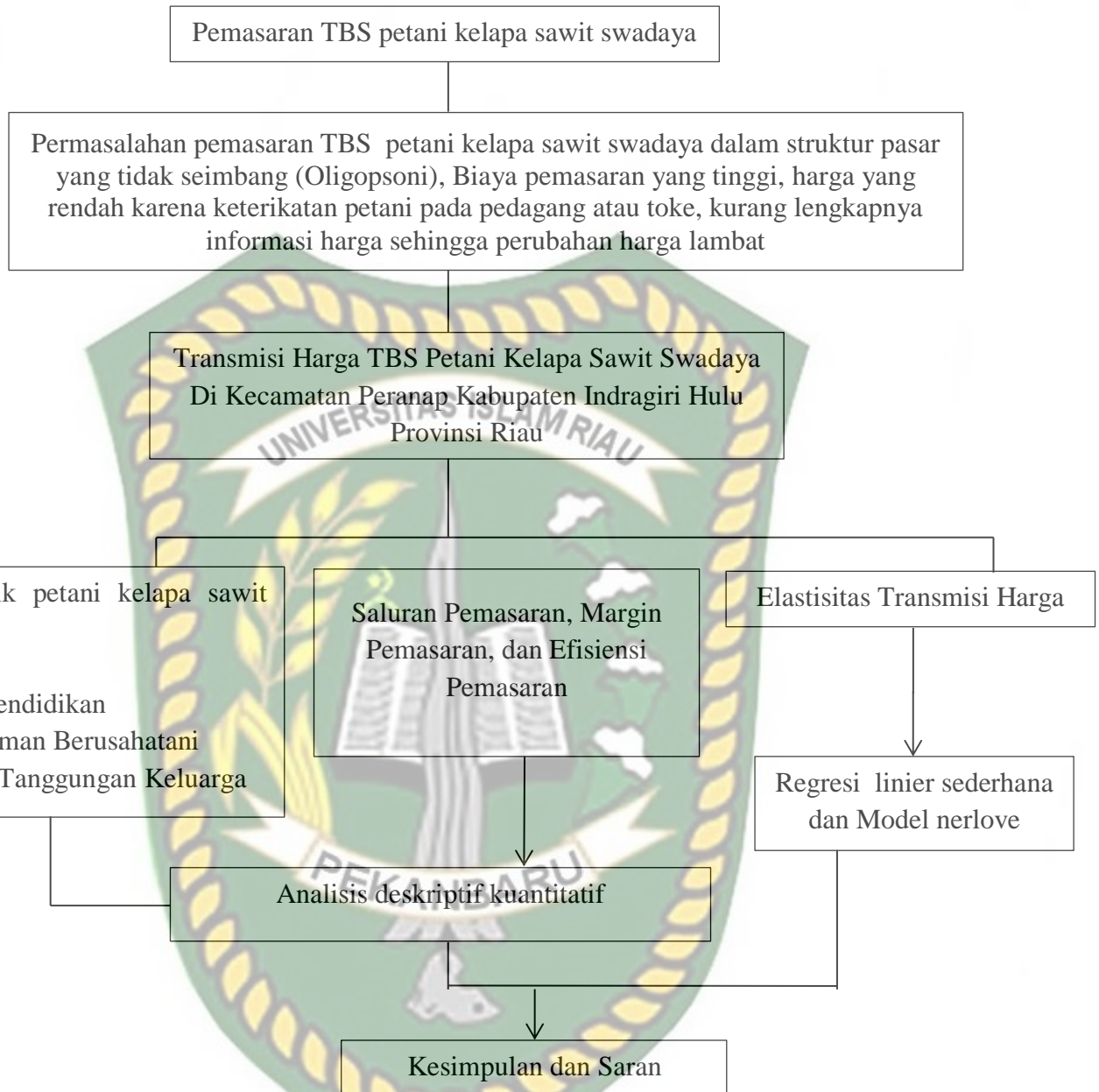
Harga merupakan nilai yang diberikan untuk mendapatkan barang atau jasa. Peneliti mengambil perubahan harga TBS ditingkat harga petani, pedagang besar dan tingkat PKS. Dalam penelitian ini peneliti mengambil harga perharinya selama 60 hari atau selama 2 bulan. Peneliti mengambil harga TBS perhari karena untuk mempermudah mengetahui besar perubahan harga TBS ketika terjadinya kenaikan dan penurunan harga TBS di setiap tingkat lembaga.

Permasalahan yang di hadapi petani kelapa sawit dalam pemasaran TBS petani kelapa sawit swadaya sering terjadinya struktur pasar yang tidak seimbang, biaya pemasaran yang tinggi, keterikatan petani terhadap pedagang/toke dan kurang lengkapnya informasi harga TBS sehingga perubahan harga lambat sampai ke petani. Dalam pemasaran hasil perkebunan transmisi harga relatif rendah hal ini di karenakan lembaga pemasaran ingin memaksimalkan keuntungan. Pola transmisi harga seperti ini tidak lagi menguntungkan bagi petani karna kenaikan harga ditingkat konsumen akhir tidak sepenuhnya dapat dinikmati petani.



Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik petani kelapa sawit swadaya yang meliputi umur, lama pendidikan, pengalaman usahatani dan jumlah tanggungan keluarga serta untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran. Untuk mengetahui elastisitas transmisi harga menggunakan analisis regresi linear sederhana dan model Nerlove. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat di Gambar 2 di bawah ini.





Gambar 2. Alur Kerangka Pemikiran Operasional penelitian.

## 2.6 .Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus di uji secara empiris, berdasarkan teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya maka hipotesis yang di dapat disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Hipotesis  $H_0$  = Harga TBS tingkat pedagang dan PKS berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga petani

$H_a$  = Harga TBS tingkat pedagang dan PKS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga petani

$H_0$  = Harga TBS tingkat PKS berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga pedagang

$H_a$  = Harga TBS tingkat PKS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga pedagang



## BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Metode, Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dan dilaksanakan di Kecamatan Peranap, Kabupaten Indragiri Hulu, Provinsi Riau. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan alasan bahwa kecamatan Peranap merupakan salah satu daerah penghasil TBS di Kabupaten Indragiri Hulu serta selain itu belum pernah ada yang melakukan penelitian mengenai transmisi harga TBS petani.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan Juli 2021 sampai dengan Desember 2021 dengan tahapan kegiatan antara lain: penyusunan usulan penelitian, pengumpulan data dan pengolahan data serta penulisan skripsi.

