

**ANALISIS PEMASARAN TBS PETANI SWADAYA
DI KECAMATAN KEPENUHAN KABUPATEN
ROKAN HULU**

OLEH:

ZAINUR RAHMAN

164210233

SKRIPSI

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



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**


**ANALISIS PEMASARAN TBS PETANI SWADAYA DI KECAMATAN
KEPENUHAN KABUPATEN ROKAN HULU**

ABSTRAK

NAMA : ZAINUR RAHMAN
NPM : 164210233
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

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

MENYETUJUI
Dosen Pembimbing


Heriyanto, SP., M.Si


Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau


Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP

Ketua Program Studi
Agribisnis


Sisca Vaulina, SP., MP

Kata Persembahan

“Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh”

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan tuhanmu yang maha mulia

Yang mengajar manusia dengan pena, dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al-‘Alaq 1-5)

Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat (QS: Al-Mujadilah 11)

Alhamdulillahirobbil’alamin, sujud syukur kusembahkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku.

Engkau berikan aku kesempatan untuk bisa sampai di penghujung perjuanganku.

Segala Puji bagi Mu ya Allah.

Sholawat serta salam terucap kepada tauladan sepanjang masa Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam sunnahnya hingga akhir zaman.

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk ayahanda dan ibundaku tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberikan semangat, doa, motivasi, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku.

*Semoga Ayah dan Ibu selalu senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT, terhidar dari sengatan api neraka dan semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal surga firdaus untuk ayah dan ibu. *Aamiin ya rabbal alamin.**

“Assalamu’alaikum warahmatullahi wabarakatuh”

BIOGRAFI PENULIS



Penulis adalah anak pertama dari tiga bersaudara. Lahir di Perawang tanggal 30 Desember 1997, anak dari pasangan Bapak Zainal Arifin dan Ibu Nurlela. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2009 di SDS Muhammadiyah Perawang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sekolah

menengah pertama di SMPN 03 Perawang Kecamatan Tualang dan selesai pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sekolah menengah atas di SMAN 01 Perawang Kecamatan Tualang dan selesai pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan ke jenjang pendidikan Perguruan Tinggi di Program Studi Agribisnis Strata Satu (S1) Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Pada tanggal 04 Februari 2021 penulis melakukan ujian komprehensif dan dinyatakan lulus ujian komprehensif serta berhak mendapatkan gelar Sarjana Pertanian (SP) dengan judul skripsi “Analisis Pemasaran TBS Petani Swadaya Di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu”

ZAINUR RAHMAN, SP

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG FAKULTAS
PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM
RIAU**

TANGGAL 04 FEBRUARI 2021

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Heriyanto, SP., M.Si	Ketua	
2	Dr. Saipul Bahri, M.Ec	Anggota	
3	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Anggota	
4	Darus, SP., M.MA	Anggota	

Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

ZAINUR RAHMAN (164210233). Analisis Pemasaran TBS Petani Swadaya di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Di bawah bimbingan Bapak Heriyanto SP., M.Si.

Kecamatan Kepenuhan merupakan salah satu kecamatan penghasil TBS di Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Karakteristik Petani (2) Saluran Lembaga Pemasaran, Fungsi pemasaran, Biaya pemasaran, Keuntungan Pemasaran dan *Farmer's Share* TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu (3) Margin yang diterima oleh Pelaku Lembaga Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilakukan dari bulan Juli 2020 sampai Desember 2020. Analisis data menggunakan analisis deskriptif statistik. Pengambilan sampel dilakukan secara *stratified random sampling*, sampel diambil dari 5 desa terbesar di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Desa yang dijadikan tempat penelitian yaitu Kelurahan Kepenuhan Tengah, Desa Kepenuhan Barat, Desa Kepenuhan Raya, Desa Kepenuhan Timur dan Desa Kepenuhan Barat mulya. Jumlah Sampel petani sebanyak 50 orang, 5 orang pengepul/tengkulak, 1 orang pedagang besar dan 1 pabrik kelapa sawit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata umur petani 46 tahun, lama pendidikan 12 tahun, pengalaman berusahatani 14 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga 4 jiwa. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran TBS adalah petani, pengepul/tengkulak, pedagang besar, KUD, dan pabrik kelapa sawit. Saluran pemasaran TBS terdiri dari 4 saluran. Saluran I : Petani – Pengepul/Tengkulak – Pabrik, Saluran II : Petani – Pedagang Besar (Veron) – Pabrik, Saluran III : Petani – KUD – Pabrik dan Saluran IV : Petani – Pabrik. Tidak semua lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran secara keseluruhan. Fungsi pemasaran petani meliputi fungsi penjualan, fungsi permodalan dan fungsi informasi pasar. Fungsi pemasaran pengepul/tengkulak, pedagang besar dan kud meliputi fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi, fungsi penanggungan resiko, fungsi permodalan dan fungsi informasi pasar. Biaya pemasaran pada saluran I Rp. 152,5/Kg, saluran II Rp. 135,84/Kg, saluran III Rp. 135,00/Kg dan saluran IV Rp. 126,68/Kg. Keuntungan saluran I Rp. 130,02/Kg, saluran II Rp. 110,65/Kg, saluran III Rp. 37,16/Kg, saluran IV Rp. 157,64/Kg. *Farmer's share* pada saluran I 78,38 %, saluran II 82,68 %, saluran III 85,50 %, saluran IV 85,79%. Margin pemasaran saluran I Rp. 282,51/Kg, saluran II Rp. 246,48/Kg, saluran III Rp. 160,16/Kg, saluran IV Rp. 284,32/Kg. Efisiensi pemasaran kelapa sawit (TBS) yang dinyatakan paling efisien adalah pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar 6,33%, kedua adalah saluran pemasaran III yaitu sebesar 6,74%, ketiga adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar 6,82% dan yang keempat adalah saluran pemasaran I yaitu sebesar 7,61%.

Kata kunci : TBS, Pemasaran, Harga, Farmer's Share, Efisiensi

ABSTRACT

ZAINUR RAHMAN (164210233). FFB Marketing Analysis of Independent Smallholders In Kepenuhan District, Rokan Hulu Regency. Under The Guidance of Mr. Heriyanto, SP., M.Si

Kepenuhan District is one of the FFB producing sub-districts in Rokan Hulu Regency. This study aims to determine (1) Farmer Characteristics (2) Marketing Institution Channels, Marketing Functions, Marketing Costs, Marketing Profits and *Farmer's Share* of Palm Oil FFB in Kepenuhan District, Rokan Hulu Regency (3) Margin received by Marketing Institutions and Marketing Efficiency of Palm Oil FFB in Kepenuhan District, Rokan Hulu Regency. This study used a survey method which was conducted from July 2020 to December 2020. Data analysis used descriptive statistical analysis. Sampling was carried out by *stratified random sampling*, samples were taken from the 5 largest villages in Kepenuhan District, Rokan Hulu Regency. The villages that were used as research sites were Central Kepenuhan Village, Western Kepenuhan Village, Great Kepenuhan Village, East Kepenuhan Village, Western Kepenuhan Mulya Village. The number of samples of farmers is 50 people, 5 middlemen, 1 wholesaler and 1 palm oil mill. The results showed that the average age of farmer was 46 years, the length of education was 12 years, the experience of farming was 14 years, and the family was 4 people. The marketing institutions involved in the marketing of FFB are farmers, collectors/middlemen, wholesalers, KUD, and Palm Oil Mills. FFB marketing channel consists of 4 channels. Channel I : Farmers - collectors/middlemen – Factory, Channel II : Farmers – Wholesalers (Veron) – Factory, Channel III : Farmers – KUD – Factory and Channel IV : Farmers – Factory. Not all marketing agencies perform overall marketing functions. Farmer marketing functions include sales function, capital function and market information function. The marketing functions of collectors/middlemen, wholesalers and quads include the purchasing function, sales function , transportation function, standardization function, risk-taking function, capital function and market information function. Marketing costs on channel I Rp. 152.5/Kg, Channel II Rp. 135.84/Kg, channel III Rp. 135.00/Kg and channel IV Rp. 126.68/Kg. Channel I profit Rp. 130.02/Kg, channel II Rp. 110.65/Kg, channel III Rp.37.16/Kg, channel IV Rp. 157.64/Kg. Farmer's share on channel I 78.38%, channel II 82.68%, channel III 85,50%, channel IV 85.79%. Channel I Marketing margin Rp. 282.51/Kg, channel II Rp. 246.48/Kg, channel III Rp. 160.16/Kg, channel IV Rp. 284.32/Kg. Palm oil marketing efficiency (FFB) which is stated to be the most efficient is marketing channel IV which is 6.33%, the second is marketing channel III which is 6.74%, the third is marketing channel II which is 6.82% and the fourth is marketing channel I that is equal to 7.61%.

Keywords : FFB, Marketing, Price, Farmer's Share, Efficiency

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Analisis Usaha dan Strategi Pemasaran Madu Kelulut di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar”. Dengan segala kerendah hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Islam Riau.
2. Bapak Heriyanto, SP., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, sumbangan pikiran serta arahan kepada Penulis dalam memperbaiki dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Saipul Bahri, M.Ec dan Ibu Ilma Satriana Dewi Sp., M.Si, seluruh dosen dan Staf Tata Usaha atas bimbingan dan pelayanan selama menimba ilmu di Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau
4. Kedua orang tua yang sangat kusayangi, Ayah (Zainal Arifin) dan Mama (Nurlela) yang telah memberi doa, semangat, motivasi, dukungan moril serta materil selama ini sehingga Penulis dapat meraih gelar sarjana.
5. Teman-teman terdekatku yang aku sayangi, Kharisma Satria Pandiangan, Sri Ayu, Wahyuni Eka Putri, Indri, Ira Ica, Nerry, Priyadi SP, Muhammad Irvan, Ahmad Tarmuzi, Rio Puji SP, Ridwan Budiansyah SP, Sofia Rahma Yunita

SP, Muhammad Zulfikar Akbar SP, Randa Achmad, Alvi Khair Dhani SP dan seluruh teman Agribisnis Kelas C angkatan 16 yang selalu memberikan doa serta semangat kepada Penulis.

6. Terkhusus untuk seseorang yang tidak bisa disebutkan namanya, terimakasih selalu memberikan dukungan, selalu mengingatkan, dan meberikan do'a yang luar biasa kepada penulis.
7. Dan untuk semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis telah berupaya menyusun skripsi ini dengan sebaik mungkin, namun sekiranya masih terdapat kekurangan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Atas bantuan semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih.

Pekanbaru, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Tanaman Kelapa Sawit	14
2.2. Petani Swadaya	19
2.3. Pemasaran	20
2.4. Pemasaran dalam Perspektif Islam	23
2.5. Lembaga dan Saluran Pemasaran	24
2.6. Fungsi Pemasaran	29
2.7. Biaya Pemasaran	31
2.8. Pofit Margin	33
2.9. <i>Farmer's Share</i>	33
2.10. Margin Pemasaran	34
2.11. Efisiensi Pemasaran	36
2.12. Harga	38
2.13. Penelitian Terdahulu	39

2.14. Kerangka Pemikiran	48
III. METODE PENELITIAN	51
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	51
3.2. Teknik Pengambilan Sampel	51
3.3. Metode Pengumpulan Data	54
3.4. Konsep Operasional	54
3.5. Analisis Data	56
3.5.1. Analisis Karakteristik Petani	57
3.5.2. Analisis Saluran Lembaga Pemasaran, dan Fungsi Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran dan <i>Farmer's Share</i> TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	57
3.5.3. Margin yang diterima oleh pelaku lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	57
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN.....	61
4.1. Geografi dan Topografi Daerah Penelitian	61
4.2. Keadaan Penduduk.....	62
4.3. Tingkat Pendidikan	64
4.4. Mata Pencaharian Penduduk.....	66
4.5. Sarana dan Prasarana.....	67
4.5.1. Sarana	67
4.5.2. Prasarana	69
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	70
5.1. Karakteristik Petani Kelapa Sawit	70
5.1.1. Umur Petani	71
5.1.2. Lama Pendidikan.....	73
5.1.3. Pengalaman Berusahatani	74
5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	76

5.2. Analisis Saluran Lembaga Pemasaran, Fungsi Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, dan <i>Farmer's Share</i> TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	77
5.2.1. Analisis Saluran Lembaga Pemasaran	77
5.2.2. Fungsi Pemasaran.....	81
5.2.3. Analisis Biaya Pemasaran.....	86
5.2.4. Keuntungan Pemasaran (Profit Margin)	91
5.2.5. <i>Farmer's Share</i>	92
5.3. Analisis Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	96
5.3.1. Margin Pemasaran.....	96
5.3.2. Efisiensi Pemasaran	97
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	99
6.1. Kesimpulan	99
6.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit di Provinsi Riau Tahun 2014-2018.....	3
2. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kelapa Sawit Petani Swadaya Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Riau, Tahun 2018.....	4
3. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2018	6
4. Daftar Penetapan Harga TBS di Provinsi Riau tahun 2019	7
5. Daftar Harga TBS di Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019	8
6. Daftar Jumlah Petani, Pengepul(Toke), KUD dan PKS di Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019.....	52
7. Daftar Jumlah Sampel Petani, Pengepul(Toke), KUD dan PKS di Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019	53
8. Jumlah Penduduk di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu,2019	63
9. Jumlah Penduduk Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Berdasarkan Kelompok Umur, Tahun 2019.....	64
10. Distribusi Tingkat Pendidikan Masyarakat di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019	65
11. Distribusi Mata Pencarian Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019	66
12. Jumlah Sarana Pendidikan, Tempat Ibadah dan Kesehatan di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019 ..	67
13. Karakteristik Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020	71
14. Fungsi Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020	81
15. Rata-rata Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran I, Tahun 2020 (1 Bulan)	87

16. Rata-rata Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran II, Tahun 2020 (1 Bulan)	88
17. Rata-rata Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran III, Tahun 2020 (1 Bulan)	88
18. Rata-rata Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran IV, Tahun 2020 (1 Bulan)	89
19. Rata - rata Profit Margin yang diterima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, bulan Agustus - Oktober 2020	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Penelitian Analisis Pemasaran TBS Petani Swadaya di Kelurahan Kepenuhan Tengah Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	50
2. Karakteristik Petani Menurut Kelompok Umur di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	72
3. Karakteristik Petani Menurut Lama Pendidikan di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	73
4. Karakteristik Petani Menurut Pengalaman Usahatani Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	75
5. Karakteristik Petani Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	76
6. Pola Saluran Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu,Tahun2020	78
7. Rata-rata Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020 (1 Bulan)	90
8. Profit Margin Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	92
9. <i>Farmer's Share</i> Harga TBS di Tingkat Petani Bulan Agustus	93
10. <i>Farmer's Share</i> Harga TBS di Tingkat Petani Bulan September	94
11. <i>Farmer's Share</i> Harga TBS di Tingkat Petani Bulan Oktober	95
12. Margin Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	96
13. Efisiensi Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	105
2. Karakteristik Pengepul (Tengkulak) Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	107
3. Karakteristik Pedagang Besar (Veron) PT. Pindo Prima Group Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020	107
4. Tempat Penjualan TBS Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020	108
5. Daftar Harga TBS di Terima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran Pemasaran I, Bulan Agustus – Oktober 2020	109
6. Daftar Harga TBS di Terima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran Pemasaran II, Bulan Agustus – Oktober 2020	111
7. Daftar Harga TBS di Terima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran Pemasaran III, Bulan Agustus – Oktober 2020	111
8. Daftar Harga TBS di Terima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Pada Saluran Pemasaran IV, Bulan Agustus – Oktober 2020	112
9. Daftar Harga Jual TBS di Tingkat Pengepul/Tengkulak Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Bulan Agustus – Oktober 2020	112
10. Daftar Harga Jual TBS di Pedagang Besar Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Bulan Agustus – Oktober 2020	113
11. Daftar Harga TBS di KUD di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Bulan Agustus – Oktober 2020	113
12. Daftar Harga TBS di Pabrik Kelapa Sawit (SJI) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Bulan Agustus – Oktober 2020	113

13. Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Saluran Pemasaran I.....	114
14. Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Saluran Pemasaran II	115
15. Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Saluran Pemasaran III ...	115
16. Biaya Pemasaran Petani Kelapa Sawit Saluran Pemasaran IV ...	116
17. Biaya Pemasaran Pedagang Pengepul/Tengkulak	116
18. Biaya Pemasaran Pedagang Besar (Veron)	116
19. <i>Farmer's Share</i> Harga di Tingkat Petani Bulan Agustus	117
20. <i>Farmer's Share</i> Harga di Tingkat Petani Bulan September	117
21. <i>Farmer's Share</i> Harga di Tingkat Petani Bulan Oktober	117
22. <i>Farmer's Share</i> Harga di Tingkat Pengepul/Tengkulak	117
23. <i>Farmer's Share</i> Harga di Tingkat Pedagang Besar	117
24. Profit Margin Petani di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	118
25. Margin Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	118
26. Efisiensi Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu	118
27. Foto Bukti Penelitian	119

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkebunan adalah segala kegiatan pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia, saran produksi, alat dan mesin, budidaya, panen, pengelohan, pemasaran, serta manajemen untuk mewujudkan kesejahteraan bagi pelaku usaha perkebunan dan masyarakat (UU RI No 18, 2004).

Subsektor perkebunan mempunyai peluang yang sangat besar untuk dijadikan andalan ekspor. Pembangunan di bidang perkebunan diarahkan untuk lebih mempercepat laju pertumbuhan produksi baik dari perkebunan besar, swasta maupun perkebunan negara, dan perkebunan rakyat.

Subsektor perkebunan sebagai salah satu bagian dari pertanian dalam arti luas merupakan komponen utama yang penting dalam perekonomian Indonesia. Lahan baru untuk sektor perkebunan, dimana hampir setiap tahunnya selalu diadakan pembukaan lahan. Peran pemerintah sangat penting untuk memajukan sektor perkebunan di Indonesia khususnya perkebunan kelapa sawit yang setiap tahun produksinya mengalami peningkatan.

Kelapa sawit merupakan komoditi dengan jumlah produksi sekaligus pertumbuhan produksi terbesar diantara komoditi unggulan perkebunan di Indonesia (Direktorat Jendral Perkebunan, 2008).

Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian daerah dan nasional khususnya dalam penyediaan bahan pangan minyak nabati, perolehan devisa, penyediaan lapangan

kerja, dan lainnya. Kelapa sawit semula merupakan tanaman yang tumbuh liar di hutan-hutan, lalu dibudidayakan oleh petani (Syahza, 2003).

Kelapa sawit di Provinsi Riau menjadi primadona karena mampu menjadi komoditas unggulan daerah. Hal ini karena didukung dari segi fisik dan oleh aspek lingkungan, keadaan daerah Riau menjadi pengembangan sektor perkebunan kelapa sawit. Kondisi daerah Riau yang relatif datar memudahkan dalam pengelolaannya dan dapat menekan biaya produksi. Kondisi tanah yang memungkinkan untuk ditanami kelapa sawit sehingga menghasilkan produksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi lainnya. Dari segi pemasaran hasil produksi yang letaknya berdekatan dengan pasar internasional yaitu Singapura. Berdasarkan hasil produksi (TBS) yang telah dicapai menunjukkan bahwa kelapa sawit memberikan pendapatan yang tinggi kepada petani dibandingkan dengan jenis tanaman perkebunan lainnya (Syahza, 2003).

Perkebunan mempunyai kedudukan yang penting di dalam pengembangan pertanian baik di tingkat nasional maupun regional. Tanaman perkebunan yang merupakan tanaman perdagangan yang cukup potensial di daerah ini ialah kelapa sawit, karet, kelapa, kopi, dan pinang. Data luas dan produksi tanaman perkebunan tahun 2017 yang dikumpulkan dari Dinas Perkebunan menunjukkan adanya perubahan luas areal tanaman pada komoditi kelapa sawit dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Luas areal perkebunan kelapa sawit 2.423.801 hektar, kelapa 510.925 hektar, karet 487.952 hektar dan kopi 4.511 hektar dengan produksi tanaman kelapa sawit 7.779.659 ton, kelapa 415.927 ton, karet 355.613 ton dan kopi 2.782 ton.

Peningkatan produksi berperan penting bagi pendapatan negara ataupun pendapatan bagi masyarakat khususnya para petani kelapa sawit. Semakin besar produksi kelapa sawit, maka akan berpengaruh positif terhadap pendapatan petani kelapa sawit. Pendapatan petani ini akan meningkat jika ditunjang dengan pemasaran tandan buah segar kelapa sawit (TBS) yang baik, khususnya dalam hal harga, saluran pemasaran, dan fungsi pemasaran.

Menurut sudiyono (2003) pemasaran dianggap sebagai proses aliran barang yang terjadi dalam pasar. Dalam pemasaran barang mengalir dari produsen sampai kepada konsumen akhir yang disertai penambahan guna bentuk melalui proses pengolahan, guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan.

Berdasarkan data statistik komoditas kelapa sawit di Provinsi Riau dari tahun 2013 sampai tahun 2017, luas lahan dan produksi tanaman kelapa sawit mengalami perubahan. Lebih jelas nya dapat dilihat dari Tabel 1.

Tabel 1. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit di Provinsi Riau Tahun 2014-2018

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1	2014	2.411.820	7.761.293
2	2015	2.424.545	7.841.947
3	2016	2.425.138	7.777.069
4	2017	2.423.801	7.779.659
5	2018	2.489.957	7.683.535

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, (Riau Dalam Angka 2015-2019)

Pada tabel 1 di atas menunjukkan luas lahan dan produksi komoditas kelapa sawit di Provinsi Riau mengalami peningkatan setiap tahunnya, yaitu di mulai dari tahun 2014 dengan luas lahan yaitu 2.411.820 Ha serta produksi 7.761.293 ton. Pada tahun 2015 mengalami peningkatan luas lahan yaitu 2.424.545 Ha serta produksi 7.841.947 ton. Pada tahun 2016 mengalami peningkatan luas lahan yaitu

2.425.138 Ha namun produksinya mengalami penurunan yaitu 7.777.069 ton. Pada tahun 2017 mengalami penurunan luas lahan yaitu 2.423.801 Ha dan produksi juga mengalami peningkatan yaitu 7.779.659 ton. Pada tahun 2018 mengalami peningkatan luas lahan yaitu 2.489.957 Ha dan mengalami penurunan produksi yaitu 7.683.535 ton. Penurunan ini disebabkan salah satunya adalah karena faktor umur ekonomis tanaman yang sudah tua.