### 3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.543 petani dari 12 Desa yang sedang mengusahakan tanaman kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap, metode yang digunakan probability sampling dimana setiap populasi kemungkinan yang sama untuk dipilih untuk ditetapkan melalui sistematis, berdasarkan jumlah seluruh petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap sebanyak 1.543, penentuan desa yang akan di pilih sebanyak 5 desa karna memiliki populasi petani paling banyak di bandingkan dengan desa lainnya yaitu desa Pauh Ranap, Baturijal Hulu, Baturijal Hilir, Kelurahan Peranap dan Semelinang Darat. Dimana untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Umar, 2005) sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Persen tingkat kesalahan dalam penelitian ini sebesar 15%

Rumus diatas digunakan sebagai penentu ukuran sampel dari populasi yang sudah di ketahui jumlahnya yaitu sebesar 1.063 petani kelapa sawit dari 5 Desa, untuk tingkat kesalahan yang di tetapkan dalam penentuan sampel sebesar 15% sehingga di dapatkan sampel berjumlah 44 petani, sedangkan jumlah sampel lembaga pemasaran 3 pengumpul besar dan 1 pabrik kelapa sawit (PKS) dengan mnggunakan sensus dengan catatan masih melakukan kegiatan pemasaran. Selanjutnya supaya penentuan jumlah sampel setiap strata dapat di hitung dengan rumus proposional stratified sampling yaitu Pauh ranap 11 petani, Baturijal Hulu 8 petani, Baturijal Hilir 6 petani, Kelurahan Peranap 8 petani, dan Semelinang darat 11 petani.

Tabel 5. Jumlah Populasi dan Sampel Petani Kelapa Sawit Swadya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Menggunakan Rumus Slovin.

No	Desa/Kelurahan	Jumlah populasi (N)	Jumlah Sampel (n)
1	Pauh Ranap	261	11
2	Baturijal Hulu	203	8
3	Baturijal Hilir	151	6
4	Kelurahan Peranap	186	8
5	Semelinang Darat	262	11
6	Jumlah	1.063	44

Sumber: Kantor Penyuluhan

Pada tabel 5 di atas jumlah populasi dari lima desa yang ada di kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu sebanyak 1.063 petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri hulu kemudian dari 1.063 populasi didapatkan sampel petani sebesar 44 petani kelapa sawit swadaya sehingga dari

jumlah sampel 44 petani tersebut bisa mewakili petani kelapa sawit swadaya yang lain.

### 3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah Data yang di peroleh langsung dari petani kelapa sawit swadaya dan lembaga penyalur dengan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Data primer yang di kumpulkan meliputi: umur, lama pendidikan, pengalalaman usahatani, jumlah tanggungan keluarga, biaya pemasaran (Rp/Kg), harga TBS (Rp/Kg)

Data sekunder adalah Data yang di peroleh dari pihak lain atau dari lembaga atau instansi terkait, laporan laporan, jurnal dan yang lain yang berhubungan dengan penelitian serta penunjang yang bersumber dari BPS, mulai dari keadaan geografis penelitian, jumlah penduduk, tingkat pendidikan dan keadaan sosial ekonomi penduduk di tempat penelitian.

### 3.4. Konsep Operasional

Untuk membantu peneliti dalam memperoleh kesamaan pendapat maka di kemukan batasan mengenai konsep operasional dengan tujuan penelitian yaitu:

1. Petani kelapa sawit adalah orang yang membudidayakan dan mengelola tanaman kelapa sawit yang bertujuan untuk mendapatkan hasil dan keuntungan.
2. Petani kelapa sawit Swadaya adalah petani yang membudidayakan kelapa sawit dan memiliki lahan pribadi dan dikelola menggunakan modal pribadi.

3. Kelapa sawit adalah tumbuhan perkebunan yang dibudidayakan untuk menghasilkan minyak masak, minyak industri, minyak nabati, maupun bahan tambahan untuk bahan bakar.
4. Tandan Buah Segar adalah buah kelapa sawit yang siap di panen untuk kemudian di lakukan tindakan lanjutan untuk di olah.
5. Pemasaran kelapa sawit adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa hasil TBS mulai dari petani sampai ke produsen.
6. Harga adalah nilai yang ditetapkan untuk menentukan harga setiap satuan (Kg) kelapa sawit.
7. Lembaga pemasaran kelapa sawit adalah Orang yang melakukan suatu kegiatan pemasaran dalam menyalurkan hasil dari petani kelapa sawit sebagai produsen kepada pihak lain yang melakukan memasarkan hasil kelapa sawit.
8. Pedagang besar adalah lembaga pemasar yang membeli hasil mulai dari hasil kelapa sawit petani dan pedagang pengumpul yang kemudian pedagang besar menjual ke PKS.
9. Pabrik kelapa sawit adalah tempat menjual kelapa sawit serta tempat pengolahan kelapa sawit menjadi CPO.
10. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang di keluarkan dalam mendistribusikan hasil TBS oleh lembaga lembaga yang terkait saat menyalurkan hasil (Rp/Kg).
11. Saluran pemasaran adalah jalur yang di lewati untuk menyampaikan hasil dari produsen ke konsumen.
12. Margin Pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang di bayarkan dari berbagai lembaga pemasaran TBS (Rp/Kg).

13. Efisiensi Pemasaran adalah hasil bagi total biaya pemasaran dengan hasil dengan total nilai produksi yang di pasarkan (%).

14. Transmisi harga adalah perubahan harga jual yang di setiap lembaga pemasaran kelapa sawit.

### **3.5. Analisis Data**

Untuk menjawab tujuan penelitian dan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif analisis ini digunakan untuk menganalisis karakteristik petani kelapa sawit, margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan untuk menganalisis transmisi harga menggunakan analisis pendekatan model penyesuaian Parsial Nerlove dengan persamaan regresi linier berganda. pendugaan model ini dilakukan dengan menggunakan teknik estimasi *Ordinary Leas Square (OLS)* dengan SPSS yang kemudian ditabulasikan berdasarkan tujuan penelitian.

#### **3.5.1. Karakteristik Petani**

Untuk mengetahui Karakteristik petani meliputi: Umur, pendidikan, tanggungan keluarga dan pengalaman usahatani dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif kemudian datanya di buat dalam bentuk tabel.

#### **3.5.2. Analisis Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran TBS Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu**

a. Analisis saluran pemasaran dilihat dari jalur lembaga pemasaran dengan mengamati pihak pihak yang melakukan pemasaran mulai dari petani sampai ke PKS sehingga dari jalur pemasaran akan membentuk saluran pemasaran. analisis yang digunakan deskriptif kuantitatif.

b. Margin pemasaran merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui distribusi biaya serta setiap kegiatan pemasaran dan keuntungan dari setiap



lembaga perantara serta bagian harga di terima petani atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari pelaku pemasaran yang ikut dalam pemasaran.