Pembangunan disektor pertanian selain bertujuan meningkatkan produksi juga untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Dengan tingkat luas tanam yang meningkat di Provinsi Riau tanaman kelapa sawit akan menghasilkan produksi yang meningkat. Sehingga dengan produksi yang meningkat Provinsi Riau mampu meningkatkan peluang pasar yang tinggi sehingga mampu meningkatkan pendapatan daerah dan petani kelapa sawit yang ada di Provinsi Riau. Data luas lahan dan produksi tanaman perkebunan kelapa sawit Provinsi Riau dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kelapa Sawit Petani Swadaya Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Riau, Tahun 2018.

No	Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)				Produksi (Ton)
		TBM	TM	TTR	Total	
1	Kuantan Singingi	12.763	63.420	1.092	77.275	174.653
2	Indragiri Hulu	2.844	53.891	150	56.885	222.704
3	Indragiri Hilir	22.786	81.896	4.095	108.777	274.449
4	Pelalawan	2.028	134.845	374	137.246	543.386
5	Siak	20.757	211.846	75	232.680	749.160
6	Kampar	19.764	205.505	647	225.916	533.006
7	Rokan Hulu	45.622	162.592	2.659	210.875	644.869
8	Bengkalis	35.121	112.500	653	148.283	218.779
9	Rokan Hilir	21.540	157.504	14.737	193.781	515.291
10	Kepulauan Meranti	-	-	-	-	-
11	Pekanbaru	3.376	773	-	4.149	2.874
12	Dumai	12.150	25.457	743	38.350	82.122
13	Rakyat	198.750	1.210.239	25.224	1.434.213	3.961.292
14	PBN	9.749	67.178	1.405	78.332	457.295

No	Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)				Produksi (Ton)
		TBM	TM	TTR	Total	
15	PBS	84.480	883.558	9.373	977.441	3.264.947
Jumlah		292.979	2.160.975	360.002	2.489.957	7.683.535

Sumber: Dinas Perkebunan Provinsi Riau, Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa rata-rata setiap kabupaten/kota di Provinsi Riau memiliki areal perkebunan yang cukup luas. Hal ini dapat dilihat dari daerah Kabupaten Rokan Hulu yang memiliki luas lahan no. 3 terbesar di Provinsi Riau yaitu 210.875 Ha dan memiliki jumlah produksi no. 2 terbanyak di Provinsi Riau yaitu 644.869 ton. Sedangkan daerah yang paling kecil areal luas lahannya adalah daerah Kota Pekanbaru yaitu 4.149 Ha dengan jumlah produksi yang paling kecil yaitu 2.874 ton.

Provinsi Riau merupakan salah satu provinsi yang mempunyai luas lahan tertinggi dan produksi tertinggi dari provinsi lainnya. Hal ini didukung dengan pengembangan budidaya kelapa sawit setiap daerah kabupaten/kota yang sangat berkembang dengan pesat. Kabupaten Rokan Hulu merupakan daerah pengembangan kelapa sawit terbesar yang ada di Provinsi Riau. Hal ini dapat dilihat dari luas lahan dan jumlah produksi yang tinggi.

Kabupaten Rokan Hulu memiliki 16 Kecamatan yaitu Kecamatan Rokan IV Koto, Pendalian IV Koto, Tandun, Kabun, Ujung Batu, Rambah Samo, Rambah, Rambah Hilir, Bangun Purba, Tambusai, Tambusai Utara, Kepenuhan, Kepenuhan Hulu, Kunto Darussalam, Pagaran Tapah Darussalam, dan Bonai Darussalam. Rata-rata disetiap kecamatan yang ada di daerah Kabupaten Rokan Hulu menjadikan tanaman kelapa sawit sebagai sumber pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Setiap masyarakat menggantungkan kehidupan mereka dari pendapatan yang mereka terima dari hasil penjualan kelapa sawit tersebut. Sehingga menyebabkan tanaman kelapa sawit menjadi komoditas utama mata pencaharian setiap masyarakat di Kabupaten Rokan Hulu. Data luas lahan dan produksi tanaman kelapa sawit di Kabupaten Rokan Hulu terdapat pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas Lahan dan Produksi Tanaman Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2018.

No	Kecamatan	Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit	
		Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)
1	Rokan IV Koto	6.466	21.757
2	Pendalian IV Koto	1.855	4.454
3	Tandun	5.550	9.743
4	Kabun	3.664	8.957
5	Ujung Batu	2.186	7.261
6	Rambah Samo	19.142	62.296
7	Rambah	2.894	8.365
8	Rambah Hilir	7.885	25.901
9	Bangun Purba	9.515	28.357
10	Tambusai	32.140	107.024
11	Tambusai Utara	66.804	188.889
12	Kepenuhan	6.866	22.635
13	Kepenuhan Hulu	10.433	36.074
14	Kunto Darussalam	22.067	73.823
15	Pagaran Tapah Darussalam	4.807	18.777
16	Bonai Darussalam	8.599	20.556
Total		210.873	644.869

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hulu, (Rokan Hulu Dalam Angka 2019).

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa Kecamatan Kepenuhan daerah penghasil kelapa sawit nomor 9 dari 16 kecamatan yang ada di Kabupaten Rokan Hulu dari segi luas lahan yaitu 6.866 Ha dan penghasil jumlah produksi kelapa sawit nomor 8 dari 16 kecamatan yaitu 22.635 ton yang ada di Kabupaten Rokan Hulu.

Untuk tidak terjadinya kerugian petani, pemerintah menetapkan harga TBS yang dapat meminimalisir tingkat kerugian akibat harga yang ditetapkan pengepul(toke) dan PKS. Lebih detailnya dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Daftar Penetapan Harga TBS di Provinsi Riau tahun 2019

No	Bulan	Harga TBS/ Umur Tanaman(Tahun)/(Rp)			
		3 – 5	6 – 9	10 – 20	21 – 25
1	Januari	1.231,26	1.433,88	1.526,11	1.423,23
2	Februari	1.266,92	1.477,73	1.572,95	1.466,08
3	Maret	1.207,89	1.410,44	1.502,00	1.398,82
4	April	1.203,51	1.405,33	1.496,56	1.393,76
5	Mei	1.135,09	1.325,51	1.411,60	1.314,55
6	Juni	1.118,27	1.305,73	1.390,46	1.294,97
7	Juli	1.067,60	1.246,95	1.328,02	1.236,53
8	Agustus	1.175,41	1.373,19	1.462,61	1.361,62
9	September	1.187,36	1.387,54	1.478,05	1.375,79
10	Oktober	1.163,14	1.359,92	1.448,92	1.348,20
11	November	1.375,73	1.609,24	1.714,86	1.595,23
12	Desember	1.555,70	1.817,35	1.935,62	1.802,27

Sumber : Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Riau Tahun 2019

Pada Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa setiap bulannya terdapat perubahan harga yang signifikan yang ditetapkan oleh pihak dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan Provinsi Riau tahun 2019 berdasarkan umur tanaman kelapa sawit yang dimulai dari umur 3 – 25 tahun. Harga yang ditetapkan dibuat berdasarkan hasil rapat yang dilakukan pihak dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan Provinsi Riau. Untuk harga tertinggi yang ditetapkan dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan pada tanaman kelapa sawit berumur 3 – 5 tahun terdapat dibulan Desember dengan harga Rp. 1. 555,70 dan harga terendah terdapat pada bulan Juli dengan harga Rp. 1.067,60. Untuk harga tertinggi yang ditetapkan dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan pada tanaman kelapa sawit berumur 6 – 9 tahun terdapat dibulan Desember dengan harga Rp. 1.817,35 dan harga terendah terdapat dibulan juli dengan harga Rp. 1.246,99. Untuk harga tertinggi yang ditetapkan dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan pada tanaman kelapa sawit berumur 10 – 20 tahun terdapat dibulan Desember dengan harga Rp. 1.935,62 dan harga terendah

terdapat dibulan Juli dengan harga Rp. 1.328,02. Untuk harga tertinggi yang ditetapkan dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan pada tanaman kelapa sawit berumur 21 – 25 terdapat dibulan Desember dengan harga Rp. 1.802,27 dan harga terendah terdapat dibulan Juli dengan harga Rp. 1.236,53.

Produksi kelapa sawit merupakan hasil dari transformasi input pertanian seperti lahan, tenaga kerja, bibit, pupuk, dan pestisida. Kombinasi input-input tersebut menghasilkan produksi yang tinggi yang diharapkan petani. Produksi tersebut harus dipasarkan untuk menghasilkan produk-produk hilir.

Tabel 5. Daftar Harga TBS di Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019

No	Bulan	Harga TBS/Umur Tanaman(Tahun)/(Rp)			
		3 – 5 Tahun	6 – 9 Tahun	10 – 20 Tahun	21 – 25 Tahun
1	Januari	975,65	1.157,49	1.285,74	1.147,33
2	Februari	993,87	1.189,90	1.332,43	1.178,09
3	Maret	963,56	1.135,83	1.272,75	1.156,53
4	April	957,88	1.128,40	1.185,67	1.152,42
5	Mei	935,67	1.118,93	1.195,87	1.100,87
6	Juni	927,90	1.000,75	1.210,45	1.087,99
7	Juli	900,66	987,78	1.104,10	998,45
8	Agustus	932,80	1.124,66	1.370,27	1.117,79
9	September	940,93	1.126,99	1.420,78	1.113,41
10	Oktober	928,45	1.120,55	1.487,00	1.104,76
11	November	1.145,97	1.340,65	1.500,90	1.325,80
12	Desember	1.255,55	1.560,77	1.700,86	1.557,77

Sumber :UPTD Perkebunan Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019.

Pada Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa setiap bulannya terdapat perubahan harga yang signifikan yang terjadi dari periode bulan Januari hingga bulan Desember 2019. Harga tertinggi untuk TBS umur 3-5 tahun terdapat pada bulan Desember 2019. Harga tertinggi untuk TBS umur 3-5 tahun terdapat pada bulan Desember 2019 dengan harga sebesar Rp. 1.255,55/Kg, sedangkan harga terendah terdapat pada bulan Juli 2019 dengan harga sebesar Rp. 900,66/Kg. Untuk TBS umur 6-9 tahun harga tertinggi terdapat pada bulan Desember 2019 dengan harga

sebesar Rp. 1.560,77/Kg, sedangkan harga terendah terdapat pada bulan Juli 2019 dengan harga sebesar Rp. 987,78/Kg. Untuk TBS umur 10-20 tahun harga tertinggi terdapat pada bulan Desember 2019 dengan harga sebesar Rp. 1.700,86/Kg, sedangkan harga terendah terdapat pada bula Juli 2019 dengan harga sebesar Rp. 1.104,10/Kg. Untuk TBS umur 21-25 tahun harga tertinggi terdapat pada bulan Desember 2019 dengan harga sebesar Rp. 1.557,77/Kg, sedangkan harga terendah terdapat pada bulan Juli 2019 dengan harga sebesar Rp. 998,45/Kg. Perubahan harga yang terjadi menyebabkan proses pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan mengalami naik dan turun nya pendapatan yang diterima oleh petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan.

Perbedaan harga ditingkat provinsi dan ditingkat kecamatan diakibatkan oleh aktivitas biaya pemasaran yang di keluarkan oleh para pelaku pemasaran, seperti lembaga pemasaran yang terdiri dari pengepul/tengkulak, pedagang besar, KUD, dan pabrik kelapa sawit. Biaya pemasaran yang di keluarkan oleh lembaga pemasaran seperti biaya produksi, biaya transportasi, biaya bongkar-muat, biaya infrastruktur jalan, pajak dan biaya tak terduga lainnya. Pengeluaran biaya pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran menyebabkan perubahan harga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah yang bertujuan untuk melindungi petani dari kerugian. Dampak perubahan harga yang ditetapkan setiap lembaga pemasaran menyebabkan persaingan ditingkat lembaga pemasaran. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Suatu perusahaan atau industri harus lebih memperhatikan penetapan harga produknya. Penetapan harga merupakan suatu unsur pokok dalam perumusan strategi pemasaran. Apabila situasi persaingan pada suatu daerah berubah, maka

penetapan harga yang dilakukan oleh manajemen perusahaan juga relatif akan berubah sesuai dengan keadaan pasar. Oleh karena itu penetapan harga merupakan strategi dasar untuk menarik konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan.

Kegiatan pemasaran kelapa sawit di daerah penelitian ini telah melibatkan berbagai pihak dalam kegiatan bisnis seperti petani sebagai produsen penghasil TBS, pedagang pengumpul yang membeli TBS dari petani dan PKS tempat terbentuknya TBS menjadi CPO yang dibeli dari pedagang pengumpul.

Dengan adanya perbedaan saluran pemasaran yang terjadi di daerah ini dapat menimbulkan terjadinya perbedaan harga yang diterima petani dan lembaga pemasaran yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap pendapatan petani. Berdasarkan keterangan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti proses pemasaran kelapa sawit. Penulis mengangkat judul tentang “Analisis Pemasaran TBS Petani Swadaya di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu”.

1.2. Rumusan Masalah

Pada umumnya, setiap petani memiliki pandangan yang berbeda terhadap harga kelapa sawit di pedagang pengumpul dengan di pabrik sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi sebuah keputusan petani dalam memasarkan kelapa sawit, berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik petani kelapa sawit swadaya pada pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu ?

2. Bagaimana saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan *farmer's share* TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu ?
3. Bagaimana margin yang diterima oleh pelaku lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis karakteristik petani kelapa sawit swadaya pada pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.
2. Menganalisis saluran pemasaran, dan fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.
3. Menganalisis margin yang diterima oleh pelaku lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

1. Petani, sebagai masukan informasi, melalui penelitian ini petani akan memperoleh masukan khususnya untuk pemasaran kelapa sawit guna meningkatkan kepuasan petani serta meningkatkan harga TBS kelapa sawit sehingga target pemasaran kelapa sawit tercapai.

2. Penulis
 - a. Sebagai pengalaman yang dapat memotivasi penulis untuk dapat melakukan sesuatu yang lebih tinggi.
 - b. Sebagai media latihan dalam meningkatkan ilmu yang diperoleh dibangku kuliah.
3. Institusi pendidikan dan pihak lain. Hasil kajian ini dapat dijadikan bahan studi kepustakaan untuk penelitian selanjutnya.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 5 desa terbesar di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Studi ini bertujuan untuk melakukan analisis pemasaran TBS. Petani yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah petani yang memiliki kebun kelapa sawit pola swadaya dan tanaman kelapa sawitnya sudah berumur 10-20 tahun. Sedangkan yang menjadi objek adalah pengepul/tengkulak, peangang besar (Veron) atau KUD tempat petani menjual TBS. Harga dan biaya pemasaran TBS yang akan dianalisis adalah pada tingkat petani, pengepul/tengkulak, pedagang besar (Veron) dan pabrik pada masing-masing sampel yang selanjutnya akan ditelusuri pada masing-masing saluran pemasaran yang terjadi.

Studi ini menganalisis saluran lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Penelitian ini terkonsentrasi untuk mengetahui efisiensi pemasaran TBS petani swadaya.

Pemasaran TBS petani swadaya di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu mengalami berbagai macam kendala dan masalah serta terdapat beberapa jenis pola pemasaran dalam proses memasarkan TBS petani swadaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder dianalisis untuk menghitung dan mengetahui besarnya biaya pemasaran, keuntungan pemasaran margin pemasaran, *share* harga petani dan efisiensi pemasaran bahan olahan sawit rakyat.

Keterbatasan penelitian ini, yaitu: studi yang menggunakan data primer ini hanya mengkaji kegiatan pemasaran sampai pada penjualan ke pabrik dengan perhitungan analisis margin, *share* dan efisiensi, namun harga penjualan oleh pabrik dan biaya-biaya yang dikeluarkan pabrik dalam proses pemasaran tidak dilakukan analisis.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tanaman Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis Guinensis Jack*) berasal dari Nigeria, Afrika Barat. Meskipun demikian, ada yang menyatakan bahwa kelapa sawit berasal dari Amerika Selatan yaitu Brazil karena lebih banyak ditemukannya spesies kelapa sawit di hutan Brazil dibandingkan dengan Afrika. Pada kenyataannya tanaman kelapa sawit hidup subur diluar daerah asalnya, seperti Malaysia, Indonesia, Thailand, dan Papua Nugini. Bahkan mampu memberikan hasil produksi per hektar yang lebih tinggi. Kelapa sawit kini telah menyebar di Indonesia, bahkan sebagian besar perkebunan rakyat telah dialih fungsikan menjadi kebun kelapa sawit (Fauzi, 2012).

Kelapa sawit yang tumbuh tegak lurus dapat mencapai ketinggian 15-20 meter. Tanaman berumah satu (*monoecious*) karena bunga jantan dan bunga betina terdapat pada satu pohon. Bunga kelapa sawit terdiri dari bunga jantan dan bunga betina. Bunga jantan memiliki bentuk lancip dan panjang sementara bunga betina terlihat lebih besar dan mekar (Setyamidjaja, 1991).

Kelapa sawit merupakan tanaman monokotil. Tanaman ini berakar serabut yang berfungsi sebagai penyerap unsur hara dalam tanah, respirasi tanaman dan sebagai penyangga berdirinya tanaman. Batangnya tidak mempunyai kambium dan umumnya tidak bercabang.

Daun kelapa sawit mirip dengan kelapa, yaitu membentuk susunan daun majemuk, bersirip genap, dan bertulang daun sejajar. Daun-daun ini membentuk

pelepah yang panjangnya mencapai lebih dari 7,5-9 m. Kelapa sawit merupakan tanaman berumah satu (*monoecious*), artinya bunga jantan dan betina terdapat dalam satu tanaman serta masing-masing terangkai dalam satu tandan. Buah (*fructus*) pada kelapa sawit dihasilkan setelah tanaman berumur 3,5 tahun dan diperlukan waktu 5-6 bulan dari penyerbukan hingga buah matang dan siap dipanen (Fauzi, 2002).

Habitat aslinya kelapa sawit adalah daerah semak belukar. Tanaman ini tumbuh sempurna di ketinggian 1-500 mdpl dengan kelembaban 80-90% dan kecepatan angin 5-6 km/jam untuk membantu proses penyerbukan. Sawit membutuhkan iklim dengan curah hujan stabil, 2000-2500 mm setahun. Pola curah hujan tahunan memengaruhi perilaku pembungaan dan produksi buah sawit. Tanaman kelapa sawit memerlukan penyinaran antara 5-7 jam/hari. Temperatur optimal untuk pertumbuhan kelapa sawit 24°C - 28°C.

Kelapa sawit dapat tumbuh dengan baik di daerah tropis (15°LU - 15°LS). Curah hujan optimal untuk tanaman kelapa sawit adalah 1.250 – 2.500 mm/tahun. Kelapa sawit lebih toleran dengan curah hujan yang tinggi dibandingkan dengan jenis tanaman lainnya. Jumlah bulan kering lebih dari 3 bulan merupakan faktor pembatas berat. Adanya bulan kering yang panjang dan curah hujan yang rendah akan menyebabkan terjadinya defisit air. Keadaan angin tidak terlalu berpengaruh karena kelapa sawit lebih tahan terhadap angin kencang di bandingkan tanaman lainnya (Pusat Penelitian Kelapa Sawit, 2006).

Kelapa sawit kini telah menyebar di Indonesia, bahkan sebagian besar perkebunan rakyat telah dialih fungsikan menjadi kebun kelapa sawit.

Pengembangan perkebunan tidak hanya diarahkan pada sentra-sentra produksi seperti Sumatera dan Kalimantan, tetapi daerah potensi pengembangan seperti Sulawesi dan Irian Jaya terus dilakukan. Data dilapangkan menunjukkan kecenderungan peningkatan luas areal perkebunan kelapa sawit khususnya perkebunan rakyat (Ahmad, 2004).

Klasifikasi kelapa sawit adalah sebagai berikut :

Divisi : Spermatophyta
Subdivis : Angiospermae
Kelas : Monocotyledonae
Family : Palmaceae
Genus : *Elaeis*
Spesies : *Elaeis guineensis Jacq*

Kelapa sawit berbentuk pohon yang tingginya dapat mencapai 24 m. Akar serabut tanaman kelapa sawit mengarah ke bawah dan samping. Selain itu juga terdapat beberapa akar napas yang tumbuh mengarah ke samping atas untuk mendapatkan tambahan aerase (Adi, 2008).

Menurut Fauzi (2012) ciri fisiologis dari tanaman kelapa sawit bisa dilihat dari bentuk daun, batang, akar, bunga dan buah.

1. Daun

Daun kelapa sawit mirip kelapa, yaitu membentuk susunan daun majemuk, bersirip genap, dan bertulang sejajar. Daun – daun membentuk satu pelepah yang panjangnya mencapai lebih dari 7,5 – 9 m. Jumlah anak daun disetiap pelepah berkisara 250 – 400 helai. Daun muda yang masih kuncup berwarna kuning pucat. Pada tanah yang subur, daun cepat membuka sehingga makin efektif melakukan

fungsinya sebagai tempat berlangsungnya fotosintesis dan sebagai alat respirasi. Jumlah kedudukan dan pelepah daun pada batang sawit disebut filotaksis yang dapat ditentukan berdasarkan perhitungan susunan anak daun, yaitu dengan menggunakan rumus duduk daun $1/8$. Artinya setiap satu kali berputar melingkari batang, terdapat duduk daun (pelepah) sebanyak delapan helai.

2. Batang

Kelapa sawit merupakan tanaman monokotil, yaitu batangnya tidak mempunyai kambium dan umumnya tidak bercabang. Batang berfungsi sebagai struktur tempat melekatnya daun, bunga dan buah. Batang juga berfungsi sebagai organ penimbun zat makanan yang memiliki sistem pembuluh yang mengangkut air dan hara mineral dari akar ke tajuk serta fotosinrat (hasil fotosintesis) dari daun keseluruh bagian tanaman. Batang kelapa sawit berbentuk silinder dengan diameter 20-75 cm. Tanaman yang masih muda batangnya tidak terlihat karena tertutup oleh pelepah daun.