Analisis Secara matematis margin pemasaran di hitung dengan formulasi sebagai berikut. (Tomeck and Robinson, 1990, Sudiyono, 2001).

$$MP_i = P_{ri} - P_{fi} \dots\dots\dots (1)$$

$$MP_i = \sum B_i + \sum K_i \dots\dots\dots (2)$$

$$\sum K_i = MP_i - \sum B_i \dots\dots\dots (3)$$

Dimana:

$MP_i$  = Marjin pemasaran TBS pada pedagang ke-i(Rp/Kg)

$P_{ri}$  = Harga jual TBS pada pedagang ke-i(Rp/Kg)

$P_{fi}$  = Harga beli TBS pada petani ke-i(Rp/Kg)

$\sum B_i$  = Jumlah biaya yang di keluarkan lembaga-lembaga pemasaran (B1,B2,B3...Bn)

$\sum K_i$  = Jumlah keuntungan yang di peroleh lembaga-lembaga pemasaran (K1,K2,K3...Kn)

Sehingga di peroleh total marjin pemasaran (MP) sebesar

$$MP = \sum_{i=1}^n MP_i \dots\dots\dots (4)$$

c. Efisiensi pemasaran adalah analisis yang digunakan untuk melihat efisiensi suatu pemasaran, semakin baik efisiensi pemasaran suatu daerah maka semakin baik keadaan pasar tersebut.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi pemasaran menurut Sukartawi (2002) sebagai:

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi Pemasaran

TBP = Total Biaya Pemasaran

TNP = Total nilai produk harga beli pada konsumen akhir (Rp/Kg)

Rumus ini mengartikan ketika adanya penambahan biaya pemasaran atinya maka pemasaran tidak efisien serta dan ketika nilai produk semakin rendah yang di bayarkan maka pemasaran tidak efisien. Pemasaran dikatakan efisien ketika biaya pemasaran yang sangat kecil.

Dengan kriteria efisiensi pemasaran

1. 0-33% = efisien
2. 34-67% = kurang efisien
3. 68-100% = tidak efisien

Pengukuran efisiensi suatu sistem dapat di lakukan dari berbagai sudut pandang, selain itu dengan perbandingan nilai total biaya dengan nilai total biaya dengan nilai produk, dapat juga dengan sebaran Ratio Margin (RPM) dalam setiap lembaga pemasaran dan biaya yang di keluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang bersangkutan.(Azzaino, 1982 dalam Wahyudi, 2004). Sehingga dapat di ketahui saluran pemasaran yang paling efisien. Salah satu syarat pemasaran di katakan efisien bila:

Margin keuntungan setiap saluran kecil (<50%)

Ratio margin keuntungan (RPM) tiap saluran menyebar rata.

### 3.5.3. Analisis Transmisi Harga TBS Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu

Elastisitas harga adalah besarnya nilai perubahan nilai di tingkat petani dan perubahan harga di tingkat pedagang besar dari hari ke hari selama 2 bulan .Elastisitas transmisi harga pada perubahan harga tersebut sama dengan koefisien perubahan harga pada regresi linier sederhana (Tekguc 2010).

Elastisitas transmisi harga merupakan nisbah perubahan relative harga di tingkat petani (Pf) terhadap perubahan relatif harga di tingkat pabrik (Pr) (George King, 1971 dalam sentosa 2001). Secara mematik elastisitas transmisi harga di rumuskan sebagai berikut:

$$E_{ti} = \frac{\frac{\partial P_{fi}}{P_f}}{\frac{\partial P_{ri}}{P_{ri}}} = \frac{\partial P_{fi}}{\partial P_{ri}} \times \frac{P_{ri}}{P_{fi}} \dots\dots\dots (5)$$

Menurut Rasyidin eT al, (2006) secara umum hasil estimasi hasil dari estimasi model dari persamaan garis regresi yang telah di estimasi dengan menggunakan metode ordinary least aquare (OLS) di tuliskan:

$$Y = b_0 + b_1 x \dots\dots\dots (6)$$

Dimana  $\beta_0$  adalah intercept dan  $\beta_1$  merupakan slope. Koefisien  $\beta_1$  adalah derivative dari Y responnya terhadap X yaitu:

$$b_i = \frac{dy_i}{dx_i} \dots\dots\dots (7)$$

Yang menunjukkan perubahan di dalam Y karena perubahan jumlah yang kecil di dalam X. Hal ini jelas bahwa jika fungsi estimasi adalah linier maka koefisien  $\beta_1$  bukan merupakan elastisitas harga, tetapi merupakan komponen dari elastisitas yang di definisikan dengan formula:

$$E_{ti} = \frac{dy_i}{dx_i} \times \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}_i} \dots\dots\dots (8)$$

$b_i$  adalah komponen  $\frac{dy_i}{dx_i}$ , maka dari fungsi estimasi akan di hasilkan elastisitas rata-rata sebagai berikut:

$$E_{ti} = b_i \frac{X_i}{Y_i} \dots \dots \dots (9)$$

Menurut asumsi yang di bangun dalam model penelitian ini maka di peroleh:

$$E_{ti} = b_i = \frac{P_{ri}}{P_{fi}} \dots \dots \dots (10)$$

Adalah:

- Eti = Elastisitas transmisi harga ke i (%)
- Pfi = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)
- Pri = Harga di tingkat lembaga-lembaga pemasaran (Rp/Kg)
- $\partial P_r$  = Perubahan harga di tingkat lembaga-lembaga pemasaran
- $\partial P_f$  = Perubahan harga di tingkat petani

Besarnya elastisitas transmisi harga terhadap harga tandan buah segar (TBS) petani swadaya dengan menggunakan analisis linier sederhana (Priyanto, 2010) sebagai berikut:

$$P_f = b_0 + b_1 P_r + e \dots \dots \dots (11)$$

$$b_1 = \frac{n \sum p_{ri} p_{fi} - (\sum p_{ri})(\sum p_{fi})}{\sqrt{\{n \sum p_{ri}^2 - (\sum p_{ri})^2\} \{n \sum p_{fi}^2 - (\sum p_{fi})^2\}}} \dots \dots \dots (12)$$

Dimana:

- $b_0$  = Intersept
- $b_1$  = Koefisien transmisi harga (Rp/Kg)
- $P_f$  = Harga rata-rata di tingkat petani (Rp/Kg)
- $P_{ri}$  = Harga rata rata masing-masing tingkat pedagang (Rp/Kg)

Dalam penelitian ini pola persamaan secara bertingkat pada penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga tingkat petani ( $P_f$ ) di pengaruhi oleh harga di tingkat pedagang ( $P_w$ ) Pabrik ( $P_{fc}$ ) dan harga petani hari lalu ( $P_{ft-1}$ ).

Fungsi:  $P_w = f(P_w, P_{fc}, P_{ft-1})$

Persamaan:  $P_f = b_0 + b_1 P_w + b_2 P_{fc} + b_3 P_{ft-1} + e$

Hipotesis:  $H_0$  = Harga TBS tingkat pedagang dan PKS berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga petani

$H_a$  = Harga TBS tingkat pedagang dan PKS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga petani

$P_f = f(P_w)$

$$E_{ti} = \frac{\frac{\partial P_f}{P_f}}{\frac{\partial P_{ri}}{P_{ri}}} = \frac{\partial P_f}{\partial P_{ri}} \times \frac{P_{ri}}{P_f} \dots\dots\dots (13)$$

$P_f = f(P_{fc})$

$$E_{ti} = \frac{\frac{\partial P_f}{P_f}}{\frac{\partial P_{fc}}{P_{fc}}} = \frac{\partial P_f}{\partial P_{fc}} \times \frac{P_{fc}}{P_f} \dots\dots\dots (14)$$