3. Akar

Tanaman kelapa sawit berakar serabut. Perakarannya sangat kuat karena tumbuh kebawah dan kesamping membentuk akar primer, sekunder, tersier dan kuarter. Akar tanaman kelapa sawit berfungsi sebagai penyerap unsur hara dalam tanah dan respirasi tanaman. Selain itu, akar tanaman kelapa sawit juga berfungsi sebagai penyangga berdirinya tanaman kelapa sawit sehingga mampu menyokong tegaknya tanaman pada ketinggian yang mencapai puluhan meter ketika tanaman sudah berumur 25 tahun. Akar tanaman kelapa sawit tidak berkuku, ujungnya runcing dan berwarna putih atau kekuningan.

4. Bunga

Kelapa sawit merupakan tanaman berumah satu (*monoecious*), artinya bunga jantan dan bunga betina terdapat dalam satu tanaman serta masing-masing terangkai dalam satu tandun. Rangkaian bunga jantan dan bunga betina terpisah. Setiap rangkaian bunga muncul dari pangkal pelepah daun (ketiak daun). Setiap ketiak daun hanya menghasilkan satu infloresensi (bunga majemuk). Bunga jantan bentuknya lonjong memanjang dengan ujung kelopak agak meruncing dan garis tengah bunga lebih kecil, sedangkan bunga betina bentuknya agak bulat dengan ujung kelopak agak rata dan garis tengah lebih besar.

5. Buah

Kelapa sawit mempunyai warna bervariasi, dari hitam, ungu, hingga merah tergantung bibit yang digunakan. Buah bergerombol dalam tandan yang muncul dari setiap pelepah. Buah terdiri dari beberapa lapisan :

- a. *Eksokarp*, bagian kulit buah berwarna kemerahan dan licin.
- b. *Mesokarp*, serabut buah.
- c. *Endokarp*, cangkang pelindung inti.
- d. Inti sawit (karnel, yang sebetulnya adalah biji) merupakan endosperma dan embrio dengan kandungan minyak inti berkualitas tinggi.

Kelapa sawit berkembang biak dengan cara generatif. Buah sawit matang pada kondisi tertentu embrionya akan berkecambah menghasilkan tunas (*plumula*) dan bakal akar (*radikula*) (Setyamidjaja, 1991).

2.2. Petani Swadaya

Petani pola swadaya dalam menjalankan usahataniya belum sepenuhnya mengaplikasikan ilmu yang mereka dapat ataupun dalam pengalaman mereka bekerja sebagai tenaga perkebunan. Sebagian besar masih melakukan pengelolaan sesuai dengan tingkat kemampuan, sebagai contoh dalam penggunaan pupuk, mereka melakukan pemupukan ketika mereka ada uang yang cukup untuk itu, sedikit yang berfikir untuk melakukan peminjaman.

Untuk masa-masa akan datang luas areal kelapa sawit akan terus berkembang, karena tingginya animo masyarakat terhadap perkebunan kelapa sawit. Perkembangan luas areal perkebunan tersebut tentu akan diikuti oleh peningkatan produksi Tandan Buah Segar (TBS). Dari sisi lain untuk pengolahan TBS harus didukung oleh Pabrik Kelapa Sawit (PKS). Namun kenyataannya pabrik kelapa sawit yang ada tidak mencukupi untuk menampung TBS dari kebun petani baik petani plasma maupun petani swadaya, ini mengakibatkan peningkatan suplai dari TBS terutama sekali dari perkebunan rakyat (Swadaya) (Syahza, 2004).

Menurut hadi, dkk (2009) petani swadaya murni sama sekali belum memiliki kelembagaan seperti KUD dan kelompok tani, yang disebabkan lemahnya pembinaan oleh instansi terkait, sebagai akibat tidak terdatanya perkebun kelapa sawit murni. Perkebunan kelapa sawit swadaya murni di Provinsi Riau berkembang disekitar areal pengembangan perkebunan pola PIR, karena terkait dengan penyebaran teknik budidaya kelapa sawit, tersedianya infrastruktur dan pabrik pengolahan (PKS) sebagai penampung hasil (TBS). Perkebunan kelapa

sawit swadaya murni berkembang secara alami tanpa pembinaan dan subsidi pemerintah, dengan sumber pembiayaan berasal dari model sendiri dan sebagian kecil memanfaatkan pinjaman kredit informal (non bank).

2.3. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu perpaduan aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bersifat serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpuaskan dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu (Oentoro, 2010).

Pemasaran bertujuan untuk mengetahui dan memahami konsumen dengan baik sehingga produk atau jasa yang dipasarkan dapat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran komoditas pertanian terdapat pelaku-pelaku ekonomi yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan cara melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran. Terdapat lima pendekatan pemasaran pertanian yaitu pendekatan komoditi, pendekatan lembaga, pendekatan fungsi, pendekatan teori ilmu ekonomi dan pendekatan sistem (Sudiyono,2002).

Pemasaran pertanian adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono, 2001).

Menurut Rahim, dkk (2007), Pemasaran komoditas pertanian merupakan kegiatan/proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen (petani, peternak, dan nelayan) sampai ke konsumen/pedagang perantara (tengkulak, pengumpul,

pedagang besar, dan pengecer) berdasarkan pendekatan sistem pemasaran (*marketing system approach*), kegunaan pemasaran (*marketing utility*) dan fungsi-fungsi pemasaran (*marketing function*).

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Abdullah dan Tantri, 2012).

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba (Dharmmerta dan Handoko, 2009). Pemasaran dapat juga dikatakan sebagai suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu atau kelompok apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pemasaran yang lebih efisien menurut Mubyarto (1985) bahwa ada dua persyaratan yang harus dipenuhi yaitu : (a) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya, dan (b) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut.

2.4. Pemasaran Dalam Perspektif Islam

Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT yang maha menciptakan dunia ini, berusaha

semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. 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:

﴿ إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدَا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِّبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ ۚ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴾

Artinya :

“Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin 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”.

Makna Umum Ayat :Ayat ini menerangkan hukum transaksi secara umum, lebih khusus kepada transaksi perdagangan, bisnis jual beli. Sebelumnya telah diterangkan transaksi muamalah yang berhubungan dengan harta, seperti harta anak yatim, mahar, dan sebagainya. Dalam ayat ini Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dengan jalan yang bathil, yaitu yang tidak

dibenarkan oleh syari'at. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan jalan perdagangan dengan asas saling ridho, saling ikhlas. Dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh, dan Allah menerangkan semua ini, sebagai wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kita.

Dari ayat tersebut dapat kita ketahui pula, *Pertama*, perusahaan harus dapat menjamin produknya. Jaminan yang dimaksud mencakup dua aspek – material, yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian; aspek non-material mencakup kehalalan dan kaislaman dalam penyajian. *Kedua*, yang dijelaskan Allah adalah manfaat produk. Produk bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, menurut Al-Quran, sesuai petunjuk dalam QS. Al-An'am: 143, yang artinya, “ Beritahukanlah kepadaku (berdasarkan pengetahuan) jika kamu memang orang-orang yang benar.” Ayat ini mengajarkan kepada kita, untuk meyakinkan seseorang terhadap kebaikan haruslah berdasarkan ilmu pengetahuan, data, dan fakta. Jadi, dalam menjelaskan manfaat produk, nampaknya peranan data dan fakta sangat penting. *Ketiga*, penjelasan mengenai sasaran atau customer dari produk yang dimiliki oleh perusahaan. Makanan yang halal dan baik yang menjadi darah dan daging manusia akan membuat kita menjadi taat kepada Allah. Sebab konsumsi yang dapat menghantarkan manusia kepada ketakwaan harus memenuhi tiga syarat : (1) Materi yang halal, (2) Proses pengolahan yang bersih (thaharah), dan (3) Penyajian yang islami.

2.5. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjelankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Rahim, dkk. 2007).

Stem dan El-Ansary dalam Kotler (2002) menambahkan bahwa perantara memperlancar arus barang dan jasa karena menghubungkan ketidaksesuaian antara berbagai barang dan jasa yang dihasilkan produsen dan berbagai macam barang yang diminta konsumen, sedangkan ketidaksesuaian tersebut ditimbulkan dari kenyataan bahwa produsen menghasilkan sejumlah besar barang dengan keragaman terbatas sedangkan konsumen hanya menginginkan jumlah terbatas dari banyaknya ragam. Secara umum lembaga pemasaran dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan penguasaan terhadap barang yaitu :

- a. Lembaga pemasaran yang tidak dimiliki namun menguasai barang, misalnya agen, perantara dan broker.
- b. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai barang, contohnya pedagang pengumpul, pedagang pengecer, grosir dan eksportir/importir.

- c. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai barang, yaitu fasilitas pengangkutan, pergudangan, asuransi dan lain-lain.

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan koneksitas dengan badan usaha dan atau individu lainnya. Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Peran lembaga pemasaran adalah melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal.

Menurut Sudiyono (2001) lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran dari produsen menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran ini timbul karna adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen. Lembaga pemasaran menjalankan fungsi-fungsi pemasaran untuk keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Menurut Philip Khotler (2002) mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau di konsumsi.

Menurut Basu Swastha (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Menurut Warren Jkeegen (2003) saluran pemasaran atau saluran distribusi (*marketing channels*) adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ketangan konsumen atau pemakaian industri.

Menurut Kotler (2002:558) definisi saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjajakan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu unsur yang penting dalam rencana pemasaran suatu perusahaan. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangka proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen.

Saluran pemasaran merupakan saluran yang menghubungkan pembeli dengan penjual. Terdapat dua jenis saluran, yaitu saluran komunikasi dan saluran distribusi. Saluran komunikasi mengirimkan ke pembeli dan menerima pesan dari pembeli sasaran. Saluran distribusi menunjukkan, menjual, dan mengirimkan fisik produk atau layanan kepada pembeli atau pemakai (Kotler, 2002).

Saluran pemasaran antara satu dengan bagian lain yang merupakan satu kesatuan yang saling bergantung sehingga membentuk system saluran pemasaran (*marketing channel system*). Saluran pemasaran mempunyai andil dalam menyampaikan barang ke konsumennya itu sebagai agen, bagaimana perantara pemasaran bernegosiasi atas barang milik produsen dengan konsumen, bagaimana perantara terlibat dalam proses untuk membuat produk atau jasa yang siap untuk dikonsumsi oleh konsumen (Soekartawi, 2004).

Adapun Pelaku pemasaran adalah sebagai berikut :

a. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah rantai tataniaga atau lembaga akan melakukan penyortiran dan membeli tandan buah segar (TBS) kelapa sawit yang akan dijual ke pabrik kelapa sawit.

b. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah lembaga atau orang yang menyelenggarakan kegiatan tataniaga hasil produksi tanaman kelapa sawit dari petani.

c. Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit (PKS)

Pabrik pengolahan kelapa sawit adalah tempat penampung produksi kelapa sawit dari distributor dan agen untuk diolah menjadi CPO, atau produk turunan lainnya.

Menurut Khotler (1996), mengemukakan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau di konsumsi. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada.

Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a.) Saluran distribusi langsung, saluran ini merupakan distirbusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke kensumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat menjual barangnya melalui pos atau mendatangu langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran nol tingkat (*Zero Stage Chanel*).

- b.) Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengecer. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (*one stage chanel*).
- c.) Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer saja. Saluran distribusi semacam ini disebut juga saluran distribusi dua tingkat (*two stage chanel*).
- d.) Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Saluran distribusi seperti ini dikenal juga dengan istilah saluran distribusi tiga tingkat (*three stage chanel*), (Kotler, 1996).

2.6. Fungsi Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut pendapat William J Stanton (2001) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Menurut Soekartawi (1993) menyatakan bahwa pemasaran dapat terbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal demikian tergantung dari macam komoditi, lembaga pemasaran dan sistem pasar. Di sektor pertanian suatu produk harus cepat sampai ke tangan konsumen, hal ini akan melibatkan lembaga pemasaran yang memegang peranan penting dan juga menentukan saluran pemasaran fungsi setiap lembaga pemasaran juga berbeda antara satu sama lain yang dicirikan oleh aktivitas yang dilakukan dan skala usaha.

Menurut Phillip Kotler (2007), pengertian pemasaran ialah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Adapun fungsi-fungsi pemasaran ialah :

a. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar pemindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi ini meliputi proses pembelian kelapa sawit dari petani kelapa sawit, baik pedagang pengumpul, maupun pedagang besar.

b. Fungsi Fisik

Fungsi fisik adalah semua tindakan yang langsung berhubungan dengan barang dan jasa sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi ini meliputi tempat penyimpanan kelapa sawit, tempat sortasi buah kelapa sawit dan proses bongkar muat kelapa sawit.

c. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas adalah kegiatan-kegiatan yang dapat membantu sistem pemasaran agar beroperasi lebih lanjut.

Fungsi ini meliputi hal-hal berikut :

- a.) Informasi Pasar. Pembeli memerlukan informasi mengenai harga dan sumber-sumber penawaran. Informasi pasar ini dapat diperoleh dari berbagai sumber baik itu media massa, pemerintahan, perusahaan swasta, maupun lembaga pendidikan.
- b.) Penanggungungan Risiko. Pemilik produk menghadapi resiko sepanjang saluran pemasaran.
- c.) Standarisasi dan Grading. Standarisasi memudahkan produk untuk dijual dan dibeli, sedangkan Grading adalah klasifikasi hasil pertanian ke dalam beberapa golongan mutu yang berbeda-beda, masing-masing dengan label dan nama tertentu.
- d.) Pembiayaan. Pemasaran modern memerlukan modal (uang) dalam jumlah besar untuk membeli mesin-mesin dan bahan-bahan mentah, serta untuk menggaji tenaga kerja. Proses pemasaran pun menghendaki pemberian kredit kepada pembeli. Contoh pembiayaan (Biaya Transportasi dan Biaya Tenaga Kerja) (Philip Kotler, 2002).

2.7. Biaya Pemasaran

Menurut Mulyadi (2012), Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk

tujuan tertentu. Hongren (2005) mendefinisikan, Biaya adalah sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Hansen dan Mowen yang diterjemahkan oleh Thomson Learning (2004) menyatakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan, dan melayani produk atau jasa. Mulyadi (2007), Biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan di simpan dalam gudang sampai pada saat produk tersebut dirubah kembali dalam bentuk tunai.

Menurut Mulyadi (2014), Biaya pemasaran dalam arti sempit dibatasi artinya sebagai biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Sedangkan biaya pemasaran dalam arti luas meliputi semua biaya yang terjadi sejak saat produk selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut dirubah kembali dalam bentuk uang.

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi : biaya angkutan, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain-lainnya. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena : a.) macam komoditas, b.) lokasi pemasaran, c.) macam lembaga pemasaran serta, d.) efektivitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 2002).

2.8.Profit Margin

Profit margin dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor

sebagai penanaman modal tersebut. Sementara itu laba dan keuntungan dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih harga penjual dengan biaya produksi.

Menurut Soekartawi (1995), keuntungan merupakan selisih dari penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Keuntungan merupakan tujuan dari setiap usaha, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin layak usaha tersebut dijalankan.

2.9. *Farmer's Share*

Bagian yang diterima petani (*farmer's share*) merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase (Asmarantaka, 2012). Ukuran *farmer's share* tidak selalu dapat diandalkan sebagai ukuran dari efisiensi pemasaran karena kompleks penanganan produk yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Artinya harus memperhitungkan bentuk, fungsi, dan atribut-atribut produk hingga sampai ke konsumen akhir. Semakin besar harga yang ditawarkan kepada konsumen akhir maka bagian yang diterima petani akan semakin kecil (Limbong dan Sitorus, 1985).

Farmer's share merupakan porsi dari harga yang dibayarkan konsumen akhir terhadap petani dalam bentuk persentase. Besarnya *farmer's share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk. Semakin tinggi *farmer's share* menyebabkan semakin tinggi pula bagian harga yang diterima petani (Kohls & Uhl, 2002).

2.10. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran produk pertanian, mulai dari tingkat petani sebagai produsen primer sampai produk tersebut sampai ditangan konsumen akhir. Margin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani produsen. Setiap lembaga pemasaran akan melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda-beda sehingga menyebabkan perbedaan harga jual dari lembaga yang satu dengan lembaga lainnya sampai ke tingkat konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat maka akan semakin besar perbedaan harga antar produsen dengan harga di tingkat konsumen (Hammond dan Dahl, 1977 dalam Asmarantaka, 2012).

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010).

Menurut Azzaino (2001), margin pemasaran adalah perbedaan harga yang di bayar oleh konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima petani produsen untuk produk yang sama. Margin pemasaran termasuk semua biaya yang menggerakkan produk tersebut, mulai dari petani sampai dipihak konsumen. Sehingga konsep margin pemasaran dapat menjelaskan bahwa kegiatan pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam menciptakan tambahan nilai (*value added*) baik nilai tempat, waktu, bentuk maupun hak milik melalui proses keseimbangan supply dan demand oleh pedagang yang berfungsi sebagai perantara antara petani (produsen) dengan konsumen akhir.

Menurut Limbong dan Sitorus (2010), Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Margin pemasaran dapat juga diartikan sebagai nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga ketingkat konsumen.

Margin pemasaran adalah perbedaan harga-harga pada berbagai tingkat sistem tataniaga atau dengan kata lain margin tataniaga adalah perbedaan harga ditingkat lembaga tataniaga dalam sistem tataniaga. Biaya-biaya yang dikeluarkan lembaga tataniaga dalam proses penyaluran suatu komoditi tergantung dari fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan. Perbedaan harga jual dari lembaga yang satu dengan lembaga yang lain sampai konsumen akhir (Hasyim, 2012).

Margin pemasaran dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu : *Pertama*, margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima petani; *Kedua*, margin pemasaran merupakan biaya

dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan. sebagai akibat permintaan dan penawaran jasa-jasa pemasaran. Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

2.11. Efisiensi Pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran pada dasarnya adalah suatu ukuran relatif. Efisiensi pemasaran adalah bentuk awal dari bekerjanya pasar persaingan sempurna, yang artinya sistem tersebut dapat memberikan “kepuasan” bagi lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis.

Efisiensi teknis berarti pengendalian fisik mencakup prosedur, teknis, besarnya (skala) operasi dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan, mencegah mutu produk mengalami penurunan dan penghematan tenaga (Saefuddin, 2007). Sedangkan efisiensi ekonomis dapat diartikan sebagai pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya terendah yang dapat dilakukan dengan teknologi, keterampilan serta pengetahuan yang tersedia.

Menurut Kirpatrcik dan Dahlquist (2011), efisiensi pemasaran merupakan sebuah pasar kompetitif yang selalu mengacu pada informasi perubahan harga suatu komoditas. Artinya adanya informasi perubahan harga suatu komoditas akan langsung direspon oleh pasar tersebut.

Pasar komoditas pertanian yang tidak efisien akan terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Efisiensi pemasaran dapat terjadi, yaitu Pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi. Kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi. Ketiga, tersedianya fasilitas pemasaran. Keempat, adanya kompetisi pasar yang sehat. Efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar yang bersangkutan. Pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien karna pasar yang bersaing sempurna memberikan insentif bagi partisipan pasar, yaitu produsen, lembaga-lembaga pemasaran, dan konsumen (Rahim dan Hastuti, 2008).

Pada pemasaran yang efisien, harga-harga barang harus bergerak serempak serta merespon kekuatan permintaan dan penawaran, akurasi dan kecepatan perubahan harga pasar terbentuk oleh saling berpengaruhnya satu pasar dengan pasar yang lainnya (Kumar, 2007).

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap sistem pemasaran efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah (Soekartawi, 1995). Sistem pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi dua syarat yaitu : (1) Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan (2) Mampu melakukan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditi tersebut.

2.12. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan yang mengambil manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 2002).

Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2001).

Menurut Kotler dkk (2005), dalam membuat kebijakan penentuan harga, perusahaan mengikuti prosedur enam langkah : (a) Memilih tujuan penetapan harga, (b) Memperkirakan kurva permintaan, kemungkinan jumlah yang akan terjual pada setiap kemungkinan harga, (c) Memperkirakan bagaimana biayanya bervariasi pada tingkat output yang berbeda, pada tingkat produksi yang terakumulasi berbeda dan untuk penawaran pemasaran yang berbeda, (d) Mempelajari biaya, harga dan penawaran dari pesaing, (e) Memilih metode penentuan harga dan (f) Memilih harga akhir.

2.13. Penelitian Terdahulu

Agung Enggal Nugroho (2015) Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kabupaten Kutai Kartanegara (Studi Kasus Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Kutai). Tujuan dari 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 dihadapi petani 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. Badan yang diterima (*share*) pada saluran pemasaran dua tingkat untuk petani adalah sebesar 76,15%, pedagang pengumpul 17,96%, dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Sedangkan pada saluran tiga tingkat, *share* yang diterima petani adalah sebesar 73,55%, pedagang pengumpul sebesar 17,65%, pedagang perantara sebesar 2,94% dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Ada tiga permasalahan utama yang dihadapi petani kelapa sawit di Kecamatan Muara Kutai. (1) Harga yang tidak stabil (2) Input produksi, sukar diperoleh, dan (3) Peran kelompok tani belum optimal.