$P_f = f(P_{ft-1})$

$$E_{ti} = \frac{\frac{\partial P_f}{P_f}}{\frac{\partial P_{ft-1}}{P_{ft-1}}} = \frac{\partial P_f}{\partial P_{ft-1}} \times \frac{P_{ft-1}}{P_f} \dots\dots\dots (15)$$

2. Harga tingkat pedagang ( $P_w$ ) di pengaruhi oleh harga tingkat pabrik ( $P_{fc}$ ) dan harga pedagang hari lalu ( $P_{wt-1}$ )

Fungsi:  $P_w = f(P_{fc}, P_{wt-1})$

Persamaan:  $P_w = b_0 + b_1 P_{fc} + b_{wt} P_{wt} + e$

Hipotesis:  $H_0$  = Harga TBS tingkat PKS berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap harga pedagang

$H_a$  = Harga TBS tingkat PKS berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga pedagang

$$P_w = f(P_{fc})$$

$$E_t = \frac{\frac{\partial P_w}{P_w}}{\frac{\partial P_{fc}}{P_{fc}}} = \frac{\partial P_w}{\partial P_{fc}} X \frac{P_{fc}}{P_w} \quad (16)$$

$$P_w = f(P_{wt-1})$$

$$E_t = \frac{\frac{\partial P_w}{P_w}}{\frac{\partial P_{wt-1}}{P_{wt-1}}} = \frac{\partial P_w}{\partial P_{wt-1}} X \frac{P_{wt-1}}{P_w} \quad (17)$$

Dimana:

$P_f$  = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

$P_{fw}$  = Harga di tingkat pedagang (Rp/Kg)

$P_{fc}$  = Harga di tingkat pabrik (Rp/Kg)

$P_{ft-1}$  = Harga di tingkat petani sebelumnya (Rp/Kg)

$P_{wt-1}$  = Harga di tingkat pedagang sebelumnya (Rp/Kg)

Untuk mendapatkan respon harga pada penelitian ini memakai konsep elastisitas jangka pendek dan jangka panjang pada setiap masing-masing lembaga yang ikut dalam pemasaran TBS antara lain sebagai berikut:

Elastisitas jangka pendek ( $E_{SR}$ )

$$E_{SR} = \frac{\partial Y_t}{\partial X_t} * \frac{\bar{X}}{\bar{Y}} = a \frac{\bar{X}}{\bar{Y}}$$

Elastisitas jangka panjang ( $E_{LR}$ )

$$E_{LR} = \frac{E_{SR}}{1 - b_{lag}}$$

di mana:

$E_{SR}$  = Elastisitas jangka pendek (%)

$E_{LR}$  = Elastisitas jangka panjang (%)

$a$  = Koefisien Regresi

$b$  = Koefisien variabel lag

$X$  = Rata-rata variabel bebas

$Y$  = Rata-rata variabel terikat

Dengan kriteria uji sebagai berikut.

1. jika nilai elastisitas di atas angka satu ( $E > 1$ ) maka dikatakan elastis/responsif karna hal ini ketika perubahan satu persen variabel eksogen mengakibatkan perubahan endogen lebih dari satu persen.
2. jika nilai elastisitas di bawah angka satu atau antara nol ( $0 < E < 1$ ) maka dikatakan inelastis karena perubahan satu persen variabel eksogen mengakibatkan perubahan endogen lebih dari satu.
3. jika nilai elastis sama dengan nol ( $E = 0$ ) maka dikatakan inelastis sempurna.
4. jika nilai elastis tak hingga ( $E \sim$ ) maka hal ini di katakan inelastis sempurna.
5. jika nilai elastis sama dengan satu ( $E = 1$ ) maka di katakan *unitary* elastis



## BAB IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

### 4.1. Geografis

Kecamatan Peranap salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau secara umum memiliki dataran rendah yang memiliki ketinggian di dari permukaan laut sekitar 24-69 meter. Salah satu desa yang memiliki wilayah tertinggi dari permukaan laut yang mencapai 69 meter adalah serai wangi serta desa yang memiliki dataran terendah yaitu Semelinang Tebing dan Setako Raya dengan ketinggian 24 meter di dari permukaan laut.

Semua Desa di Kecamatan Peranap dapat di tempuh dengan kendaraan roda dua dan empat serta Desa yang memiliki akses paling jauh dari pusat Pemerintah yaitu Desa Serai Wangi. Berikut batas batas wilayah Kecamatan Peranap.

Utara : Kabupaten Pelalawan

Selatan: Kecamatan Batang Peranap dan Provinsi Jambi

Timur : Kecamatan Kelayang

Barat : Kabupaten Kuantan Singingi

### 4.2. Keadaan Penduduk

Kecamatan Peranap merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Indragiri Hulu yang dihuni penduduk dari beberapa suku antara lain suku melayu, jawa, batak, nias dan beberapa suku pendatang lainnya. jumlah penduduk Kecamatan Peranap sebanyak 32.733 jiwa dimana terdiri dari 16.765 laki laki dan 15.968 perempuan yang bersal dari 8.064 rumah tangga. Untuk Kelurahan Peranap memiliki jumlah penduduk terbanyak sekitar 8.752 yang ada di Kecamatan Peranap sedangkan penduduk terkecil di tempati oleh Desa Katipo Pura dan Setako Raya dengan jumlah masing masing 771 dan 746 jiwa.



Kecamatan Peranap terdapat 46 dusun, 72 Rukun Warga (RW) dan 188 Rukun Tetangga (RT) dari 12 Desa yang ada di Kecamatan Peranap. Berikut jumlah penduduk di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 6. Jumlah Penduduk di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu 2021.

No	Desa/Kelurahan	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
		Laki-laki	Perempuan		
1	Semelinang tebing	1.808	1.654	3.462	10,57
2	Pauh Ranap	4.198	3.457	7.651	23,37
3	Baturijal Hulu	932	936	1.868	5,70
4	Baturijal Hilir	874	960	1.834	5,60
5	Peranap	4.406	4.346	8.752	26,73
6	Gumanti	757	807	1.564	4,77
7	Semelinang Darat	984	1.028	2.012	6,14
8	Pandan Wangi	944	820	1.764	5,38
9	Serai Wangi	608	605	1.213	3,70
10	Katipo Pura	358	413	771	2,35
11	Setako Raya	350	396	746	2,27
12	Baturijal Barat	550	546	1.096	3,34
Jumlah		16.765	15.968	32.733	100

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui jumlah penduduk laki laki di Kecamatan Peranap 16.765 jiwa lebih banyak dari pada penduduk perempuan di Kecamatan Peranap yang hanya 15.968 jiwa sedangkan penduduk terbanyak di setiap Desa/Kelurahan yaitu Kelurahan Peranap dengan jumlah 8,752 jiwa yang terdiri 4.406 jiwa laki laki dan 4.346 jiwa perempuan sedangkan penduduk paling sedikit di Desa/Kelurahan yaitu Setako Raya dengan jumlah 746 jiwa yang terdiri 350 jiwa laki laki dan 396 jiwa perempuan.