Dwi Amelia (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Tandan Buah Segar Perkebunan Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Menganalisis karakteristik petani dan pedagang kelapa sawit di Kecamatan Kandis, (2) Menganalisis pendapatan usahatani (faktor produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani kelapa sawit di Kecamatan Kandis, (3) Menganalisis pemasaran kelapa sawit (saluran pemasaran, lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin keuntungan, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran di Kecamatan Kandis, dan (4) Menganalisis perubahan harga (transmisi harga) kelapa sawit di Kecamatan Kandis. Metode dalam penelitian ini adalah seluruh petani kelapa sawit yang memiliki umur tanaman kelapa sawitnya adalah 10-15 tahun. Pengambilan sampel dilakukan

secara purposive (sengaja) yaitu 40 orang petani kelapa sawit, 5 orang pedagang dan 3 pabrik kelapa sawit yang ada di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak, sehingga jumlah sampel keseluruhan sebanyak 48 orang. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata petani sampel menggunakan pupuk TSP 1.057,5 kg, 1.080,0 kg, KCL 1.012,5 kg, Phonska 840,0 kg, dan Dolomit 810,0 kg/ha/tahun. Penggunaan pestisida Gromoxon 9,4 liter, Roundap 9,8 liter, Herbatop 8,4 liter, dan Ali 9,9 cc/ha/tahun. Penggunaan peralatan eggre, angkong, cangkul, gancu, kampak, dodos, babat dan sprayer rata-rata menggunakan 1 unit. Sedangkan alokasi penggunaan tenaga kerja sebanyak 91,74 HKP/tahun. Produksi TBS rata-rata petani adalah sebanyak 5.648 kg/ha/tahun. Pendapatan kotor usahatani kelapa sawit sebesar Rp. 48.150.098,00 ha/tahun. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp. 37.255.378,00 ha/tahun dan pendapatan bersih petani kelapa sawit sebesar Rp. 10.794.719,00 ha/tahun. Efisiensi usahatani kelapa sawit di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak sudah efisien. Hal ini dapat dilihat dari RCR yang diperoleh adalah 1,29% dan ROI 41,53%. Sedangkan hasil dari pemasaran TBS di Kecamatan Kandis hanya terdapat satu saluran pemasaran (petani-pedagang-pabrik) TBS pada petani sawdaya. Lembaga yang berperan pada saluran pemasaran adalah pedagang dan pabrik meliputi : pembelian, penjualan, pengangkutan, pengumpulan, standarisasi, pembiayaan, penanggung resiko, dan informasi pasar. Fluktuasi rata-rata harga kelapa sawit ditingkat petani selama bulan November sampai Januari sebesar Rp. 1.117,00 kg/ha/tahun. Margin rata-rata dari pabrik ke petani sebesar Rp. 83,00 kg. Bagian yang diterima adalah sebesar 93,08%. Efisiensi pemasaran TBS di Kecamatan Kandis sudah efisien. Hal ini dapat dilihat dari nilai efisiensi saluran pemasaran yang bernilai 1,92.

Hasil penelitian Elinur dkk, tahun (2019) tentang, "Optimasi Produksi Usahatani Karet di Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar". Perkebunan karet rakyat di Kecamatan Tapung Hulu pada umum belum mencapai tingkat produktivitas yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor dominan yang mempengaruhi produksi karet, tingkat efisiensi produksi dari aspek efisiensi teknis, alokatif dan ekonomi dan produksi optimum usahatani karet. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yang berolokasi di Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan metode wawancara. Sampel diambil dengan metode *simple random sampling* dengan 45 petani karet. Analisis data menggunakan statistik infrensia dengan regresi linear berganda dan metode Data Enveloment Analysis (DEA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi produksi karet adalah tenaga kerja, pupuk TSP dan herbisida. Ketiga faktor produksi tersebut signifikan dan berpengaruh positif terhadap produksi karet dengan elastisitas produksi inlastis. Hasil analisis DEA menunjukkan bahwa pada umumnya petani karet inefisiensi secara teknis, alokatif dan ekonomi. Banyak petani yang inefisiensi secara teknis dan alokatif serta ekonomi disebabkan petani belum menggunakan faktor produksi yang efisien. Faktor produksi yang digunakan petani lebih rendah dari yang direkomendasikan. Dengan demikian perlu penyuluhan kepada petani karet tentang penggunaan input yang efisien.

Hasil penelitian Heriyanto, tahun (2017) tentang, "Analisis Efisiensi Faktor Produksi Karet di Kabupaten Kampar Provinsi Riau". Kabupaten Kampar adalah salah satu kabupaten di Provinsi Riau yang memberikan kontribusi signifikan

terhadap perekonomian di Provinsi Riau, terutama di sektor pertanian di sektor perkebunan. Karet adalah komoditas unggulan di subsektor perkebunan yang terus menjadi perhatian pemerintah untuk dikembangkan. Perkebunan karet memiliki peran dan posisi penting, baik secara ekonomi, sosial, menyerap tenaga kerja dan peran ekologis. Perkebunan juga merupakan sumber kemakmuran, kemajuan, kemandirian, dan kebanggaan pemerintah Kabupaten Kampar. Manajemen perkebunan saat ini masih mengandalkan dan mengandalkan kelimpahan sumber daya manusia yang relatif murah. Efisiensi, produktivitas, kualitas, keberlanjutan masih rendah. Petani karet umumnya kurang sadar bagaimana menggunakan faktor produksi yang efisien untuk mendapatkan hasil karet yang tinggi keakuratan penggunaan input produksi penting bagi petani untuk mencapai tingkat efisiensi produksi.

Tetty dkk (2012), telah melakukan penelitian dengan judul “Analisis Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) dari Pabrik Kelapa Sawit (PKS) ke Petani Swadaya di Kelurahan Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan” tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis (1) Hubungan antara harga kelapa sawit yang dibayarkan di PKS dengan harga yang diterima petani swadaya dan (2) Pengaruh perubahan harga (transmisi harga) kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani swadaya. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode survei, pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* terhadap petani kelapa sawit pola swadaya yang tanaman kelapa sawitnya berumur 10-15 tahun dengan pertimbangan pada umur tersebut merupakan masa-masa produktif tanaman kelapa sawit petani pola swadaya di Kelurahan Sorek Satu.

Berdasarkan hasil penelitian, analisis korelasi harga dengan menggunakan data *time series* mingguan harga kelapa sawit ditingkat pedagang pengumpul dan juga ditingkat PKS selama periode tahun 2010. Analisis korelasi harga bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan harga pada tingkat pasar. Koefisien korelasi ini juga menunjukkan adanya hubungan linier antara harga ditingkat pedagang pengumpul (pf) dengan harga ditingkat PKS (pr) berdasarkan tingkat keeratan sebesar koefisien korelasinya. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan perhitungan SPSS diperoleh nilai korelasi harga (r) ditingkat petani dengan harga ditingkat pedagang sebesar (0.976), artinya nilai korelasi yang mendekati 1 menunjukkan keeratan hubungan yang kuat antara harga ditingkat pedagang dengan harga ditingkat petani. Dengan nilai $r < 1$, juga berarti kedua pasar berintegrasi tidak sempurna. Berdasarkan perhitungan melalui SPSS hasil dari analisis regresi dan koefisien harga ditingkat PKS dengan harga ditingkat petani, dengan menggunakan model $Pf = b_0 + b_1 Pr$ diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Pf = -65,418 + 0,884 pr$. Nilai koefisien regresi $b_1(0,884)$ menunjukkan nilai transmigrasi harga. Nilai transmisi harga lebih kecil dari satu ($b_1 < 1$), berarti laju perubahan harga ditingkat konsumen, artinya pasar yang dihadapi oleh pelaku pemasaran bersaing tidak sempurna, dengan kata lain sistem pemasaran berlangsung tidak efisien. Nilai koefisien regresi $b_1 (0,884)$ juga diartikan bahwa perubahan harga besar 1 % ditingkat PKS mengakibatkan perubahan harga sebesar (0,88%) ditingkat petani.

Hasil Penelitian Dedy (2013), tentang “Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran, fungsi pemasaran dan margin pemasaran di

Kecamatan Long Ikis Kabupaten Paser untuk menganalisis perbedaan saluran pemasaran, fungsi pemasaran dan margin pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode jenis data yang akan diperlukan adalah berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan para petani responden dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dengan memakai daftar pertanyaan yang berupa kuisisioner yang telah disusun sesuai dengan tujuan penelitian. Disamping itu juga dilakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pemasaran yang terjadi. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai dinas atau instansi yang terkait yaitu Badan Pusat Statistik Kabupaten Paser, Kantor Dinas Perkebunan Provinsi Kalimantan Timur.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : (1) Terdapat dua macam jenis saluran pemasaran yang berada di lokasi penelitian yaitu saluran pemasaran nol tingkat dan saluran pemasaran satu tingkat, untuk saluran pemasaran satu tingkat terdapat dua macam pola yaitu petani → Koperasi → Pabrik dan petani → Pedagang pengumpul → Pabrik. (2) Setiap saluran pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran sesuai dengan saluran pemasarannya. (3) Untuk harga jual petani pada saluran Nol tingkat merupakan share margin yang tertinggi dibandingkan dengan saluran satu tingkat untuk lembaga pemasaran koperasi dan pedagang pengumpul, untuk saluran tingkat nol tingkat rata-rata harga jual petani sebesar Rp. 1.093,82 /kg dengan share margin sebesar 97,75%. Saluran satu tingkat lembaga pemasaran koperasi rata-rata petani Rp. 880,99/kg dengan share margin 78,69% dan pada saluran satu tingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul rata-rata harga jual petani Rp. 813,67/kg dengan share marginnya sebesar 72,72%.

Ningsih (2013) tentang “Analisis pemasaran dan transmisi harga pada petani Bokar di Desa Sei Tonang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar. Penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis (1) Saluran, margin pemasaran bokar dan efisiensi pemasaran bokar dan herga yang diterima petani. (2) Korelasi antara bokar dari pabrik dan harga bokar ditingkat petani. (3) Pengaruh harga bokar perubahn pabrik untuk tingkat petani di Desa Sei Tonang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar, metode penelitian digunakan metode survei. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dari 38 petani yang memiliki usia perkebunan 20-25 tahun dan menggunakan metode *snowball sampling* dengan mengikuti saluran pemasarannya.

Hasil penelitan menunjukkan bahwa di Desa Sei Tonang Kecamatan Kampar Utara Kabupaten Kampar memiliki satu saluran pemasaran karet (*homogenitas*). Itu adalah petani ke kolektor pedagang ke pabrik. Harga terendah di tingkat petani adalah Rp. 7.966,67/kg, dan tingkat harga tertinggi adalah Rp. 11.800,00/kg. Kemudian terendah harga pabrik adalah Rp. 11.733,33/kg, dan tingkat harga tertinggi adalah Rp. 16.516,67/kg. Tingkat harga rata-rata tingkat petani pada tahun 2012 adalah Rp. 9.720,97/kg dan tingkat harga rata-rata di pabrik adalah Rp. 13.872,78/kg. Margin tingkat saluran pemasaran antara harga di tingkat petani dan pabrik adalah Rp. 4.151,81 dan petani menerima 73,44% dan pemasaran efisiensi adalah 3,07%. Itu nilai korelasi harga ditingkat petani dan tingkat pabrik 08,26%. Nilai elastisitas transmisi harga antara harga yang diterima dari petani dan harga bokar oleh pabrik adalah 0,723.

Hasil penelitian Sasmi (2013), tentang “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 ini dilakukan dengan 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.

Hasil penelitian Sumiati (2017), tentang “Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit di Desa Baku-baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran kelapa sawit di Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Penelitian dilakukan

dengan metode survey untuk mengumpulkan data primer dan data sekunder, untuk menganalisis data digunakan analisis margin dan analisis regresi mengacu pada model Nurlove.

Berdasarkan hasil penelitian besarnya jumlah produksi kelapa sawit belum mencerminkan sistem pemasaran yang efisien, terutama bila dilihat dari keuntungan yang diterima petani. Efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran, dengan konsensus bahwa proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Teknologi atau prosedur baru boleh diterapkan untuk meningkatkan efisiensi proses pemasaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis saluran pemasaran kelapa sawit di Desa Baku-Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. Metode penelitian secara observasi dan wawancara dengan menggunakan metode kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan langsung ke responden dan menggunakan rumus *slovin*.

Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian diperoleh satu saluran pemasaran Tandan Buah Segar kelapa sawit di petani yang bersifat homogen yaitu dari Petani ke Pedagang Pengumpul lalu ke Pabrik Kelapa Sawit. Petani hanya menjual hasil Tandan Buah Segar ke pedagang pengumpul yang ada. Tandan Buah Segar oleh pedagang pengumpul ke pabrik kelapa sawit (konsumen akhir). Total biaya panen yang harus dikeluarkan sebesar Rp.200/kg. Sedangkan keuntungan sebesar Rp. 450/kg, dan petani mendapatkan 72%, karena singkatnya saluran pemasaran.

2.13. Kerangka Pemikiran

Kelapa sawit (*Elaeis*) adalah tanaman perkebunan penting penghasil minyak makanan, minyak industri, maupun bahan bakar nabati (biodiesel). Petani di Kelurahan Kepenuhan Tengah Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu banyak yang melakukan kegiatan usahatani kelapa sawit dibandingkan komoditi yang lainnya dimana bertujuan untuk meningkatkan sumber pendapatan.

Peranan pemasaran sangat penting dalam rangka meningkatkan nilai guna bentuk, nilai guna waktu, nilai guna tempat dan nilai guna hak milik dari suatu barang dan jasa secara umum dan juga komoditas pertanian. Definisi pemasaran dapat dikaji melalui 2 aspek yaitu aspek ekonomi dan aspek manajemen. Berdasarkan aspek ekonomi, pemasaran merupakan suatu sistem yang terdiri dari sub-sub sistem fungsi-fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas.

Pemasaran adalah semua kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya melalui proses pertukaran serta suatu macam kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen.

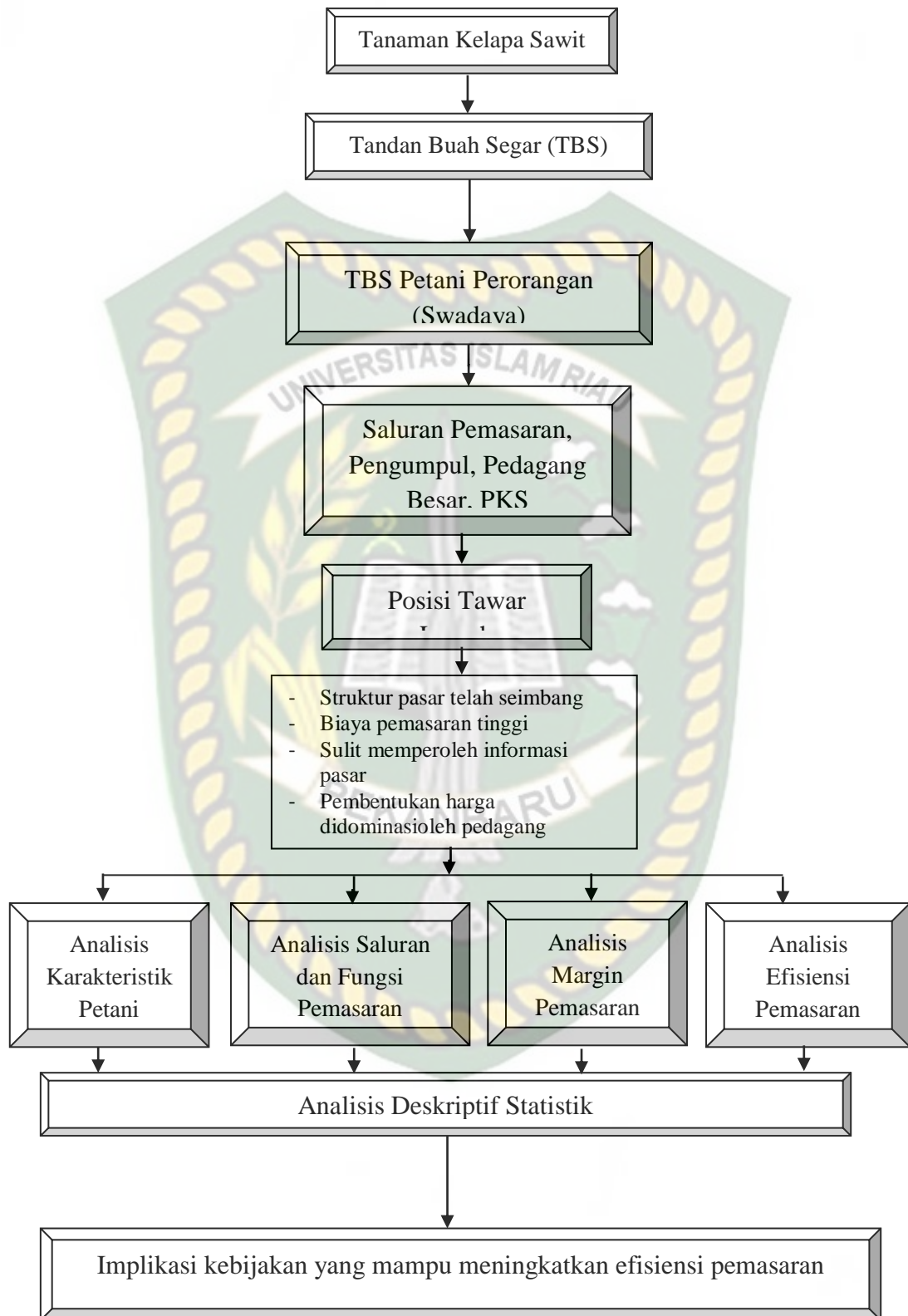
Terbentuknya saluran pemasaran yang baik dan efisien tidak terlepas dari adanya peranan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran berperan menyalurkan produk dari petani ke konsumen dan membentuk suatu saluran pemasaran. Untuk mengetahui saluran pemasaran TBS petani swadaya di Kelurahan Kepenuhan Tengah Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dilakukan dengan cara

menelusuri aliran pemasaran TBS dari petani sampai ke pabrik kelapa sawit (PKS).

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif statistik. Analisis deskriptif statistik digunakan untuk menganalisis karakteristik petani dan pengumpul (toke) kelapa sawit, saluran dan lembaga pemasaran serta fungsi-fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, margin pemasaran, efisiensi pemasaran. Agar mempermudah pelaksanaan penelitian ini membuat kerangka pemikiran yang digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian Analisis Pemasaran TBS Petani Swadaya di Kelurahan Kepenuhan Tengah Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilaksanakan di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu sentra perkembangan produksi kelapa sawit yang ada di Kabupaten Rokan Hulu dengan jumlah produksi sebanyak 644.869 ton dan dengan luas lahan sebanyak 210.875 Ha pada tahun 2019. Pemilihan lokasi ini juga didasarkan dengan alasan bahwa di Kecamatan Kepenuhan ini banyak terdapat perkebunan kelapa sawit baik milik petani maupun perusahaan yang telah berproduksi lama.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan dimulai dari Juli 2020 sampai Desember 2020 dengan tahapan kegiatan antara lain : Persiapan (Seminar, Perbaikan), Pelaksanaan (pengumpulan data, tabulasi data dan analisis data), perumusan hasil (draf laporan, seminar, perbaikan, perbanyak laporan).

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah petani yang mempunyai perkebunan kelapa sawit milik sendiri yang sudah menghasilkan selama 10-20 tahun di Kecamatan Kepenuhan. Pengambilan sampel dilakukan secara *Stratified Random Sampling*, dengan kriteria jumlah sampel petani yang diambil adalah sebanyak 50 petani dari 5 desa di Kecamatan Kepenuhan, 5 pedagang pengepul (toke), 1 pedagang besar, 1 KUD dan 1 PKS.

Tabel 6. Daftar Jumlah Petani, Pengepul(Toke), KUD dan PKS di Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019.

No	Nama Kelurahan/Desa	Jumlah Petani	Jumlah Pengepul (Toke)	Jumlah KUD	Jumlah Pedagang Besar	Jumlah PKS
		Populasi	Populasi	Populasi	Populasi	Populasi
1	Kepenuhan Tengah	415	5	1	5	-
2	Kepenuhan Barat	215	11	-	3	1
3	Kepenuhan Raya	38	8	1	1	-
4	Kepenuhan Baru	47	7	1	1	-
5	Kepenuhan Timur	113	9	-	2	1
6	Kepenuhan Hilir	85	6	-	2	-
7	Ulak Patian	552	10	1	7	-
8	Rantau Binuang Sakti	253	8	-	3	-
9	Kepenuhan Barat Mulya	182	9	1	3	1
10	Kepenuhan Barat Sungai Rokan Jaya	85	6	-	1	-
Total		1985	69	5	28	3

Sumber : UPTD Perkebunan Kecamatan Kepenuhan 2019.

Dari data diatas jumlah sampel petani di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu adalah sebanyak 1.985 petani, 69 orang pengepul/tengkulak, 5 KUD, dan 3 pabrik kelapa sawit. Peneliti memilih daerah yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah sebanyak 5 desa/kelurahan yang dipilih secara sengaja dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti 5 desa/kelurahan yang dijadikan sebagai tempat penelitian merupakan daerah sentra pengembangan kelapa sawit, memiliki saluran pemasaran yang beranekaragam, jarak tempuh dan waktu petani dalam melakukan pemasaran TBS lebih dekat dengan lembaga pemasaran.

Adapun 5 desa/kelurahan yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah Kelurahan Kepenuhan Tengah, Desa Kepenuhan Barat, Desa Kepenuhan Raya, Desa Kepenuhan Timur dan Desa Kepenuhan Barat mulya.

Tabel 7. Daftar Jumlah Sampel Petani, Pengepul(Toke), KUD dan PKS di Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019.

No	Nama Kelurahan/Desa	Jumlah Petani		Jumlah Pengepul (Toke)		Jumlah KUD		Jumlah Pedagang Besar		Jumlah PKS	
		P	S	P	S	P	S	P	S	P	S
1	Kepenuhan Tengah	415	10	5	1	1	-	5	1	-	-
2	Kepenuhan Barat	215	10	11	1	-	-	3	-	1	-
3	Kepenuhan Raya	38	10	8	1	1	-	1	-	-	-
4	Kepenuhan Timur	113	10	9	1	-	-	2	-	1	1
5	Kepenuhan Barat Mulya	182	10	9	1	1	1	3	-	1	-
Total		963	50	42	5	3	1	14	1	3	1

Sumber : UPTD Perkebunan Kecamatan Kepenuhan 2019.