#### 4.3. Mata Pencarian Penduduk

Penduduk Kecamatan Peranap didominasi sebagai petani kelapa sawit dimana Kecamatan Peranap didominasi oleh lahan pertanian bukan sawah yang memiliki luas mencapai 93.348 hektar. selain kelapa sawit penduduk Kecamatan

Peranap juga memiliki profesi lainnya untuk menambah pendapatan tambahan untuk memenuhi kebutuhan lain. penduduk tidak hanya bergantung pada usahatani kelapa sawit untuk memenuhi kebutuhan lainnya sesuai dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan sehari hari. Berikut mata pencarian masyarakat Peranap dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 7. Distribusi Mata Pencarian Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, Tahun 2021.

No	Jenis Mata Pencarian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Pertanian	3.800	33
2	Perkebunan	3.677	32
3	Industri	890	8
4	Perdagangan	795	7
5	Jasa	856	8
6	Angkutan	283	3
7	Lainnya	1.074	9
Jumlah		11.375	100

Berdasarkan Tabel 7. dapat di jelaskan jenis mata pencarian yang ada di daerah penelitian di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu beragam mata pencarian yang paling banyak penduduknya bermata pencaharian dibagian pertanian dengan jumlah jiwa 3.800 jiwa yang mana masih sampai saat ini masih di lakukan di wilayah tersebut.

#### 4.4. Lama Pendidikan Penduduk

Pendidikan sangat berperan penting dalam kemajuan suatu daerah, penduduk yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi akan lebih mudah meningkatkan perekonomian dan meningkatkan produktivitas di Kecamatan Peranap dimana semakin tinggi pendidikan penduduk semakin baik juga cara berpikir serta untuk mengambil keputusan. Di Kecamatan Peranap terdapat 12 taman kanak kanak, 26

sekolah dasar, 4 sekolah menengah pertama (SMP/Sederajat) serta terdapat 5 SMU/Sederajat.

Tabel 8. Distribusi Tingkat Pendidikan Penduduk di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu, Tahun 2021.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Sekolah	Jumlah Siswa (Jiwa)	Jumlah Guru (Jiwa)
1	TK	12	308	42
2	SD	26	4.863	366
3	SMP/Sederajat	6	2.028	165
4	SMU/Sederajat	5	1.501	137
	Jumlah	49	8.700	710

Berdasarkan Tabel 8 Menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terbesar untuk jumlah penduduk yang bersekolah di Kecamatan Peranap adalah SD/Sederajat dengan jumlah 4.863 jiwa siswa. Sedangkan penduduk dengan tingkat pendidikan TK/RA merupakan kelompok yang paling kecil yaitu hanya 308 jiwa siswa dari jumlah penduduk di kecamatan Peranap. Sedangkan jumlah guru terbesar di Kecamatan Peranap yaitu SD/Sederajat dengan jumlah 366 jiwa guru dan guru yang paling sedikit yaitu TK dengan jumlah guru 42 jiwa guru.

## BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Karakteristik Petani

Karakteristik petani sangat penting dalam melakukan usahatani dimana pada dasarnya petani merupakan sumber daya manusia (SDM) yang berperan utama dalam pengelolaan usahatani kelapa sawit.

Karakteristik petani berperan penting dalam keberhasilan petani dimana petani bisa mengatur, mengelola serta memanejemen usahatani. Dalam penelitian ini ada empat kriteria yang berperan penting dalam pengelolaan usahatani kelapa sawit mulai dari: umur, lama pendidikan, pengalaman usahatani, jumlah tanggungan keluarga.

#### 5.1.1. Umur

Umur merupakan salah satu indikator yang sangat penting di dalam diri seseorang dalam berusahatani, Umur juga berkaitan erat dengan kemampuan seseorang dalam melakukan usahatani kelapa sawit, Umur akan menentukan pengalaman bekerja seseorang, namun seseorang yang lebih muda relatif kurang pengalaman sebaliknya seseorang yang lebih tua akan lebih banyak pengalamannya.

Tabel 9. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya Berdasarkan Umur (Tahun) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

No	Umur (Tahun)	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	28-34	9	20,45
2	35-41	7	15,91
3	42-48	11	25,00
4	49-55	12	27,27
5	56-62	2	4,55
6	63-69	3	6,82
	Jumlah	44	100

Berdasarkan pada Tabel 9 diatas dapat di lihat karakteristik petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu berdasarkan kelompok umur, Petani yang memiliki rentang umur 28-34 (Tahun) dengan jumlah petani 9 jiwa (20,45%) , umur 35-41 (Tahun) jumlah petani 7 jiwa (15,91%), umur 42-48 (Tahun) jumlah petani 11 jiwa (25,00%), umur 49-55 (Tahun) jumlah petani 12 jiwa (27,27%) , umur 56-62 (Tahun), petani dengan rentang umur jiwa (4,55%) , umur 63-69 (Tahun) jumlah petani 3 jiwa (6,82%), petani dengan rentang umur 49-55 (Tahun) merupakan kelompok umur petani kelapa sawit paling banyak yaitu 12 jiwa (4,55%). Hal ini menunjukkan bahwa lebih banyak petani kelapa sawit swadaya yang berumur produktif yang melakukan budidaya kelapa sawit dimana petani masih memiliki tenaga yang masih kuat dalam bekerja dan penerimaan ilmu usahatani baik budidaya atau untuk meningkatkan produksi untuk kedepannya.

### 5.1.2. Lama Pendidikan

Pendidikan pada umumnya akan menunjukkan seseorang dalam melakukan kegiatan yang produktif serta memiliki wawasan yang luas, Memiliki pemikiran-pemikiran yang maju untuk menjadi suatu pekerjaan lebih baik. Berikut tingkat pendidikan petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu.

Tabel 10. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Lama Pendidikan (Tahun) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

No	Lama Pendidikan (Tahun)	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	6	14	31,82
2	9	7	15,91
3	12	20	45,45
4	16	3	6,82
Jumlah		44	100

Berdasarkan Tabel 10 diatas diketahui di daerah penelitian di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu menunjukkan lama pendidikan petani kelapa sawit swadaya yang paling banyak yaitu 12 tahun atau setara SMA dengan persentase 45,45% atau 20 jiwa, sedangkan pendidikan petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu yang paling sedikit yaitu 16 tahun atau setara dengan strata 1 (S1) dengan persentase 6,82% atau 3 jiwa. Hal ini menunjukan bahwa petani di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu memiliki lama pendidikan setara SMA dimana secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap penerimaan baik informasi dan teknologi terbaru dan dengan memiliki pendidikan setara SMA diharapkan mampu bagi petani menjalankan usahatani dengan baik serta mampu bersaing dalam memasarkan hasil perkebunannya.

### **5.1.3. Pengalaman Berusahatani**

Pengalaman berusahatani berkaitan erat dengan berapa lama seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan yang dilakukan, semakin lama seseorang melakukan pekerjaan yang sama maka pengalaman bekerja seseorang tersebut akan semakin tinggi kinerja dalam berproduktivitas sehingga secara tidak langsung akan berpengaruh baik dari segi pendapatan maupun prduktivitasnya.