Keterangan : P = Populasi

S = Sampel

Dari data diatas, jumlah sampel petani kelapa sawit yang diambil untuk dijadikan sampel penelitian adalah sebanyak 50 orang, dimana tiap 5 desa diambil 10 petani secara acak dengan kriteria memiliki lahan pribadi dan memiliki perkebunan kelapa sawit yang berumur 10-20 tahun. Untuk sampel pengepul(toke), peneliti mengambil sampel 5 orang pengepul(toke) dari tiap 5 desa. Untuk sampel KUD, peneliti hanya mengambil 1 KUD untuk dijadikan sampel penelitian. Untuk sampel pedagang besar, peneliti hanya mengambil 1 pedagang besar sebagai sampel penelitian Untuk sampel PKS, peneliti hanya mengambil 1 PKS sebagai sampel penelitian. Sampel lembaga pemasaran diambil untuk menganalisis dan mengetahui tingkat *farmer's share* yang diterima petani, margin pemasaran yang diterima petani dan mengetahui tingkat efisiensi pemasaran dari setiap saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari petani kelapa sawit dan pedagang penyalur dengan cara wawancara dengan menggunakan kuesioner yang telah dipersiapkan sebelumnya yang meliputi tentang identitas (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan lain-lain). Jumlah produksi, jumlah penjualan, jumlah pembelian, biaya pemasaran (biaya transportasi, biaya timbang(Rp/Kg), dan biaya bongkar muat), harga pokok (Rp/Kg), harga jual, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan pemasaran.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau dari lembaga/instansi terkait, laporan-laporan, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian, serta penunjang bersumber dari BPS seperti : keadaan geografis daerah penelitian, jumlah penduduk, tingkat pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi penduduk setempat.

3.4. Konsep Operasional

Untuk memperoleh kesamaan pendapat, maka perlu dikemukakan batasan mengenai konsep operasional sehubungan 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 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 suatu bagian dari produksi kelapa sawit yang merupakan produk olahan awal yang akan diolah menjadi minyak CPO (*crude palm oil*) dan inti sawit (*karnel*) sebagai produk utama disamping produk lainnya.
5. Pabrik Kelapa Sawit adalah tempat pengolahan tandan buah segar menjadi CPO.
6. Harga adalah nilai yang ditetapkan untuk menentukan harga setiap satuan (Kg) kelapa sawit.
7. Pemasaran kelapa sawit adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan tandan buah segar dari petani (produsen) sampai ke pabrik pengolahan kelapa sawit.
8. Saluran pemasaran kelapa sawit adalah jalur atau saluran pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan produksi kelapa sawit dari produsen ke konsumen akhir.
9. Lembaga pemasaran kelapa sawit adalah orang atau kelompok yang terlibat dalam pentaluran kelapa sawit dari petani produsen ke pabrik pengolahan kelapa sawit.
10. Fungsi pemasaran meliputi : (1) fungsi pertukaran yaitu meliputi penjualan dan pembelian, (2) fungsi pengadaan yaitu pengangkutan dan penyimpanan, dan (3) fungsi pelancar yaitu meliputi permodalan, penanggungungan resiko standarisasi dan grading informasi pasar.

11. Margin pemasaran adalah selisih atau perbedaan harga yang dibayar oleh pabrik dengan harga yang diterima petani kelapa sawit (Rp/Kg).
12. Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh dari harga jual dikurangi harga beli dan biaya pemasaran (Rp/kg).
13. Efisiensi pemasaran adalah hasil bagi dari total biaya pemasaran dengan total nilai produksi yang dipasarkan (%).

3.5. Analisis Data

Data primer dan data sekunder yang telah diperoleh dilapangan dari petani dan pedagang akan dijadikan ukuran di dalam penelitian ini. Kedua data kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif statistik. Metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.

Analisis deskriptif statistik diartikan sebagai pendeskripsian data yang telah terkumpul tanpa melakukan generalisasi. Penyajian data yang ada pada deskriptif statistik yaitu data melalui tabel, grafik, diagram (batang, lingkaran dan pencar) lingkaran, polygon, histogram, perhitungan mean, median, modus, persentil, kuartil, desil, perhitungan penyebaran data dan melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase.

Penggunaan analisis deskriptif statistik ini digunakan untuk menganalisis karakteristik petani dan pedagang, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, *farmer's share*, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran.

3.5.1. Analisis Karakteristik Petani

Untuk mengetahui karakteristik petani kelapa sawit meliputi Umur, Pendidikan, Jenis Kelamin, Pengalaman Berusaha dan Jumlah Tanggungan Keluarga di analisis secara deskriptif statistik..

3.5.2. Analisis Saluran Lembaga Pemasaran, dan Fungsi Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran dan *Farmer's Share* TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu

Saluran pemasaran kelapa sawit dapat dianalisis dengan mengamati lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran tersebut. Saluran pemasaran kelapa sawit dapat ditelusuri dari pedagang disentra pertanian kelapa sawit sampai pabrik dengan melakukan wawancara. Analisis fungsi pemasaran digunakan untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran dalam menyalurkan TBS dari petani hingga ke pabrik. Analisis fungsi pemasaran dapat dilihat dari fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik terdiri dari fungsi pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan, serta fungsi pelancar yang terdiri dari standarisasi, penanggungungan resiko, dan pembiayaan. *Farmer's Share* digunakan untuk menghitung nilai keuntungan yang diterima oleh petani dari kegiatan pemasaran. Analisis yang digunakan analisis deskriptif statistik.

3.5.3. Margin yang diterima oleh pelaku lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran TBS kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu

a. Analisis Margin Pemasaran

Secara matematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut

(Limbong dan Sitorus, 1987):

$$M_i = P_{r_i} - P_{f_i} \dots\dots\dots (1)$$

$$M_i = C_i + \pi_i \dots\dots\dots (2)$$

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

Keterangan:

M_i = Margin pemasaran TBS pada pedagang ke- i

P_{r_i} = Harga jual TBS pada pedagang ke- i

P_{f_i} = Harga beli TBS pada pedagang ke- i

C_i = Biaya pemasaran TBS pada pedagang ke- i

π_i = Keuntungan pemasaran TBS pada pedagang ke i

Selanjutnya diketahui total Margin pemasaran (M_t) sebesar :

$$M_t = \sum_{i=1}^n M_i \dots\dots\dots (3)$$

Besarnya Farmer's share untuk kelapa sawit dirumuskan sebagai berikut :

$$F_s = \frac{P_{f_i}}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:

F_s = Bagian harga yang diterima petani Kelapa sawit pola perorangan

P_f = Harga ditingkat petani kelapa sawit pola swadaya

P_r = Harga ditingkat pabrik kelapa sawit.

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh perubahan bagian harga yang diterima petani sebagai akibat adanya perubahan harga ditingkat pengecer (P_r) dirumuskan dalam bentuk fungsi sebagai berikut :

$$F_s = a_0 + a_1 P_1 + e \dots\dots\dots (5)$$

Bagian keuntungan dan biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran

$$\frac{Ki}{Pri-Pfi} \times 100\% \dots\dots\dots (6)$$

$$\frac{Bi}{Pri-Pfi} \times 100\% \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan :

Ski : Bagian Keuntungan lembaga pemasaran I (%)

SBi : Bagian biaya fungsi pemasaran lembaga pemasaran I (%)

Ki : Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke-I (%)

Bi : Biaya untuk melakukan fungsi pemasaran ke-I oleh lembaga pemasara ke-I (Rp/kg)

Pr : Harga ditingkat retail (Rp/Kg)

Pf : Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

b. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah analisis yang digunakan untuk melihat efisiensi pemasaran, semakin efisien berarti semakin baik penampilan pasar tersebut, analisis efisiensi pemasaran terbagi dua yaitu (1) efisiensi operasional, yaitu dengan ukuran biaya pemasaran dan margin pemasaran dan (2) efisiensi harga yaitu dengan melihat kolerasi harga yang terjadi pada berbagai tingkat pasar, semakin rendah biaya atau margin pemasaran maka maka semakin efisiensi pasar tersebut. Semakin tinggi korelasi harga yang terjadi maka semakin tinggi tingkat efisiensi pasar tersebut.

Untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus (soekartawi; 2002), yaitu :

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100 \% \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan :

EP = Efisiensi pemasaran

TB = Total biaya pemasaran

TNP = Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumen akhir

Rumus diatas dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa adanya pemasaran yang tidak efisien atau jika semakin kecil nilai produk yang dijual berarti terjadi pemasaran yang tidak efisien. Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran (EP) semakin kecil (Soekartawi, 2002).

Pengukuran efisiensi suatu system dapat juga dilakukan dari berbagai sudut pandang, selain dengan perbandingan nilai total biaya dengan nilai produk, dapat juga dilakukan dengan sebaran *Ratio Profit Margin* (RPM) dalam setiap lembaga pemasaran, yaitu perbandingan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang bersangkutan (Azzaino, 1982 dalam Wahyudi, 2004). Sehingga dapat diketahui saluran pemasaran yang paling efisien. Syarat suatu pemasaran dikatakan efisien bila :

- Margin keuntungan setiap saluran kecil (<50%)
- Ratio Margin Keuntungan (RPM) tiap saluran menyebar rata

Dari 4 (empat) saluran pemasaran yang ada pada lokasi penelitian maka akan dianalisis Margin pemasaran untuk semua tingkat saluran pemasaran.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi Daerah Penelitian

Kecamatan Kepenuhan merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kabupaten Rokan Hulu, yang terletak di antara $1^{\circ}05-1^{\circ}04$ Lintang Utara dan $100^{\circ}32-100^{\circ}46$ Bujur Timur. Luas Kecamatan Kepenuhan adalah $514,96 \text{ Km}^2$ dengan luas masing-masing desa/kelurahan sebagai berikut :

- | | |
|---|------------------------|
| a. Kelurahan Kepenuhan Tengah | : $80,02 \text{ Km}^2$ |
| b. Desa Kepenuhan Barat | : $64,00 \text{ Km}^2$ |
| c. Desa Kepenuhan Raya | : $5,37 \text{ Km}^2$ |
| d. Desa Kepenuhan Baru | : $4,61 \text{ Km}^2$ |
| e. Desa Kepenuhan Timur | : $55,58 \text{ Km}^2$ |
| f. Desa Kepenuhan Hilir | : $43,77 \text{ Km}^2$ |
| g. Desa Ulak Patian | : $90,24 \text{ Km}^2$ |
| h. Desa Rantau Binuang Sakti | : $75,06 \text{ Km}^2$ |
| i. Desa Kepenuhan Barat Mulya | : $58,01 \text{ Km}^2$ |
| j. Desa Kepenuhan Barat Sungai Rokan Jaya | : $38,30 \text{ Km}^2$ |

Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Kepenuhan adalah sebagai berikut :

- Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kecamatan Bonai Darussalam
- Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kecamatan Kepenuhan Hulu
- Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kecamatan Tambusai Utara
- Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kecamatan Kunto Darussalam

Daerah penelitian yang dijadikan sebagai tempat penelitian adalah sebanyak 5 desa/kelurahan yang dipilih secara sengaja dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti jarak tempuh dan waktu dalam melakukan penelitian, 5 desa/kelurahan yang diambil sebagai tempat penelitian adalah Kelurahan Kepenuhan Tengah, Desa Kepenuhan Barat, Desa Kepenuhan Raya, Desa Kepenuhan Timur dan Desa Kepenuhan Barat mulya.

Adapun suhu rata-rata di Kecamatan Kepenuhan maksimum berkisar antara 30,5°C-34,8°C dan suhu minimum berkisar antara 22,3°C-24,5°C dan kelembaban udara rata-rata berkisar antara 69%-77%. Curah hujan tertinggi berada bulan November yakni 635,3 mm dan curah hujan terendah pada bulan mei yakni 54,4 mm. Jenis tanah di Kecamatan Kepenuhan berjenis tanah gambut, tanah gambut termasuk tanah yang cocok untuk ditanami tanaman kelapa sawit dengan intensitas curah hujan yang cukup dan dapat dimanfaatkan masyarakat Kecamatan Kepenuhan bertopografi di daratan dan berada pada ketinggian 5-29 mdpl (Kantor Camat Kepenuhan,2018).

4.2. Keadaan Penduduk

Penduduk merupakan salah satu sumber daya yang sangat penting dalam pembangunan pertanian karena merupakan tenaga kerja yang dapat digunakan untuk menciptakan, mengembangkan dan memanfaatkan teknologi pertanian untuk kemajuan pertanian di masa depan. Dengan tersedianya tenaga kerja yang mempunyai kualitas dan kuantitas yang baik akan mewujudkan pertanian yang tangguh dalam meningkatkan perekonomian daerah.

Kecamatan Kepenuhan terdapat 78 RW dengan jumlah penduduk 30.781 jiwa dengan rincian penduduk laki-laki sebanyak 15.762 jiwa dan perempuan sebanyak 15.019 jiwa. Adapun jumlah penduduk di Kecamatan Kepenuhan dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Jumlah Penduduk di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu,2019

No	Desa/Kelurahan	Jumlah (RW)	Jenis Kelamin		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
			Laki-laki	Perempuan		
1	Kepenuhan Tengah	14	4.500	4.386	8.886	28,86
2	Kepenuhan Barat	8	1.904	1.832	3.736	12,13
3	Kepenuhan Raya	6	1.114	997	2.111	6,85
4	Kepenuhan Baru	6	981	887	1.868	6,07
5	Kepenuhan Timur	10	2.040	2.032	4.072	13,22
6	Kepenuhan Hilir	4	757	659	1.416	4,60
7	Ulak Patian	6	658	682	1.340	4,35
8	Rantau Binuang Sakti	6	308	322	630	2,09
9	Kepenuhan Barat Mulya	10	2.216	1.972	4.188	13,60
10	Kepenuhan Barat Sungai Rokan Jaya	8	1.284	1.250	2.534	8,23
Jumlah		78	15.762	15.019	30.781	100

Sumber : Monografi Kecamatan Kepenuhan, 2019

Berdasarkan Tabel 8 menunjukkan bahwa jumlah penduduk pada tahun 2018 berjumlah 30.781 yang terdiri dari 15.762 jiwa laki-laki dan 15.019 jiwa perempuan, dengan *sex ratio* sebesar 104,94% yang artinya setiap 100 penduduk perempuan terdapat 104 jiwa penduduk laki-laki. Hal ini berarti *sex ratio* lebih besar dari 100, artinya jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari jumlah perempuan. Adapun jumlah penduduk di Kecamatan Kepenuhan berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Jumlah Penduduk Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Berdasarkan Kelompok Umur, Tahun 2019

No	Golongan Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	< 16	6.843	22,23
2	17 – 55	19.667	63,90
3	>56	4.271	13,87
Jumlah		30.781	100

Sumber : Monografi Kecamatan Kepenuhan, 2019

Berdasarkan Tabel 9, memperlihatkan bahwa penduduk di Kecamatan Kepenuhan yang tergolong pada usia produktif berjumlah 19.667 jiwa atau sebesar 63,90 %, sedangkan penduduk yang tidak produktif berjumlah 11.114 jiwa atau sebesar 36,10 % yang terdiri dari anak-anak berjumlah 6.843 jiwa atau sebesar 22,23% dan orang tua lanjut usia berjumlah 4.271 jiwa atau sebesar 13,87%, dengan *dependency ratio* penduduk produktif adalah 56,51 %, artinya bahwa setiap orang penduduk yang produktif akan menanggung 56 orang yang tidak produktif, yaitu anak-anak dan orang tua usia lanjut. Dengan demikian penduduk di daerah penelitian lebih banyak yang berusia produktif dibandingkan dengan penduduk yang tidak produktif.

4.3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan kontribusi bagi masyarakat dalam mengambil berbagai keputusan, terutama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Selain itu tingkat pendidikan masyarakat yang baik, akan mendorong mereka dalam berpartisipasi dalam pembangunan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan sosial yang ada dalam masyarakat. Tingkat pendidikan masyarakat yang ada di Kecamatan Kepenuhan secara umum adalah tamatan sekolah lanjut tingkat atas

(SLTA). Namun masih banyak juga masyarakat yang tidak tamat pendidikan dasar atau SD.

Tingkat pendidikan masyarakat yang ada pada suatu daerah, merupakan suatu masalah yang sudah lama dialami oleh setiap daerah, dimana masih banyak masyarakat yang mengalami buta huruf. Pendidikan yang relatif rendah juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan angka kemiskinan dalam suatu masyarakat. Untuk mengetahui tingkat pendidikan masyarakat di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Distribusi Tingkat Pendidikan Masyarakat di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum Sekolah/Tidak Tamat SD	2.476	12,59
2	Sekolah Dasar (SD)	3.538	17,99
3	Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (SLTP)	4.693	23,86
4	Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA)	7.763	39,47
5	Perguruan Tinggi	1.197	6,09
Jumlah		19.667	100

Sumber : Monografi Kecamatan Kepenuhan, 2019

Berdasarkan Tabel 10, menunjukkan bahwa tingkat pendidikan masyarakat di Kecamatan Kepenuhan paling tinggi adalah tamatan SLTA sebanyak 7.763 jiwa atau sebesar 39,47 % dan paling rendah jumlah tingkat pendidikan masyarakat terdapat di perguruan tinggi yang berjumlah sebanyak 1.197 jiwa atau sebesar 6,09 %, tidak tamat SD berjumlah 2.476 jiwa atau sebesar 12,59 %, tamat SD berjumlah 3.538 jiwa atau sebesar 17,99 % dan yang tamat SLTP berjumlah 4.693 jiwa atau sebesar 23,86 %.

4.4. Mata Pencaharian Penduduk

Mata pencaharian adalah pekerjaan yang menjadi pokok penghidupan. Mata pencaharian diartikan pula sebagai aktivitas manusia dalam memberdayakan potensi sumber daya alam. Mata pencaharian penduduk di Kecamatan Kepenuhan beraneka ragam seperti petani, pegawai negeri sipil (PNS), pedagang, TNI/POLRI, pegawai swasta/daerah, wiraswasta dan sebagainya. Dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Distribusi Mata Pencaharian Penduduk Berdasarkan Jenis Pekerjaan di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019.

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	2.442	7,93
2	Pegawai Negeri Sipil	743	2,41
3	Pedagang	1.418	4,60
4	TNI/POLRI	783	2,54
5	Pegawai Swasta/Daerah	857	2,78
6	Karyawan	785	2,55
7	Buruh	1.985	6,44
8	Ibu Rumah Tangga	7.490	24,33
9	Tidak/Belum Bekerja	2.586	8,40
10	Pelajar/Mahasiswa	6.505	21,13
11	Guru	615	2,00
12	Bidang Kesehatan	50	0,16
13	Tukang	563	1,82
14	Pekerjaan Lainnya	3.959	12,86
Jumlah		30.781	100

Sumber : Monografi Kecamatan Kepenuhan, 2019

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa jenis pekerjaan yang terbanyak adalah pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yakni berjumlah 7.490 jiwa atau sebesar 24,33 %, kemudian yang tidak atau belum bekerja berjumlah 2.586 jiwa atau 8,40 %, pedagang sebanyak 1.418 jiwa atau sebesar 4,60 %, sedangkan jenis pekerjaan di bidang pertanian sebagai petani sebanyak 2.442 jiwa atau sebesar 7,93 %.

4.5. Sarana dan Prasarana

4.5.1. Sarana

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan. Untuk mengetahui sarana yang terdapat di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Jumlah Sarana Pendidikan, Tempat Ibadah dan Kesehatan di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019.

	Uraian	Jumlah (Unit)
Pendidikan	Taman Kanak-kanak (TK)	13
	Sekolah Dasar (SD)	20
	Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (SLTP)	10
	Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA)	4
Tempat Ibadah	Mesjid	35
	Mushallah	39
	Gereja	-
	Pura	-
Kesehatan	Posyandu	29
	Puskesmas	1
	Praktek Dokter	5
	Pos KB	6
	Jumlah Dokter	3
	Perawat	20
	Bidan	27
Pasar	Pasar	8

Sumber : Monografi Kecamatan Kepenuhan, 2019

a.) Pendidikan

Berhasil atau tidaknya pembangunan daerah sangat dipengaruhi oleh sumberdaya manusia yang dimilikinya. Semakin tinggi pendidikan akan mampu meningkatkan sumberdaya manusia di daerah tersebut. Dengan pentingnya peranan pendidikan tersebut, maka pemerintahan dan seluruh lapisan masyarakat memberikan perhatian yang besar pada bidang pendidikan. Adapun pendidikan

formal dan non-formal juga berpengaruh terhadap kemampuan dalam melaksanakan kegiatan. Pendidikan pada umumnya akan mempengaruhi cara berfikir dan meningkatkan kecerdasan sehingga mampu bekerja lebih efektif dan efisien sehingga mampu meningkatkan penghasilan dan meningkatkan kesejahteraan hidup. Adapun jumlah sarana pendidikan dapat dilihat pada Tabel 12.

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu terdapat 13 unit Taman Kanak-kanak (TK), 20 unit Sekolah Dasar (SD), 10 unit Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (SLTP) dan 4 unit Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA).

b.) Tempat Ibadah

Mayoritas penduduk di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu adalah pemeluk agama islam. Adapun jumlah tempat ibadah yang ada di Kecamatan Kepenuhan dapat dilihat pada Tabel 12.

Berdasarkan tabel 12, jumlah tempat ibadah di Kecamatan Kepenuhan terdiri dari 35 unit mesjid dan 39 unit mushallah, dengan demikian mayoritas penduduk di Kecamatan Kepenuhan memeluk agama islam.

c.) Kesehatan

Sarana dan prasarana kesehatan yang ada di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu diharapkan dapat memberikan pelayanan kesehatan bagi masyarakat. Jumlah sarana kesehatan yang ada di Kecamatan Kepenuhan terdiri dari 29 unit posyandu, 1 unit puskesmas, 5 unit praktek dokter, dan 6 unit pos KB. Dari sarana kesehatan tersebut terdapat 3 dokter, 20 perawat dan 27 bidan.

d.) Pasar

Sarana dan prasarana yang ada di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu diharapkan dapat membantu kebutuhan rumah tangga setiap penduduk/masyarakat. Jumlah sarana pasar yang ada di Kecamatan Kepenuhan terdiri dari 8 unit pasar yang terbagi menjadi 6 unit pasar yang ada bangunan dan 2 unit pasar yang tidak memiliki bangunan. Lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 12.