Pengalaman berusahatani merupakan berapa lama petani dalam melakukan pekerjaan baik jangka pendek maupun jangka panjang untuk meningkatkan kinerja di dalam berusahatani. Pengalaman biasanya menjadikan petani lebih produktif dalam melakukan kegiatan usahatani karna petani sedikit banyaknya tentu sudah memiliki pengalaman berusahatani yang menjadikan petani lebih

mudah memecahkan masalah yang ada. Pengalaman usahatani petani dapat dilihat pada tabel 11 berikut.

Tabel 11. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya Menurut Pengalaman Berusahatani (Tahun) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .

No	Pengalaman Usahatani (Tahun)	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	5-7	11	25,00
2	8-10	17	38,64
3	11-13	10	22,73
4	14-16	4	9,09
5	17-19	1	2,27
6	20-22	1	2,27
	Jumlah	44	100

Berdasarkan Tabel 11 diatas menunjukkan bahwa pengalaman berusahatani petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu berdasarkan lama pengalaman usahatani yang paling banyak berada pada rentang waktu yaitu 8-10 tahun sebanyak jumlah petani 17 jiwa dengan persentase 38,64% sedangkan pengalaman usahatani petani kelapa sawit paling sedikit 17-19 dan 20-22 tahun dengan persentase 2,27 % atau 1 jiwa. Pengalaman usahatani dapat menunjukkan lamanya petani dalam membudidayakan dan mengusahakan tanaman kelapa sawit. Dengan pengalaman petani yang sudah dimiliki dalam berusahatani kelapa sawit diharapkan mampu menjadi lebih baik dalam menjalankan usahatannya dan meningkatkan produksi untuk kedepannya agar lebih baik dari pada sebelumnya.

### 5.2.2. Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga akan mempengaruhi produktivitas petani dalam melakukan usahatannya. Semakin besar tanggungan keluarga maka semakin

besar juga tanggungan petani namun tanggungan keluarga yang produktif akan berpengaruh juga untuk menunjang petani dalam melakukan kegiatan usahataniya karena selagi bisa di lakukan keluarga maka akan mengurangi tenaga kerja dari luar yang akan berdampak terhadap pengurangan biaya dalam melakukan usahataniya. jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 12. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa) di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

No	Tanggungan Keluarga	Petani	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1	2	4,55
2	2	9	20,45
3	3	12	27,27
4	4	12	27,27
5	5	7	15,91
6	6	2	4,55
Jumlah		44	100%

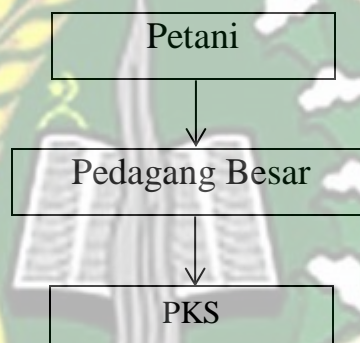
Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan pada daerah penelitian di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu jumlah tanggungan petani terbanyak yaitu 6 jiwa dengan jumlah 2 petani (4,55%) sedangkan jumlah tanggungan keluarga paling sedikit yaitu 1 jiwa dengan jumlah petani 2 orang (4,55%). Hal ini akan berdampak terhadap ekonomi petani karena semakin sedikit tanggungan keluarga maka akan sedikit pengeluaran petani dimana akan memberikan kemakmuran bagi petani kelapa sawit ketika memiliki pengeluaran yang lebih sedikit dan sebaliknya ketika jumlah tanggungan keluarga banyak maka akan sedikit memakai tenaga dari luar bagi petani.



## 5.2. Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran

### 5.2.2. Saluran Pemasaran

Bedasarkan hasil penelitian di lima Desa di Kecamatan Peranap ada beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran TBS petani, pada umumnya petani ini sudah memiliki tempat menjual TBS ke langganannya. Terdapat satu saluran yang pertama petani menjual TBS ke pedagang besar (peron) kemudian pedagang besar (peron) menjual TBS ke pabrik kelapa sawit (PKS) dan untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. Saluran Pemasaran

Bedasarkan Gambar 3 Pada saluran pemasaran terdapat satu saluran yaitu petani kelapa sawit yang menjual TBS ke pedagang besar (Veron) pedagang besar menjual TBS ke pabrik kelapa sawit (TBS). Hal ini sama dengan Hasil penelitian terdahulu Romadon (2014) dijelaskan saluran pemasaran tersebut bahwa saluran pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran yakni petani kelapa sawit-pedagang besar –pabrik kelapa sawit (PKS).

Alasan utama petani menjual TBS ke pedagang besar yaitu pedagang besar secara langsung menjemput TBS ke kebun petani serta sistem pembayaran yang di lakukanpun secara tunai langsung ketika TBS sudah di timbang, kemudian telah terjalin hubungan yang baik antara petani dan lembaga pemasaran sehingga membentuk kepercayaan satu sama lain. petani menjual ke pedagang besar

(peron) yaitu dengan harga yang diterima oleh petani lumayan besar selain itu luas lahan yang tidak terlalu banyak dan hasil produksi TBS yang selalu mengalami turun naik.

### 5.3.1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang di berikan antara konsumen dengan produsen atau selisih harga yang di terima petani kelapa sawit dan dengan lembaga pemasaran TBS untuk mengetahui distribusi dari biaya dan keuntungan setiap aktivitas. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 13. Margin Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indagiri Hulu Tahun 2021.

Harga	Saluran Pemasaran
Harga TBS yang di terima petani (Rp/Kg)	1.786
Harga Jual TBS (Rp/Kg)	2.236
Margin Pemasaran (Rp/Kg)	450

Berdasarkan Tabel 13 dapat diketahui margin pemasaran kelapa sawit yang di dapatkan oleh lembaga pemasaran di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu terdapat margin pemasaran yang cukup tinggi dan lembaga pemasaran yang memperoleh margin pemasaran paling besar pada pedagang besar yaitu sebesar Rp.450/kg. Besarnya margin pemasaran pada saluran karena dilihat dari panjang pendeknya rantai pemasaran dan aktivitas-aktivitas yang telah dilaksanakan serta keuntungan yang diharapkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran TBS petani di Kecamatan Peranap, Margin pemasaran TBS dianalisis dengan menggunakan saluran pemasaran yang berlaku selama penelitian berlangsung. Selisih harga terjadi karena adanya biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh setiap pelaku yang terlibat dalam kegiatan pemasaran.

Hal ini berbeda nyata dengan hasil penelitian terdahulu dari Setiawan (2011) dimana margin yang di peroleh lebih rendah dimana rata-rata margin pemasaran data untuk tahun 2010 adalah Rp.245,25.