4.5.2. Prasarana

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Prasarana adalah segala sesuatu yang menjadi penunjang utama terselenggaranya suatu proses (usaha, pembangunan, proyek). Prasarana di Kecamatan Kepenuhan cukup memadai dengan akses jalan yang menghubungkan Kecamatan Kepenuhan dan daerah disekitarnya. Jarak dan waktu dari Kecamatan Kepenuhan ke Ibukota Kabupaten berjarak 45 Km dengan waktu tempuh 60-90 menit dengan kondisi jalan aspal. Hal ini dapat memudahkan masyarakat dalam mendapatkan pelayanan yang bersifat *administrative*.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani Kelapa Sawit

Karakteristik petani merupakan gambaran keadaan petani dan usahatani yang dijalankannya. Keadaan petani memberikan pengaruh terhadap pengelolaan resiko produksi usahatani, yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap perolehan produksi. Identitas petani merupakan gambaran umum mengenai kemampuan dan keberadaan petani didalam melakukan usaha. Ada beberapa variabel yang diamati untuk mengetahui identitas petani didalam penelitian ini yang terdiri dari : umur, lama pendidikan, pengalaman berusahatani, dan jumlah tanggungan keluarga.

5.1.1. Umur Petani

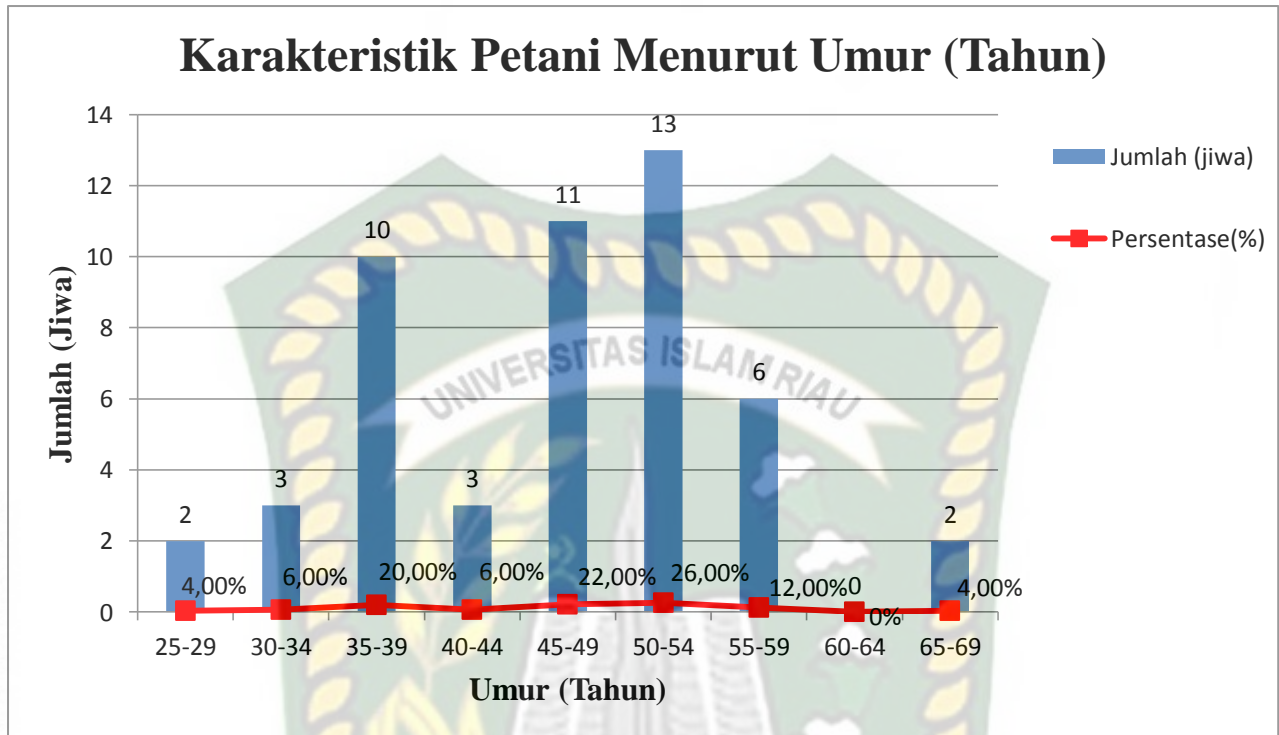
Umur petani merupakan salah satu yang dapat menentukan kemampuan petani dalam mengelola usahatannya, terutama usia produktif sehingga petani dapat memperoleh hasil atau pendapatan yang maksimal. Petani yang berumur produktif, kemampuannya dalam bekerja akan lebih baik dibandingkan dengan petani yang tidak produktif. Petani yang berumur relatif muda pada umumnya lebih cepat mengadopsi inovasi baru serta lebih dinamis dan tanggap terhadap perubahan lingkungan, terutama yang berhubungan dengan usahatannya, namun mereka relatif kurang berpengalaman dibandingkan petani yang sudah berumur tua. Kelompok umur petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Umur (Tahun) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

NO	Umur (Tahun)	Petani	
		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	25-29	2	4,00
2	30-34	3	6,00
3	35-39	10	20,00
4	40-44	3	6,00
5	45-49	11	22,00
6	50-54	13	26,00
7	55-59	6	12,00
8	60-64	-	-
9	65-69	2	4,00
Jumlah		50	100
Rata – rata Umur		45,98	

Berdasarkan Tabel 13, dapat dilihat bahwa karakteristik petani kelapa sawit menurut umur di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu berada pada kelompok umur 25-29 tahun sebanyak 2 jiwa (4,00%), umur 30-34 tahun sebanyak 3 jiwa (6,00%), umur 35-39 tahun sebanyak 10 jiwa (20,00%), umur 40-44 tahun sebanyak 3 jiwa (6,00%), umur 45-49 tahun sebanyak 11 jiwa (22,00%), umur 50-54 tahun sebanyak 13 jiwa (26,00%), umur 55-59 tahun sebanyak 6 jiwa (12,00%), umur 60-64 sebanyak 0 jiwa (0%), dan umur 65-69 sebanyak 2 jiwa (4,00%). Rata-rata umur petani 45,98 atau digenapkan 46 tahun yang tergolong dalam usia produktif, hal ini menunjukkan bahwa petani yang berada di usia produktif memiliki kemampuan fisik dan kemampuan berfikir yang baik dalam menerima pengetahuan yang baru yang berkaitan dengan peningkatan produksi. Namun di daerah penelitian terdapat 2 petani yang umurnya sudah tidak produktif yaitu berumur 65 tahun dan 66 tahun, maka ini akan berdampak pada proses penerimaan pengetahuan baru yang berkaitan dengan peningkatan produksi. Produktif adalah usia dimana seseorang masih dapat melakukan pekerjaannya

dengan baik dan masih memiliki energi untuk bekerja, untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Karakteristik Petani Menurut Kelompok Umur di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020.

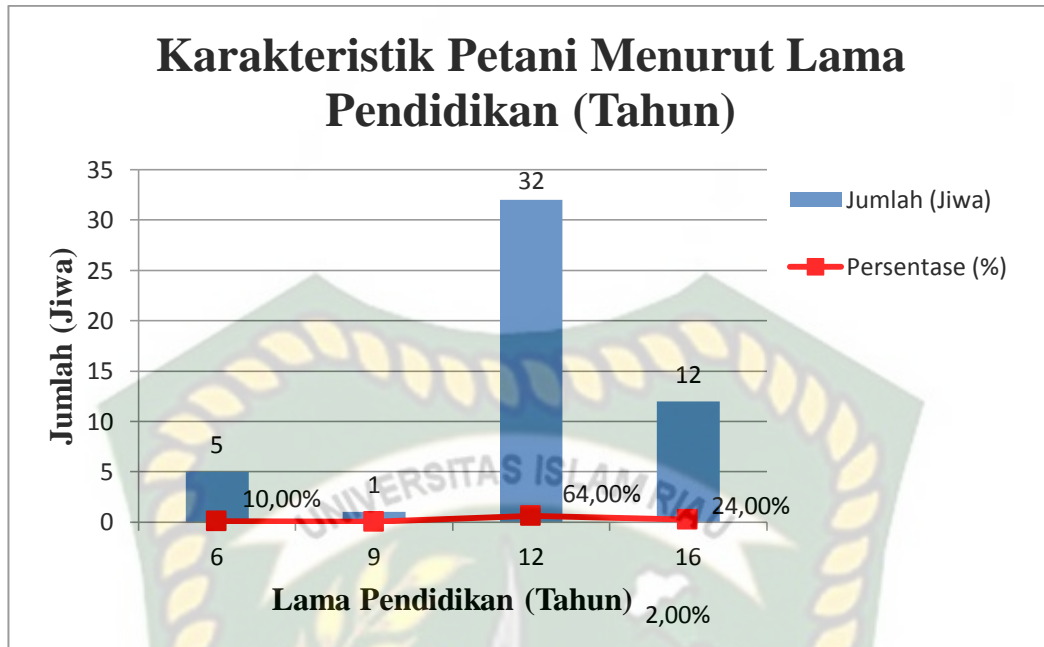
5.1.2. Lama Pendidikan

Pendidikan sangat menentukan tingkat kompetensi petani dalam melakukan kegiatan pertanian, yang dimaksud dengan kompetensi adalah perwujudan perilaku dalam merencanakan kegiatan untuk mencapai target (Manyamsari dan Mujiburrahmad, 2014). Pendidikan yang rendah, selain berimplikasi pada kurang terkoordinasinya perencanaan pertanian, juga akan berpengaruh pada jenis pekerjaan lain yang dapat dilakukan oleh petani dalam upaya peningkatan pendapatan. Lama pendidikan petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Lama Pendidikan (Tahun) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

No	Lama Pendidikan (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	6	5	10,00
2	9	1	2,00
3	12	32	64,00
4	16	12	24,00
Jumlah		50	100
Rata-rata Lama Pendidikan		12,3	

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa lama pendidikan petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu yang terbanyak adalah selama 12 tahun (Sekolah Lanjut Tingkat Atas) dengan jumlah 32 jiwa, kemudian petani yang pendidikannya ditempuh selama 6 tahun (Sekolah Dasar) berjumlah sebanyak 5 jiwa, lama pendidikan 9 tahun (Sekolah Lanjut Tingkat Pertama) berjumlah sebanyak 1 jiwa dan jumlah petani yang menyelesaikan pendidikan selama 16 tahun (Strata-1) berjumlah sebanyak 12 jiwa. Rata-rata lama pendidikan petani kelapa sawit adalah 12,3 tahun atau digenapkan 12 tahun, setara dengan sekolah lanjut tingkat atas (SLTA). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan cukup tinggi, ini menyebabkan peralihan teknologi berjalan dengan baik sehingga menyebabkan tingkat resiko produksi dan pengembangan usahatani dapat diatasi. Untuk lebih jelas dapat dilihat Gambar 3.



Gambar 3. Karakteristik Petani Menurut Lama Pendidikan (Tahun) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

5.1.3. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman berusahatani biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai petani). Semakin lama seseorang tersebut berusahatani, berarti pengalaman bekerjanya semakin tinggi sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi pendapatan.

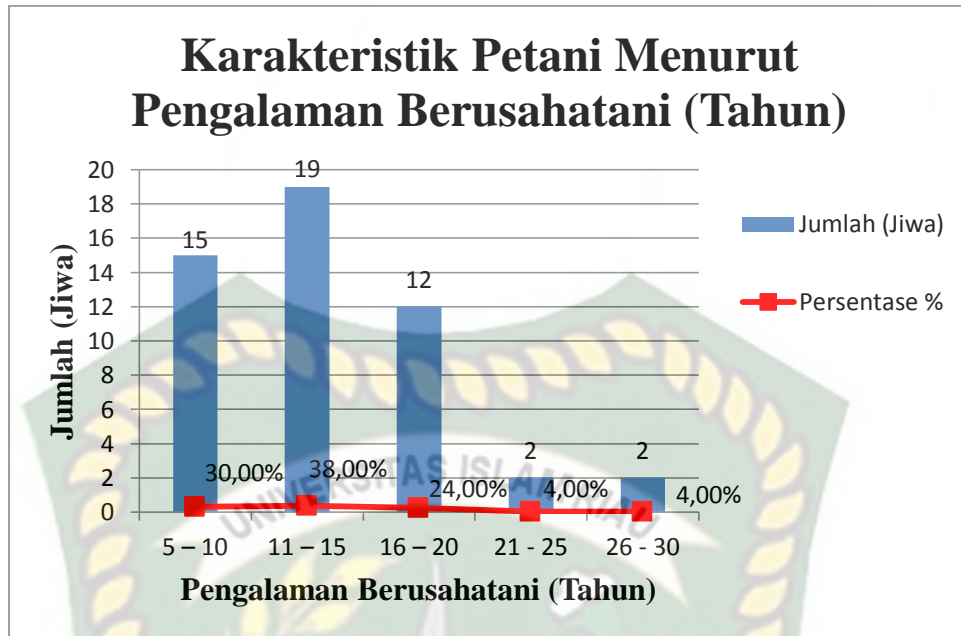
Pengalaman usahatani yaitu lamanya petani dalam menekuni usahatannya dalam satuan tahun. Pengalaman menjadikan petani lebih produktif menjalankan kegiatan usahatannya, karena setiap petani melakukan kegiatan usahatannya tentu memiliki berbagai permasalahan yang dihadapi, dengan adanya pengalaman membuat petani semakin bersikap lebih baik dalam mengambil keputusan.

Pengalaman setiap petani dalam menjalankan usahataniya tentu berbeda, untuk melihatnya dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Karakteristik Petani Menurut Pengalaman Berusahatani (Tahun) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

No	Pengalaman usaha (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	5 – 10	15	30,00
2	11 – 15	19	38,00
3	16 – 20	12	24,00
4	21 – 25	2	4,00
5	26 – 30	2	4,00
Jumlah		50	100
Rata-rata Pengalaman Berusahatani		13,98	

Berdasarkan Tabel 15, menunjukkan bahwa pengalaman berusahatani petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu terbanyak adalah selama 11-15 tahun dengan jumlah 19 jiwa, pengalaman berusahatani 5-10 tahun berjumlah sebanyak 15 jiwa, pengalaman berusahatani 16-20 tahun berjumlah sebanyak 12 jiwa dan pengalaman berusahatani 21-25 tahun berjumlah 2 jiwa, dan pengalaman berusahatani 26-30 tahun berjumlah 2 jiwa. Adapun rata-rata pengalaman berusahatani petani kelapa sawit adalah 13,98 tahun atau 14 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu sudah berpengalaman dalam berusahatani kelapa sawit. Semakin berpengalaman petani dalam melakukan usahataniya maka semakin kecil resiko kegagalan dalam melakukan usahatani. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Karakteristik Petani Menurut Pengalaman Berusahatani Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020.

5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

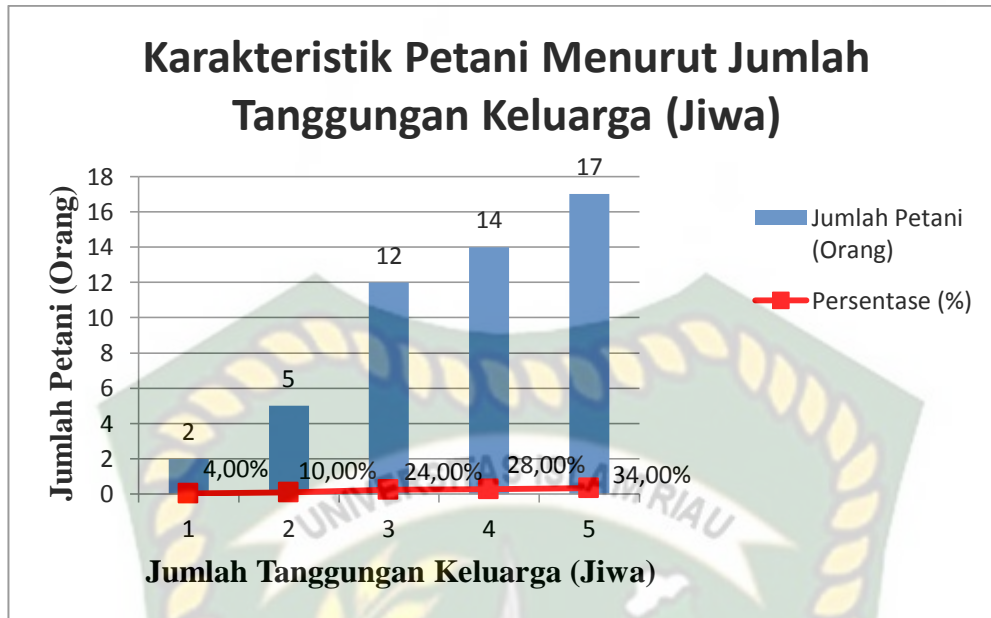
Tanggungan keluarga yang produktif bagi petani merupakan sumber tenaga kerja yang utama dalam menunjang kegiatan usahatannya karena selama pekerjaan dalam usahatani dapat dikerjakan oleh keluarga dan akan mengurangi pengeluaran untuk mengupah tenaga kerja. Jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	1	2	4,00
2	2	5	10,00
3	3	12	24,00
4	4	14	28,00
5	5	17	34,00

No	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
	Jumlah	50	100
	Rata-rata Jumlah Tanggungan Keluarga	3,78	

Berdasarkan Tabel 16, menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu terbanyak adalah 5 jiwa yang berjumlah sebanyak 17 orang petani, jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit 4 jiwa berjumlah sebanyak 14 orang petani, jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit 3 jiwa berjumlah sebanyak 12 orang petani, jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit 2 jiwa berjumlah sebanyak 5 orang petani, sedangkan jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit yang sedikit adalah 1 jiwa yang berjumlah sebanyak 2 orang petani. Adapun rata-rata jumlah tanggungan petani adalah 3,78 atau 4 jiwa. Semakin besar tanggungan jumlah keluarga maka semakin besar pula pengeluaran rumah tangga, dan sebaliknya jika semakin kecil jumlah tanggungan keluarga akan dapat memberikan gambaran hidup yang lebih sejahtera. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 5



Gambar 5. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa) Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2020.

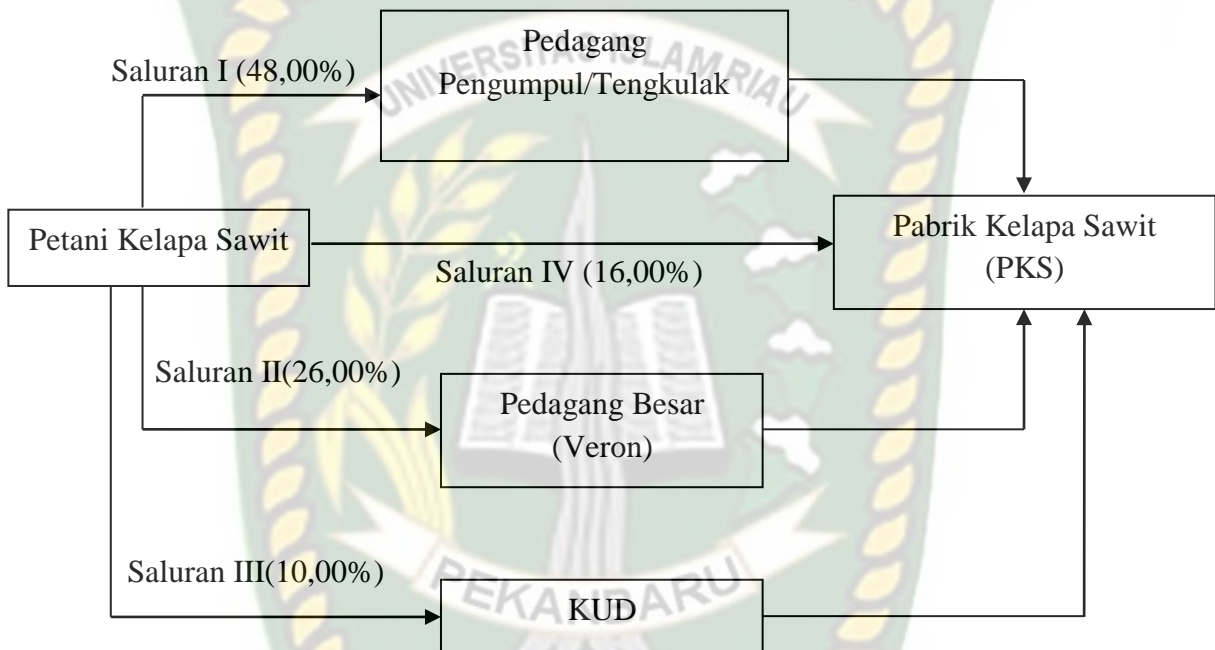
5.2. Analisis Saluran Lembaga Pemasaran, Fungsi Pemasaran, Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, dan *Farmer's Share* TBS Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu

5.2.1. Analisis Saluran Lembaga Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian di lima lokasi sampel penelitian yaitu di Kelurahan Kepenuhan Tengah, Desa Kepenuhan Barat, Desa Kepenuhan Raya, Desa Kepenuhan Timur dan Desa Kepenuhan Barat mulya, terdapat 4 saluran pemasaran yang telah terbentuk, yaitu :

- a. Saluran Pemasaran I : Petani → Pedagang Pengumpul/Tengkulak →PKS
- b. Saluran Pemasaran II : Petani →Pedagang Besar(Veron) →PKS
- c. Saluran Pemasaran III : Petani →KUD →PKS
- d. Saluran Pemasaran IV : Petani →PKS

Sebagaimana umumnya desa-desa sentra perkebunan kelapa sawit, para petani di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu memiliki kebebasan dalam memilih saluran pemasaran dalam penjualan hasil panennya. Pemasaran TBS ke pabrik kelapa sawit (PKS) dilakukan petani melalui lembaga pemasaran yang tersedia di Kecamatan Kepenuhan, seperti melalui pedagang pengumpul, pedagang besar, KUD atau langsung ke PKS.



Gambar 6. Pola Saluran Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

Pada Gambar 6, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu ada 4 jenis saluran, saluran yang lebih banyak dilakukan adalah saluran pemasaran yang pertama yaitu berjumlah sebanyak 48,00% petani kelapa sawit menjual TBS ke pedagang pengepul/ tengkulak. Harga rata-rata TBS yang diterima oleh petani kelapa sawit yang menjual TBS ke pengepul/tengkulak adalah Rp. 1.508,37/Kg pada bulan Agustus 2020, pada bulan September 2020 harga TBS yang diterima

petani adalah Rp. 1.563,82/Kg, mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 55,45/kg. Pada bulan Oktober harga TBS yang diterima petani adalah Rp. 1.634,33/Kg, mengalami kenaikan harga sebesar Rp.70,51/Kg. Alasan yang mendasari petani menjual TBS ke pedagang pengumpul/ tengkulak ialah luas lahan yang petani miliki kecil dan jarak lahan perkebunan yang jauh dari PKS dan pedagang besar (Veron). Di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu terdapat 69 orang pedagang pengumpul yang berfungsi sebagai lembaga pemasaran. Saluran ini banyak diminati oleh petani kelapa sawit dikarenakan petani tidak perlu mengantar langsung TBS ke PKS, karena pengumpul/tengkulak langsung datang ke lahan perkebunan untuk mengangkut TBS petani.

Pada saluran II, terdapat 26,00% petani kelapa sawit yang menjual TBS ke pedagang besar (Veron). Harga rata-rata yang diterima petani yang menjual TBS ke pedagang besar adalah Rp. 1.594,39/Kg pada bulan Agustus 2020. Pada bulan September 2020 harga TBS yang diterima Petani adalah Rp. 1.649,84/Kg, mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 55,45/Kg. Pada bulan Oktober Harga yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 1.720,37/Kg mengalami kenaikan sebesar Rp. 70,53/Kg. Alasan petani menjual ke pedagang besar (Veron) yaitu harga yang diterima oleh petani lebih besar daripada harus menjual ke pengumpul/tengkulak, selain itu luas lahan yang dimiliki lebih besar dan hasil produksi TBS jauh lebih banyak.

Pada Saluran III, terdapat 10,00% petani yang menjual TBS melalui perantara Koperasi Unit Desa (KUD), tidak semua petani kelapa sawit bisa menjual hasil TBS nya ke Kantor Unit Desa. Ini disebabkan karena pemasaran TBS yang dilakukan oleh KUD hanya berlaku kepada para petani yang sudah

menjadi bagian dari KUD. Harga rata-rata yang diterima petani yang menjual TBS ke KUD adalah Rp. 1.650,72/Kg pada bulan Agustus 2020. Pada bulan September 2020 harga TBS yang diterima petani sebesar Rp. 1.706,17/Kg, mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 55,45/Kg. Pada bulan Oktober 2020 harga TBS yang diterima petani adalah Rp. 1.776,70/Kg, mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 70,53/Kg.

Pada Saluran IV, terdapat 16,00% petani yang menjual TBS ke pabrik kelapa sawit (PKS). Alasannya yaitu harga yang diterima oleh petani kelapa sawit jauh lebih besar dan menguntungkan daripada menjual ke pedagang pengepul/tengkulak dan pedagang besar (Veron). Petani yang menjual TBS ke pabrik ialah petani yang memiliki luas lahan perkebunan yang besar serta sudah memiliki surat izin resmi dari pabrik kelapa sawit (PKS) dan jarak yang dekat. Harga rata-rata yang diterima oleh petani yang menjual TBS ke pabrik kelapa sawit adalah Rp. 1656,56/Kg pada bulan Agustus 2020. Pada bulan September 2020 harga TBS mengalami kenaikan sebesar Rp. 55,45/Kg, sehingga harga yang diterima petani adalah sebesar Rp. 1712,01/Kg. Pada bulan Oktober 2020 harga TBS yang diterima oleh petani adalah sebesar Rp. 1782,54/Kg, mengalami kenaikan harga sebesar Rp. 70,53/Kg.

Secara keseluruhan dari 4 saluran pemasaran TBS yang teridentifikasi di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, saluran pemasaran I (Petani – Pengepul/Tengkulak – Pabrik Kelapa Sawit) merupakan saluran yang paling mendominasi pilihan para petani. Alasan utama para petani memilih saluran dengan pola ini ialah adanya sistem pembayaran tunai oleh pedagang pengepul/tengkulak, dan penjemputan TBS secara langsung ke lahan petani kelapa sawit.

Selain itu, telah terjalin hubungan yang baik antara pedagang pengepul/tengkulak dengan petani dalam waktu yang cukup lama. Kepercayaan (*trust*) antara petani dan pedagang pengepul menjadi salah satu modal sosial yang telah terbentuk dalam tatanan masyarakat di pedesaan.

Pada saat pemanenan TBS di lahan petani telah siap dilakukan, pedagang pengepul/tengkulak langsung menjemput TBS petani ke lahannya, lalu mengangkut hasil panen untuk langsung ditimbang dan dibayar langsung ditempat. Bagi petani, sistem seperti ini dianggap sangat menguntungkan karena memudahkan petani, walaupun harga yang diterima petani jauh lebih rendah dibandingkan harus menjual ke pedagang besar, KUD ataupun ke PKS yang membutuhkan waktu dan jarak tempuh yang jauh untuk memasarkannya.

5.2.2. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran. Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan-kegiatan yang dapat memperlancar perpindahan hak milik dari barang yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi fisik meliputi tindakan yang langsung berhubungan dengan barang sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi fisik meliputi fungsi penyimpanan dan pengangkutan. Fungsi fasilitas terdiri dari standarisasi dan grading, fungsi penanggulangan resiko, fungsi informasi pasar, fungsi permodalan. Adapun fungsi yang dilakukan

oleh masing-masing lembaga pemasaran di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Fungsi Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Pedagang Pengepul/ Tengkulak	Pedagang Besar	KUD
Fungsi Pertukaran				
a. Pembelian	-	✓	✓	✓
b. Penjualan	✓	✓	✓	✓
Fungsi Fisik				
a. Penyimpanan	-	-	-	-
b. Pengangkutan	-	✓	✓	✓
Fungsi Fasilitas				
a. Standarisasi	-	✓	✓	✓
b. Penanggungungan Resiko	-	✓	✓	✓
c. Permodalan	✓	✓	✓	✓
d. Informasi Pasar	✓	✓	✓	✓

Keterangan : (-) = Tidak melakukan kegiatan fungsi pemasaran

✓ = Melakukan kegiatan fungsi pemasaran

1. Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, yaitu :

- a. Fungsi pembelian, Petani kelapa sawit yang ada di Kecamatan Kepenuhan tidak melakukan pembelian TBS, karena petani hanya menjual hasil TBS ke lembaga pemasaran yang ada.
- b. Fungsi Penjualan, Petani kelapa sawit yang ada di Kecamatan Kepenuhan melakukan penjualan kepada pedagang pengepul/tengkulak, pedagang besar, KUD maupun menjual langsung ke pabrik kelapa sawit (PKS).

- c. Fungsi pengangkutan, Petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan tidak melakukan fungsi pengangkutan TBS, karena lembaga pemasaran langsung datang ke lahan petani untuk mengangkut hasil TBS petani.
- d. Fungsi penyimpanan, Petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan tidak melakukan fungsi penyimpanan, karena hasil panen TBS langsung dijual ke lembaga pemasaran.
- e. Fungsi standarisasi, Petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan tidak melakukan fungsi standarisasi, karena hasil TBS diangkut semua oleh lembaga pemasaran.
- f. Fungsi penanggungungan resiko, Petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan tidak melakukan fungsi penanggungungan resiko, karena seluruh resiko yang dialami dalam proses pemasaran ditanggung oleh lembaga pemasaran.
- g. Fungsi Permodalan, modal yang dikeluarkan petani dalam proses pemasaran TBS adalah modal pribadi.
- h. Fungsi Informasi Pasar, fungsi ini sangat penting untuk memperlancar proses pemasaran TBS petani. Dengan adanya sistem informasi pasar dapat diketahui mengenai harga TBS yang diberikan oleh pedagang pengepul/tengkulak, pedagang besar, KUD serta harga ditingkat pabrik kelapa sawit.

2. Pedagang Pengepul/Tengkulak

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengepul/tengkulak di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, yaitu :

- a. Fungsi pembelian dilakukan oleh pedagang pengepul dimana kegiatan transaksi jual beli antara petani dengan pedagang pengepul/tengkulak terjadi dilahan milik petani kelapa sawit. Adapun pembayaran yang dilakukan pedagang pengepul kepada petani yaitu proses pembayarannya dilakukan secara tunai.
- b. Fungsi penjualan yang dilakukan pedagang pengepul yaitu menjual TBS ke pabrik kelapa sawit dengan cara mengantar langsung TBS ke lokasi pabrik kelapa sawit.
- c. Fungsi pengangkutan dilakukan setelah harga yang sudah disepakati antara petani dan pedagang pengepul, TBS yang dibeli ke petani siap diangkut oleh pedagang pengepul menggunakan mobil pick up (L300).
- d. Fungsi penyimpanan tidak dilakukan oleh pedagang pengepul karena TBS yang sudah diangkut langsung dijual ke pabrik kelapa sawit.
- e. Fungsi standarisasi yang dilakukan pedagang pengepul yaitu adanya kriteria - kriteria tertentu seperti mengelompokkan tandan buah segar yang sudah memenuhi kriteria masak.
- f. Fungsi penanggungan resiko yang dihadapi oleh pedagang pengepul sepenuhnya menjadi tanggung jawab pedagang pengepul itu sendiri.
- g. Fungsi permodalan yang dilakukan oleh pedagang pengepul sama dengan halnya yang dilakukan petani yaitu dengan modal sendiri.
- h. Fungsi informasi pasar yang dilakukan oleh pedagang pengepul yaitu mengetahui target pasar yang ingin dicapai dan perubahan harga yang terjadi dipasaran.

3. Pedagang Besar (Veron)

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar (Veron) di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, yaitu :

- a. Fungsi pembelian dilakukan oleh pedagang besar dimana kegiatan transaksi jual beli antara petani dengan pedagang besar terjadi dilahan milik petani kelapa sawit. Adapun pembayaran yang dilakukan pedagang pengepul kepada petani yaitu proses pembayarannya dilakukan secara langsung atau tunai.
- b. Fungsi penjualan yang dilakukan pedagang besar yaitu menjual TBS ke pabrik kelapa sawit dengan cara mengantar langsung TBS ke lokasi pabrik kelapa sawit.
- c. Fungsi pengangkutan dilakukan setelah harga yang sudah disepakati oleh pedagang besar dengan petani, TBS yang dibeli ke petani siap diangkut oleh pedagang besar menggunakan mobil truk.
- d. Fungsi penyimpanan tidak dilakukan oleh pedagang besar karena TBS yang sudah diangkut langsung dijual ke pabrik kelapa sawit.
- e. Fungsi standarisasi yang dilakukan pedagang besar yaitu adanya kriteria - kriteria tertentu seperti mengelompokkan tandan buah segar yang sudah memenuhi kriteria matang sempurna.
- f. Fungsi penanggung resiko yang dihadapi oleh pedagang besar sepenuhnya menjadi tanggung jawab pedagang besar itu sendiri.
- g. Fungsi permodalan yang dilakukan oleh pedagang besar sama dengan halnya yang dilakukan petani yaitu dengan modal pinjaman dari bank.

- h. Fungsi informasi pasar yang dilakukan oleh pedagang besar yaitu mengetahui target pasar yang ingin dicapai dan perubahan harga yang terjadi dipasaran dengan cara mensurvei harga di tingkat sesama pedagang besar.

4. Koperasi Unit Desa (KUD)

Fungsi pemasaran yang dilakukan KUD di Kecamatan Kepenuhan yaitu :

- a. Fungsi pembelian yang dilakukan oleh KUD yaitu pihak KUD datang langsung kelahan petani yang terdaftar sebagai anggota KUD.
- b. Fungsi penjualan yang dilakukan oleh KUD yaitu dengan mengantarkan TBS yang diangkut dari lahan petani ke pabrik kelapa sawit yang telah menjalin kerjasama dengan pihak KUD.
- c. Fungsi pengangkutan dilakukan apabila petani KUD kelapa sawit telah siap melakukan panen, kemudian mobil pengangkutan dari KUD datang kelokasi lahan petani KUD untuk diangkut dan diantar ke pabrik kelapa sawit.
- d. Fungsi penyimpanan tidak dilakukan oleh pihak KUD, karena hasil TBS yang diangkut langsung diantar ke pabrik kelapa sawit.
- e. Fungsi standarisasi dilakukan dengan memisahkan atau mengelompokkan produk kelapa sawit berdasarkan mutu dan jenisnya.
- f. Fungsi penanggungan resiko akan sepenuhnya ditanggung oleh seluruh anggota KUD.
- g. Fungsi permodalan yang dilakukan oleh pihak KUD yaitu dengan cara meminjam ke bank.
- h. Informasi pasar diperoleh melalui media sosial dan juga analisis pasar terhadap kebutuhan kelapa sawit.

5.2.3. Analisis Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku dan lembaga pemasaran dalam melakukan proses pemasaran. Biaya pemasaran dalam penelitian ini meliputi transportasi, tenaga kerja, bongkar-muat, biaya penyusutan TBS dan pajak daerah.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani dalam melakukan kegiatan pemasaran meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, dan biaya bongkar-muat. Sedangkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengepul/tengkulak dan pedagang besar adalah biaya transportasi, tenaga kerja, sortasi, bongkar-muat, pajak, dan penyusutan buah. Biaya pemasaran di tingkat lembaga pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam mendistribusikan TBS dari petani sampai PKS.

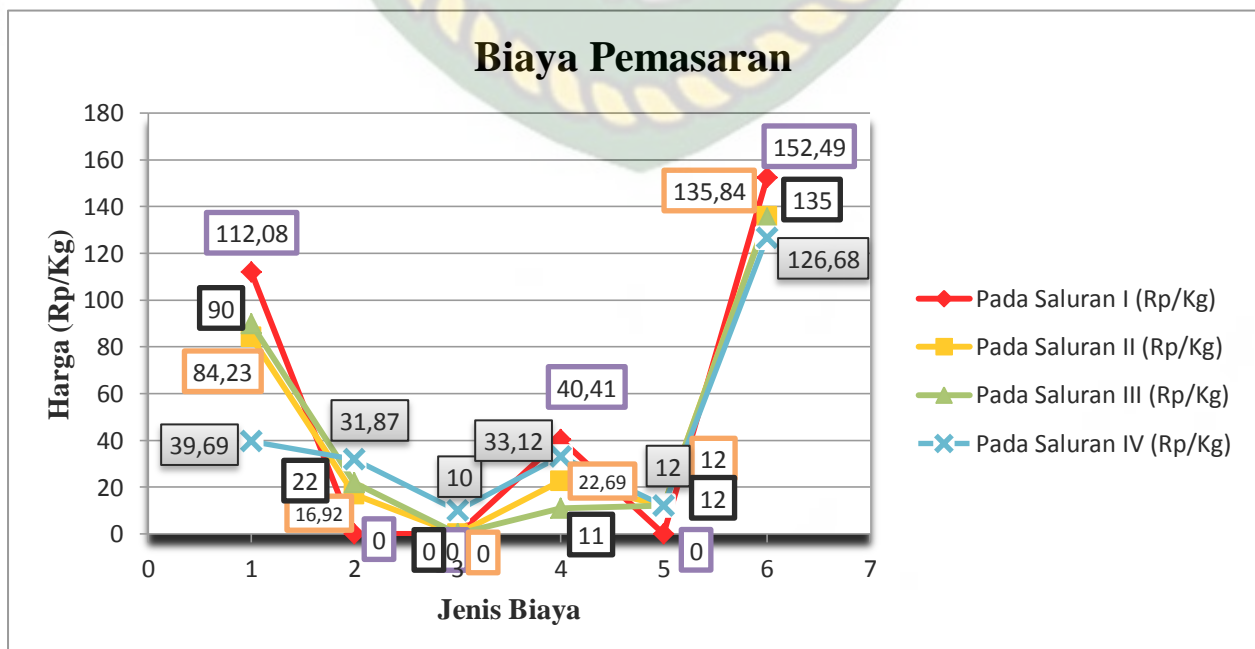
Adapun biaya pemasaran yang di keluarkan oleh petani kelapa sawit dalam melakukan kegiatan pemasaran TBS dapat dilihat pada tabel 18.

Tabel 18. Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

No	Uraian	Saluran I		Saluran II		Saluran III		Saluran IV	
		Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani								
	Harga Jual	1568,84	78,38	1654,87	82,68	1711,19	85,5	1717,04	85,79
	Biaya Pemasaran								
	a. Biaya Transportasi (Rp/Kg)	112,08		84,23		90		39,69	
	b. Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)	-		16,92		22		31,87	
	c. Biaya Sortasi (Rp/Kg)	-		-		-		10	
	d. Biaya Bongkar-Muat (Rp/Kg)	40,41		22,69		11		33,12	
	e. Biaya Penyusutan (Rp/Kg)	0		12		12		12	
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	152,49		135,84		135		126,68	

No	Uraian	Saluran I		Saluran II		Saluran III		Saluran IV	
		Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)
	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	130,02		110,64		25,16		157,64	
	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	282,51		246,48		160,16		284,32	
	Efisiensi Pemasaran (%)	7,85		7,03		6,95		6,52	
	<i>Farmer's Share</i> (%)	78,38		82,68		85,5		85,79	
2.	Pengepul/Tengkulak								
	Harga Beli	1851,35	92,50						
	Biaya Pemasaran								
	a. Biaya Transportasi	0							
	b. Biaya Tenaga Kerja	27							
	c. Biaya Sortasi	0							
	d. Biaya Bongkar-Muat	34							
	e. Biaya Penyusutan	12							
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	73							
	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	77							
	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	150							
	Harga Jual	2001,35							
3	Pedagang Besar								
	Harga Beli			1901,35	95,00				
	Biaya Pemasaran								
	a. Biaya Transportasi (Rp/Kg)			-					
	b. Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)			25					
	c. Biaya Sortasi (Rp/Kg)			10					
	d. Biaya Bongkar-Muat (Rp/Kg)			-					
	e. Biaya Penyusutan (Rp/Kg)			15					
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)			50					
	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)			50					
	Margin Pemasaran (Rp/Kg)			100					
	Harga Jual			2001,35					

Berdasarkan Tabel 18, dapat disimpulkan bahwa biaya pemasaran petani kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu berdasarkan tiap saluran mengalami perbedaan. Biaya pemasaran rata-rata pada saluran pemasaran I yaitu berjumlah Rp. 152,49/Kg dengan rincian biaya yaitu : Biaya Transportasi (Rp 112/Kg), Biaya Tenaga Kerja (Rp 0/Kg), Biaya Sortasi (Rp 0/Kg), Biaya Bongkar-Muat (Rp 40,41/Kg) dan Biaya Penyusutan Buah (Rp 0/Kg). Biaya pemasaran rata-rata saluran II yang dikeluarkan oleh petani yaitu : Biaya Transportasi (Rp. 84,23/Kg), Biaya Tenaga Kerja (Rp. 16,92/Kg), Biaya Sortasi (Rp. 0/Kg), Biaya Bongkar-Muat (Rp. 22,69/Kg) dan Biaya Penyusutan Buah (Rp. 12/Kg). Biaya pemasaran rata-rata saluran III yang dikeluarkan oleh petani yaitu : Biaya Transportasi ((Rp. 90/Kg), Biaya Tenaga Kerja (Rp. 22/Kg), Biaya Sortasi (Rp. 0/Kg), Biaya Bongkar-Muat (Rp. 11/Kg) dan Biaya Penyusutan Buah (Rp. 12/Kg). Biaya pemasaran rata-rata saluran IV yang dikeluarkan oleh petani yaitu : Biaya Transportasi (Rp. 39,69/Kg), Biaya Tenaga Kerja (Rp. 31,87/Kg), Biaya Sortasi (Rp. 0/Kg), Biaya Bongkar-Muat (Rp. 33,12/Kg) dan Biaya Penyusutan Buah (Rp. 12/Kg). Untuk lebih jelas dilihat pada Gambar 7.



Keterangan : 1. Transportasi (Rp/Kg) 4. Bongkar-Muat (Rp/Kg)
 2. Tenaga Kerja (Rp/Kg) 5. Biaya Penyusutan Buah (Rp/Kg)
 3. Sortasi (Rp/Kg) 6. Total Biaya (Rp/Kg)

Gambar 7. Rata-rata Biaya Pemasaran TBS yang dikeluarkan Oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020 (1 Bulan).

Biaya pemasaran TBS rata-rata pengepul/tengkulak di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu adalah Rp 73/Kg dengan rincian biaya yaitu : Transportasi (Rp. 0/Kg), Tenaga Kerja (Rp. 27/Kg), Sortasi (Rp. 0/Kg), Bongkar-Muat (Rp. 34/Kg), Pajak (Rp. 0/Kg), dan Penyusutan (Rp. 12/Kg). (Lampiran 16)

Rincian biaya pemasaran TBS pedagang besar di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu yaitu : Transportasi (Rp. 0/Kg), Tenaga Kerja (Rp. 25/Kg), Sortasi (3 %), Bongkar-Muat (Rp. 0/Kg), Pajak (3,5 %), Penyusutan (Rp. 15/Kg).

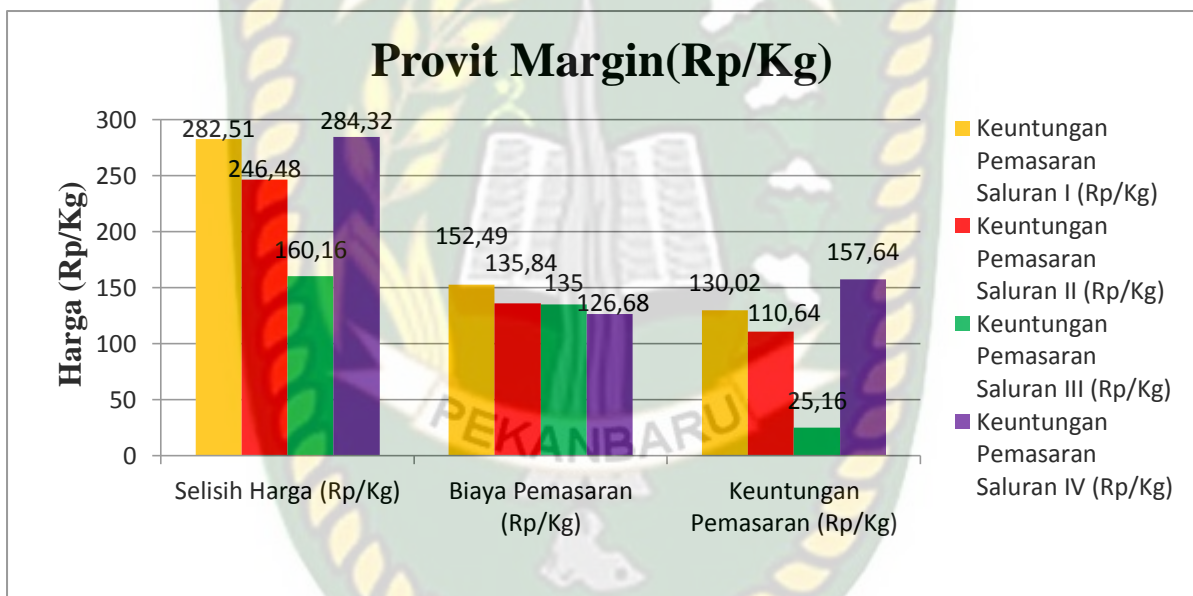
5.2.4. Keuntungan Pemasaran (Profit Margin)

Profit margin adalah besarnya keuntungan yang dinyatakan dalam persentase dar jumlah penjualan bersih. Profit margin ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubugkan dengan penjualannya. Untuk dapat melihat tingkat profit margin petani dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Rata - rata Profit Margin yang diterima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, bulan Agustus - Oktober 2020.