### 5.2.3. Efisiensi Pemasaran

Untuk melihat efisiensi pemasaran TBS dapat di lihat dari semua biaya yang di keluarkan dalam melakukan segala kegiatan pemasaran dimana dibagi dengan harga pada tingkat konsumen akhir atau pabrik kelapa sawit (PKS). Efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan memilih saluran pemasaran yang tepat untuk memperlancar barang dari produsen ke konsumen dengan tidak terlalu panjangnya saluran pemasaran. Namun ketika terjadinya kecilnya nilai pruduksi yang dijual karna adanya penambahan biaya pemasaran hal ini berarti pemasaran tidak lagi efisien untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 14. Efisiensi Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

Uraian	Saluran Pemasaran
Total Biaya (Rp/Kg)	285
Harga pada Konsumen Akhir (Rp/Kg)	2.236
Efisiensi Pemasaran (%)	12,74

Pada Tabel 14 berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat nilai efisiensi pemasaran TBS di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu pada saluran 1 yaitu sebesar 12,74%. Dapat disimpulkan saluran pemasaran sudah efisien karena rendah nilai ratio total biaya dan nilai produk maka sistem pemasaran semakin efisien sebaliknya jika semakin tinggi ratio total biaya dan total nilai produk maka sistem pemasaran belum efisien dan berdasarkan dengan hasil penelitian terdahulu dari pratama (2014) dimana nilai efisiensinya sebesar 14,28% yang menandakan bahwa dapat dikatakan efisien sehingga dapat

disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang sudah efisien karena rendah ratio total biaya dan total nilai produk, maka sistem pemasaran semakin efisien dan sebaliknya apabila semakin tinggi ratio total biaya dan total nilai produk hal ini menunjukkan pemasaran tidak efisien.

### 5.3. Transmisi Harga

Transmisi harga digunakan untuk melihat persentase perubahan harga yang terdiri harga TBS di tingkat petani, harga TBS di tingkat pedagang besar (peron) dan harga TBS di tingkat pabrik kelapa sawit (PKS).

#### 5.3.1. Harga Ditingkat Petani (Pf)

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui persentasi perubahan harga ditingkat produsen akibat perubahan harga ditingkat konsumen, elastisitas transmisi harga ditingkat petani, pedagang dan pabrik dalam penelitian ini menggunakan Model Nerlove dengan Analisis Regresi linier Sederhana.

Hasil pandugaan dan elastisitas pada persamaan harga petani dapat di lihat pada tabel di bawah pada tabel 14 berikut ini.

Tabel 15. Hasil Pendugaan Parameter Harga Tingkat Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap 2021.

Variabel	Koefisien Regresi	Harga Rata-Rata	Elastisitas		P-Sig
			Jangka Pendek	Jangka Panjang	
Intercept	-296,441	1.786			
Harga Pedagang	1,221	2.018	1.38	1.37	0,000
Harga PKS	-0,169	2.236			0,377
Harga petani Hari Lalu	-0,003	1.759			0,802

Koefisien Korelasi (R) = 0,973

R Square = 0,947

Adjusted R Square = 0,944

Durbin-Watson = 0,445

Dependen Variabel: Harga Ditingkat Petani

Pada Tabel 15 di atas dapat dijelaskan Nilai elastisitas transmisi harga ditingkat petani terhadap harga TBS ditingkat pedagang dalam jangka pendek 1.38% dan jangka panjang 1,37% artinya apabila harga TBS ditingkat pedagang meningkat sebesar 1 persen maka harga ditingkat petani meningkat sebesar 1,38% jangka panjang dan 1,37(%) jangka pendek. Nilai elastisitas harga ditingkat pedagang dalam jangka pendek lebih besar dari 1 dan dalam jangka panjang lebih besar dari 1, artinya harga TBS ditingkat petani responsif terhadap harga TBS ditingkat pedagang dalam jangka pendek dan juga responsif dalam waktu jangka panjang berarti dapat disimpulkan transmisi harga yang tinggi disebabkan karna perubahan harga jangka pendek dan jangka panjang di teruskan seluruhnya kepada petani dan jika melihat hasil penelitian terdahulu Sasmi (2013) yang menjelaskan Nilai elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa harga tingkat pedagang hanya responsif pada jangka panjang yaitu sebesar 1,021% dan tidak responsif terhadap perubahan harga ditingkat pedagang jangka pendek (0,999).

Hasil pendugaan yang menunjukkan bahwa harga ditingkat pedagang dalam jangka pendek dan jangka panjang responsif, hal ini menjelaskan bahwa dalam penentuan harga ditingkat petani, pedagang besar sangat berperan sebagai pengendali harga dan.

### **5.3.2. Harga Ditingkat Pedagang ( $P_w$ )**

Analisis elastisitas transmisi harga digunakan untuk mengetahui persentasi perubahan harga ditingkat petani akibat perubahan harga ditingkat pedagang, elastisitas transmisi harga ditingkat petani, pedagang dan pabrik dalam penelitian ini menggunakan Model Nerlove dengan Analisis Regresi linier Sederhana.

Hasil pandugaan dan elastisitas pada persamaan harga pedagang dapat di lihat pada tabel di bawah pada tabel 15 berikut ini.

Tabel 16. Hasil Pendugaan Parameter Harga Tingkat Pedagang Kelapa Sawit di Kecamatan Peranap 2021.

Variabel	Koefisien Regresi	Harga Rata-Rata	Elastisitas		P-Sig
			Jangka Pendek	Jangka Panjang	
Intercept	-404,831	2.018			
Harga Pks	1,084	2.236	1.201	1.200	0,000
Harga pedagang Hari Lalu	-0,001	1.987			0,913

Koefisien Korelasi (R) = 0,980

R Square = 0,960

Adjusted R Square = 0,959

Durbin-Watson = 0,333

f-hitung = 689,489

Dependen Variabel: Harga Ditingkat Pedagang

Pada Tabel 16 di atas dapat dijelaskan nilai elastisitas transmisi harga TBS ditingkat pedagang terhadap harga ditingkat PKS dalam jangka pendek 1,201% dan jangka panjang 1.200% artinya apabila dalam jangka pendek dan panjang harga ditingkat PKS meningkat sebesar 1% maka harga ditingkat pedagang meningkat sebesar 1,201% dalam jangka pendek dan dalam jangka panjang 1.200%. Nilai elastisitas harga ditingkat pedagang dalam jangka pendek lebih besar dari 1 dan dalam jangka panjang lebih besar dari 1, artinya harga ditingkat PKS responsif terhadap harga pedagang dalam jangka pendek dan responsif dalam jangka panjang. Hal ini menjelaskan sejalan dengan penelitian terdahulu dari Sasmi (2013) dengan hasil nilai elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa harga ditingkat pedagang cukup responsif terhadap perubahan harga ditingkat pabrik baik dalam jangka pendek yaitu 1,017% dan jangka panjang 1,048%.

Hasil pendugaan yang menunjukkan bahwa harga ditingkat pabrik dalam jangka pendek dan jangka panjang responsif, hal ini menjelaskan bahwa dalam penentuan harga ditingkat pedagang adalah pabrik yang sangat berperan sebagai pengendali harga. Sedangkan perubahan harga pedagang periode lalu tidak berpengaruh nyata terhadap perubahan harga ditingkat pedagang.



## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

1. Petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Peranap Rata-rata berada dalam usia produktif yaitu (45 Tahun), lama pendidikan setara SMA (10 Tahun) pengalaman berusahatani 10 Tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 Jiwa.
2. Pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu terdapat petani satu saluran pemasaran (petani - pedagang besar - pabrik). Efisiensi pemasaran 12,74% dan Margin pemasaran TBS sebesar Rp. 450/Kg.
3. Elastisitas Transmisi harga TBS tingkat petani di pengaruhi oleh harga pedagang, harga TBS dari pedagang responsif terhadap harga TBS petani baik jangka pendek (1,37%) maupun jangka panjang (1,38%) hal berarti kenaikan harga TBS diteruskan sepenuhnya ke petani dan harga TBS ditingkat pedagang di pengaruhi harga pabrik dan responsif terhadap harga pedagang baik jangka pendek maupun jangka panjang.

### 6.2. Saran

1. Untuk meningkatkan efisiensi pemasaran TBS Petani kelapa sawit swadaya yang ada di kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu diharapkan mampu memperkecil margin pemasaran dengan membuat kelompok pemasaran bersama di sentra-sentra produksi TBS untuk memperpendek saluran pemasaran TBS.
2. Supaya pemasaran TBS Petani kelapa sawit swadaya yang ada di kecamatan Peranap Kabupaten Indragiri Hulu perlu memperpendek rantai pemasaran supaya mendekati pasar persaingan sempurna dengan perlu efisiensi



pemasaran, informasi harga yang berlaku.

3. Pemerintah dan lembaga terkait mampu memberikan informasi harga TBS dan pengawasan lebih terhadap harga yang di terima petani agar petani tidak selalu merugi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansya. 2014. Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Desa Simpang Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu.
- Assasuri. 1990. Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Strategi. Penerbit Rajawali, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Riau Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Indragiri Hulu Dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik. 2019. Data Perkebunan Provinsi Riau. Riau Dalam Angka 2019.
- Baladina, Nur. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian: Sistem Pemasaran Hasil Pertanian. <http://rosihan.lecture.ub.ac.id>. [Diakses pada tanggal 24 januari 2020].
- Dahl, D.C. dan Hammon, J.W, 1977. *Market And Price Analysis The Agriculture Industry*. Mc. Graw- Hill Book Company, New York.
- Downey, D, W, dan Ericson,P.S, 1992. Manajemen Agribisnis, Erlangga.Jakarta.
- Edram, S.S. Khairi dan U. Ismedi. 2009. Profil Perkebunan Provinsi Riau. Tahun 2007. Dinas Perkebunan Provinsi Riau,Pekanbaru.
- Hanafiah dan Saefudin. 1989. Tataniaga Hasil petanian.UI Pres,Jakarta.
- Hasyim, H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan ( Study Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara) Jurnal Komunikasi Penelitian. Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Kaban, H. 2004. Analisis Pemasaran Kentang (*Solanum Tuberosum*) (Study Kasus di Desa Margamulya, Kecamatan Magelang , Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat ). Skripsi Jurusan Ilmu Ilmu Sosial Pertanian Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Kartasapoetra, A.G 1994. Penanganan Pasca Panen. Rineka Cipta ,Jakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Bahasa 2008. Jakarta.

- Irawan, B. 2007. Fluktuasi Harga, Transmisi Harga dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*. Volume 5 No. 4, Desember 2007:358-373. <http://pse.litbang.deptan.go.id/ind/pdf/ART5-4c.pdf>. Diakses pada tanggal 22 februari 2020.
- Lestari. G. A 2009. Analisis Transmisi Harga Kelapa Sawit dari Pabrik Kelapa Sawit (PKS) ke Petani Swadaya di Desa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar.
- Limbong, W.H. dan P Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Mustafa. H. M, 2004. *Teknik Berkebun Kelapa Sawit*. Mitra Gama Widya Yogyakarta.
- Nugroho, A. E 2015. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kabupaten Kutai Kartanegara (Study Kasus Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Mutai). *Jurnal Volume 15 (no.2) Oktober 2015*.
- Nicholson W. 2004. *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions, 10th Edition*. Ohio (USA): Thomson South-Western.
- Priyanto, D. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*. Media Com.
- Prastowo NJ, Yanuarti T, Depari Y. 2008. Pengaruh Distribusi Dalam Pembentukan Harga Komoditas dan Implikasinya Terhadap Inflasi. [Working Paper]. Jakarta[ID]. Bank Indonesia.
- Rahim. A dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Depok.
- Romadon, M. 2014. Analisis Efisiensi Tataniaga Kelapa Sawit Tandan Buah Segar. Skripsi. Universitas Area. Medan.
- Raja dan Open . 1980. *Marketing Margin Internasional Crop Reaserch Institut For Semi Arid Tripical (ICRISAT)*. New Delhi.
- Rasyidin, Karo-Karo Sitepu, Bonar, Sinaga, 2006. Aplikasi Model Ekonometrika. Program Study Ilmu Ekonomi Pertanian Sekolah Pascasarjana IPB. Bogor.
- Sasmi, Suardi Tarumun, Eliza. 2013. Analisis Pemasaran Olahan Karet Rakyat Di Kabupaten Kuantan Singingi.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.

- Sudiyono. A. 2002. Pengantar Teori Mikroekonomi. Rajawali Press. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001 Pemasaran Pertanian. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang. (UMM Press). Malang.
- Santoso. A 2001. Kajian Sistem Agribisnis Pada Usahatani Tebu Rakyat Bebas Lahan Kering Dalam Upaya Pemberdayaan Petani Tebu di Kabupaten Ngawi Jawa Timur. Program Pasca Sarjana Institut Pertanian Bogor.
- Said dan Intan. 2004. Manajemen Agribisnis. PT Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Soekartawi.2004. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2005. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Suratiyah, K. 2008 Ilmu Usahatani Penebar Swadaya, Jakarta.
- Setiawan, 2011. Analisa Saluran Pemasaran dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit pada Petani Swadaya di Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.
- Syahza, A. 2009. Dampak Pembangunan Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Multiplier Effect Ekonomi Pedesaan.<http://almasdi.unri.ac.id/>. Diakses pada tanggal 11oktober2019.
- Tekguc, H. 2010. *Oligopoli And Price Transmission In Turkey`S Fluid Milk Market*. Paper Prepared For Presentation at The 114th EAAE Seminar`Structural Change In Agriculture`, Berlin, Germany, April 15-16,2010 Departement Of Economic, University of Massachusetts Amherst, USA. Agecon Journal.
- Tibrani 2015. Analisa Sistem Pemasaran Ikan Patin Segar Desa Koto Mesjid Ke Daerah Tujuan Pemasaran. Jurnal Dinamika Pertanian.
- Umar. 2005. Metodologi Penelitian Kesehatan. RinekaCipta. Jakarta.
- Wahyudhi, N. 2004. Analisis Pemasaran Kayu Jati di Hutan Rakyat *Tectona Grandis* Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung. Skripsi. Universitas Lampung.

Yantu, Juanda. B, Siregar. H, Gonarsyah.I, Dan Hadi. H. (2010), Integrasi Pasar Kakao Biji Pedesaan Sulawesi Tengah Dengan Pasar Dunia, Jurnal Agroekonomi. Sulawesi Tengah



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**