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Selisih Harga	282,51	246,48	160,16	284,32
Biaya Pemasaran	152,49	135,84	135	126,68
Keuntungan Pemasaran	130,02	110,64	25,16	157,64

Pada Tabel 19, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat keuntungan yang diterima petani dari setiap saluran pemasaran berbeda. Pada saluran I, rata-rata profit margin yang diterima petani adalah sebesar Rp. 130,02/Kg. Pada saluran II, rata-rata profit margin yang diterima petani adalah sebesar Rp. 110,65/Kg. Pada saluran III, rata-rata profit margin yang diterima petani adalah sebesar Rp. 25,16/Kg. Pada saluran IV, rata-rata profit margin yang diterima petani adalah sebesar Rp. 157,64 /Kg. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Profit Margin yang diterima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

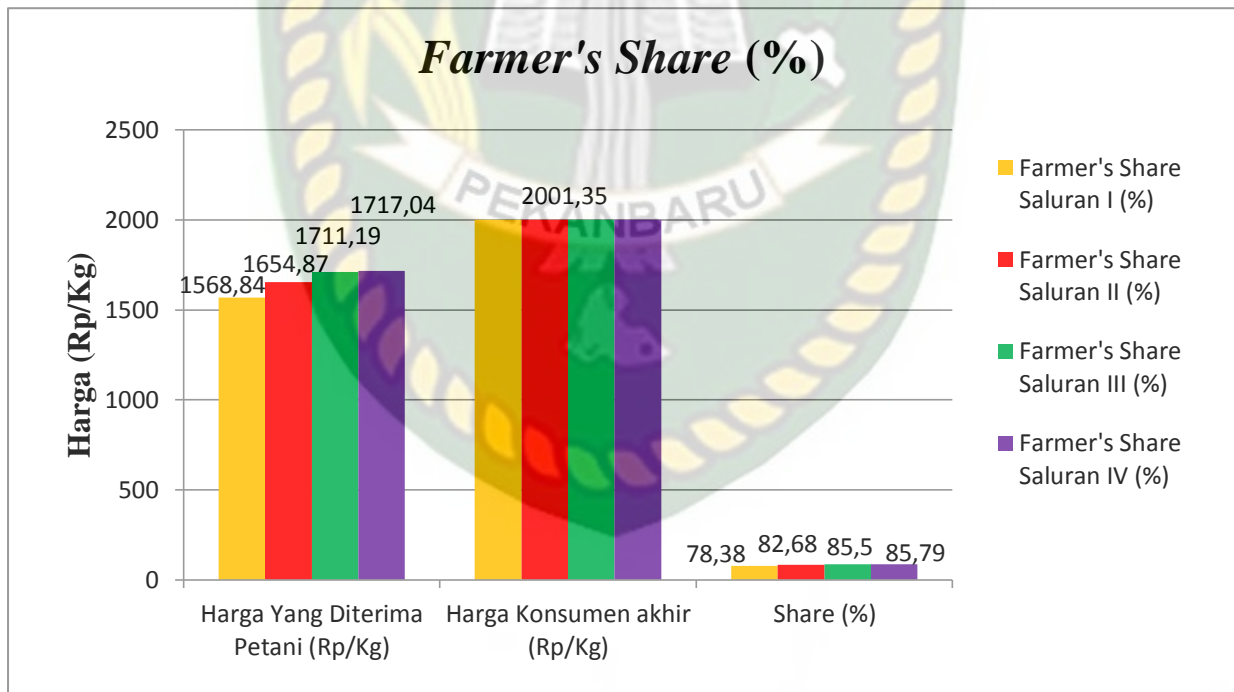
5.2.5. Farmer's Share

Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima petani Dengan harga yang telah dibayar oleh konsumen, umumnya dinyatakan dalam persentase (%). *Farmer's share* ini merupakan sebagai konsep balas jasa atas kegiatan yang dilakukan petani dalam memasarkan. Besarnya *farmer's share* dapat dilihat pada saluran pemasaran yang dilakukan. Nilai *farmer's share* yang diterima oleh petani kelapa sawit dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. *Farmer's Share* yang diterima oleh Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

Harga	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Harga Yang Diterima Petani (Rp/Kg)	1568,84	1654,87	1711,19	1717,04
Harga Konsumen akhir (Rp/Kg)	2001,35	2001,35	2001,35	2001,35
Share (%)	78,38	82,68	85,50	85,79

Pada Tabel 20, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *farmer's share* yang diterima petani kelapa sawit berbeda. Pada saluran I, *farmer's share* yang diterima petani sebesar 78,38 %. Pada saluran II, *farmer's share* yang diterima petani sebesar 82,68 %. Pada saluran III, *farmer's share* yang diterima petani sebesar 85,50 %. Pada saluran IV, *farmer's share* yang diterima petani sebesar 85,79 %. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. *Farmer's Share* yang diterima Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

5.3. Analisis Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

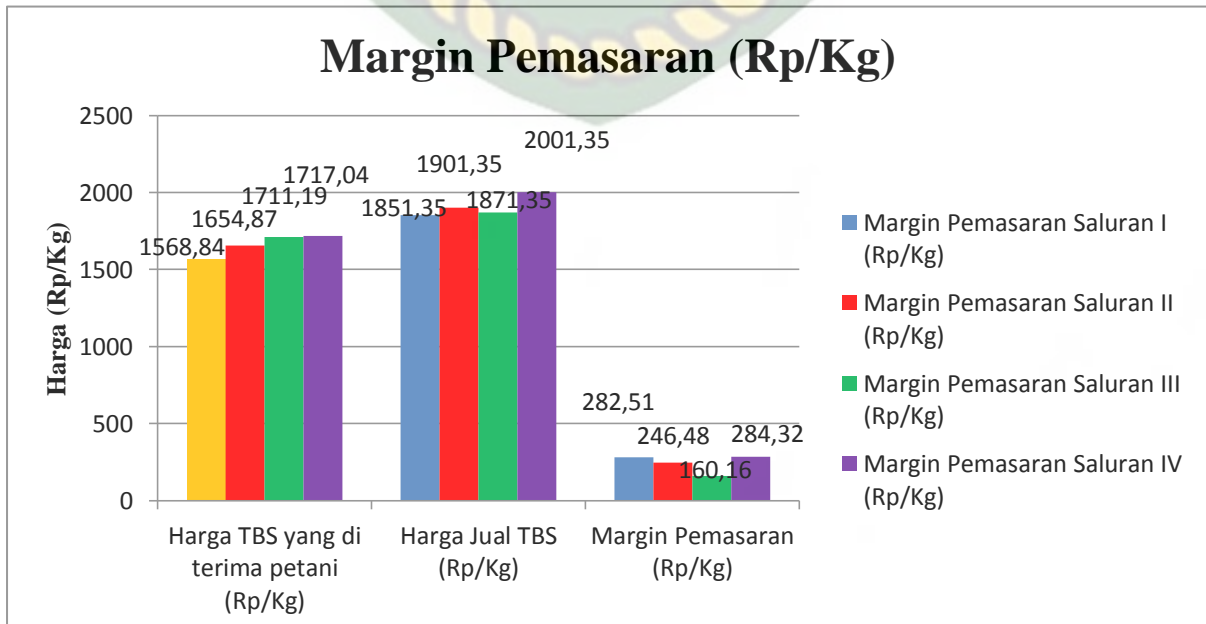
5.3.1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga jual TBS yang dilakukan lembaga pemasaran dengan harga TBS yang diterima oleh petani kelapa sawit. Untuk lebih jelas, dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Margin Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

Harga	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Harga TBS yang di terima petani (Rp/Kg)	1568,84	1654,87	1711,19	1717,04
Harga Jual TBS (Rp/Kg)	1851,35	1901,35	1871,35	2001,35
Margin Pemasaran (Rp/Kg)	282,51	246,48	160,16	284,32

Pada Tabel 21, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran yang didapat oleh lembaga pemasaran kelapa sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu berbeda. Pada saluran I, margin pemasaran yang didapatkan oleh lembaga pemasaran adalah sebesar Rp. 282,51/Kg. Pada saluran II, margin pemasaran yang diperoleh oleh lembaga pemasaran adalah sebesar Rp. 249,49/Kg. Pada saluran III, margin pemasaran yang diperoleh adalah sebesar Rp. 160,16/Kg. Pada saluran IV, margin pemasaran yang diperoleh adalah sebesar Rp. 284,32/Kg. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Margin Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2020.

5.3.2. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran sangat penting agar masing-masing lembaga mendapatkan keuntungan sesuai apa yang telah mereka keluarkan (*output*). Jika tidak ada efisiensi pemasaran maka tidak ada pihak atau lembaga yang dirugikan, karena lembaga tersebut sudah mengeluarkan output lebih besar dibandingkan dengan keuntungan yang didapatkannya, begitu juga sebaliknya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 22.

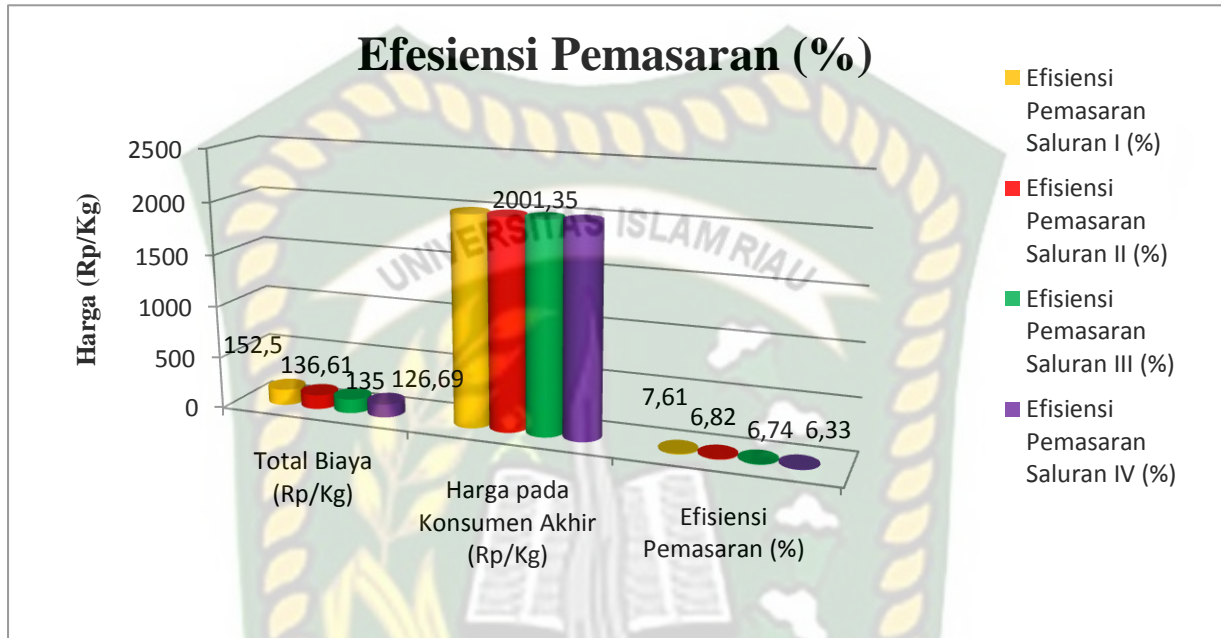
Tabel 22. Efisiensi Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Total Biaya (Rp/Kg)	152,5	136,61	135	126,69
Harga pada Konsumen Akhir (Rp/Kg)	2001,35	2001,35	2001,35	2001,35
Efisiensi Pemasaran (%)	7,61	6,82	6,74	6,33

Pada Tabel 22, berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan nilai efisiensi pemasaran TBS di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu berbeda di setiap saluran pemasarannya. Nilai efisiensi pemasaran tertinggi terdapat pada saluran I yaitu sebesar 7,61 %. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran II yaitu sebesar 6,82 %. Nilai pemasaran pada saluran III yaitu sebesar 6,74 %, sedangkan nilai efisiensi terendah terdapat pada saluran IV yaitu sebesar 6,33 %.

Dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang efisien adalah saluran IV, 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 maka sistem pemasaran tidak efisien. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Efisiensi Pemasaran Petani Kelapa Sawit di Kecamatan Kepenuhan Kabupaten Rokan Hulu.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Umur rata-rata petani kelapa sawit adalah 45,98 tahun atau digenapkan 46 tahun. Lama pendidikan yang ditempuh petani adalah 12,3 tahun atau 12 tahun. Jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit adalah sebanyak 3,78 jiwa atau 4 jiwa. Pengalaman berusahatani petani kelapa sawit adalah 13,98 tahun atau 14 tahun.
2. Lembaga dan saluran pemasaran yang terlibat adalah petani, pengepul/tengkulak, pedagang besar, KUD, dan pabrik kelapa sawit. Fungsi pemasaran petani meliputi fungsi penjualan, fungsi permodalan dan fungsi informasi pasar. Fungsi pemasaran pengepul/tengkulak, pedagang besar dan kud meliputi fungsi pembelian, fungsi penjualan, fungsi pengangkutan, fungsi standarisasi, fungsi penanggungan resiko, fungsi permodalan dan fungsi informasi pasar.
3. Biaya pemasaran petani swadaya kelapa sawit (TBS) pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 152,5/Kg, pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 136,61/Kg, pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 135,00/Kg, pada saluran pemasaran IV sebesar Rp. 126,68/Kg. Keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 130,02/Kg, pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 110,65/Kg, pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 25,16/Kg, pada saluran pemasaran IV sebesar Rp. 157,64/Kg.
4. Margin pemasaran kelapa sawit (TBS) pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 282,51/Kg, pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 246,49/Kg, pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 160,16/Kg, pada saluran pemasaran IV sebesar Rp.

284,32/Kg. Efisiensi pemasaran kelapa sawit (TBS) yang dinyatakan paling efisien adalah pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar 6,33%, kedua adalah saluran pemasaran III yaitu sebesar 6,74%, ketiga adalah saluran pemasaran II yaitu sebesar 6,82% dan yang keempat adalah saluran pemasaran I yaitu sebesar 7,61%.

6.2. Saran

1. Petani kelapa sawit diharapkan dapat meningkatkan hasil produksinya dan menggunakan faktor produksi secara efektif dan efisien sehingga hasil yang diperoleh lebih banyak dan dapat menambah jumlah yang pendapatan.
2. Petani dapat mengikuti perkembangan informasi pasar baik informasi dari media ataupun mensurvey langsung ke lapangan guna mengetahui dan menyikapi fluktuasi harga yang terjadi, informasi tersebut dapat diperoleh dari pedagang ataupun pabrik.
3. Pemerintah diharapkan dapat melakukan pengawasan lebih baik lagi terhadap kebijakan harga yang telah ditetapkan, sehingga kegiatan pemasaran tidak membuat petani kelapa sawit merugi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin dan Tantri Francis. 2012. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada, Depok.
- Adi, P. 2008. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Kaffah Yogyakarta”. Surakarta, Skripsi FE STAIN, Surakarta.
- Ahmad, R. 2004. *Perkebunan dari NES ke PIR. Cetakan Pertama*. Penerbit Puspa Swara, PT Penebar Swadaya, Jakarta.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. Departemen Agama RI. Jakarta
- Asmarantaka, R. W. 2012. Pemasaran Agribisnis (*Agrimarketing*). Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Azzaino, Z. 2001. Dalam Suharyanto 2005. Analisis Pemasaran dan Tata Niaga Anggur Bali. Balai Kajian Teknologi Pertanian. Bali.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2015. Data Perkebunan Provinsi Riau. Riau Dalam Angka 2015.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2016. Data Perkebunan Provinsi Riau. Riau Dalam Angka 2016.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2017. Data Perkebunan Provinsi Riau. Riau Dalam Angka 2017
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2018. Data Perkebunan Provinsi Riau. Riau Dalam Angka 2018
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2019. Data Perkebunan Kabupaten Rokan Hulu. Rokan Hulu Dalam Angka 2019.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2019. Data Perkebunan Provinsi Riau. Riau Dalam Angka 2019
- Banu Swasta, 1999. *Jenis – jenis Pemasaran, Intimedia*. Jakarta.
- Budiartiningsih, R., Maulida, Y., Taryono. 2010. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Keluarga Petani Melalui Sektor Informal di Desa Kedaburapat, Kecamatan Rangsang Barat, Kabupaten Bengkalis. Jurnal Ekonomi 18(1) : 79-93.
- Downey, W. D. dan S. P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga, Jakarta.

- Elinur dkk, 2019. Optimalisasi Produksi Usahatani Karet di Kecamatan Tapung Hulu Kabupaten Kampar. *Jurnal Unri Conference Series: Agriculture and Food Security*, Volume1. (15-25).
- Fauzi, 2002. *Kelapa Sawit, Budidaya, Pemanfaatan Limbah Analisa, Usaha dan Pemasaran*. Edisi Revisi. Jakarta.
- Fauzi. 2012. *Budidaya Pemanfaatan Hasil dan Limbah, Analisis Usaha dan Pemasaran Kelapa Sawit*. Penebar Swadaya. Depok.
- Hadi, S Ahmad Rifai, dan Nurul Qomar. 2009. *Industri Kelapa Sawit Rakyat di Riau Membangun Kemandirian Petani*. Unri Press. Pekanbaru.
- Hasyim, I. A. 2012. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI Press. Jakarta.
- Hasyim, H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus : Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara. *Jurnal Komunikasi Penelitian*. Lembaga Penelitian. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Heriyanto. 2017. Analisis Efisiensi Faktor Produksi Karet di Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Dinamika Pertanian Volume XXXIII Nomor 2 Agustus 2017* (121-128).
- Istiyanti, Eni. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabe Merah Keriting di Kecamatan Ngeplak Kabupaten Sleman. *Mapeta*, 12 (2): 116-124.
- Kohls, R. I., J. N. Ulhs, 2002. *Marketing of Agricultural Product. Ninth Edition. New Jersey : Prentice Hall*.
- Kotler, P. 1996. *Manajemen Marketing*. Cetakan Kelima, Bina Aksara, Jakarta.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran. Analisis Pemasaran Kontrol. Jilid 1*. Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta. 330 hal.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kedua Belas*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler. P dan Keller K, L, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Afia. R, Fitriani, dan Ria R. (Peneterjemah). PT Mancana Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Limbong dan Sitorus. 2010. *Pengantar Tataniaga Pertanian Bogor* : Institut Pertanian Bogor Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian.
- Limbong, W. H. dan P. Sitorus. 1985. *Pengantar Tataniaga Pertanian. Program Studi Manajer Koperasi Unit Desa (KUD)*. Bogor: Fakultas Politeknik Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Manyamsari, I dan Mujiburrahmad. 2014. Karakteristik Petani dan Hubungannya Dengan Kompetensi Petani Lahan Sempit. *Agrisep* 15(2) : 58-74.

- Mubyarto. 1985. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta (ID)LP3ES.
- Mulyadi. 2012. *Akutansi Biaya*, Edisi Kelima. UUP STIKM YKPN. Yogyakarta
2007. *Sistem Akutansi*, Jakarta : Salemba Empat.
- Mulyadi. 2014. *Sistem Akuntansi*. Cetakan Keempat. Salemba Empat, Jakarta.
- Mursid. M. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Bumi Aksara, Jakarta.
- Nugroho, A. E., (2015). Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Di Kabupaten Kutai Kartanegara (Studi Kasus Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Muntai). *Magrobis Journal*, 15(2) : 47-56.
- Oentoro. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern PT Laksbang Pressindo*, Yogyakarta.
- Rahim A, dan Hastuti, DRD. 2008. *Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahim. A dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Depok.
- Saefuddin AM. 2007. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia, Press. Jakarta.
- Setyamidja D, 1991. *Budidaya Kelapa Sawit*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Teori dan Aplikasinya. Bogor (ID). Raja Grafindo Persada.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani Jakarta* : Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soekartawi. 2004. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sudiyono A, 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sudiyono A, 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang, UMM Press, Malang.
- Suharyanto. 2005. *Analisis Pemasaran dan Tataniaga Anggur di Bali*.

- Sumiati, S., Rusida, R., & Idawati, I. (2017). Analisis Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Di Desa Baku – Baku Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Journal TABARO*, 1(1) : 38-50.
- Suwita, D. 2011. Analisis Pendapatan Petani Karet (Studi Kasus di Desa Dusun Curup Kecamatan Air Besi Kecamatan Bengkulu Utara. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Bengkulu.
- Syahza. 2003. “Paradigma Baru Pemasaran Produk Pertanian Berbasis Agribisnis”. Jakarta : Jurnal Ekonomi, TH.VIII/01/Juli, PPD&I Fakultas Ekonomi Tarumanegara, Jakarta.
- Syahza, A. 2004. *Dampak pembangunan Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Multiplier Effect Ekonomi Pedesaan.*
- Umar. 2002. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia No 18. 2004. *Undang – Undang tentang Perkebunan.* Jakarta.
- UPTD Perkebunan Kecamatan Kepenuhan Tahun 2019.