

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR
(TBS) KELAPA SAWIT PETANI SWADAYA DI KECAMATAN TANDUN
KABUPATEN ROKAN HULU**

Oleh :

KRISMAN WIRANTO

154210416

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau*



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

2020

ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR
(TBS) KELAPA SAWIT PETANI SWADAYA DI KECAMATAN TANDUN
KABUPATEN ROKAN HULU


SKRIPSI

NAMA : KRISMAN WIRANTO
NPM : 154210416
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

KARYA ILMIAH INI TELAH DI PERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 16 APRIL
2020 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG TELAH
DISEPAKATI SERTA KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing


Dr. Elinur, SP, M. Si

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau


Dr. Ir. Hj. Siti Zahra, M. P

Ketua Program Studi
Agribisnis


Ir. Salman, M. Si

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

TANGGAL, 16 APRIL 2020

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Elinur, SP, M.Si	Ketua	
2	Ir. Tibrani, M. Si	Anggota	
3	Khairizal, SP, M. MA	Anggota	
4	Ilma Satriana Dewi, SP, M.Si	Notulen	

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan berkat serta anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Usahatani dan Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Petani Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu**” yang diajukan sebagai suatu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Elinur, S.P, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ide, dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, saran serta motivasi dalam menyelesaikan penelitian hingga penulisan skripsi ini.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Ir. Hj. Siti Zahra, M.P selaku Dekan Pertanian UIR, Ir. Salman, M. Si sebagai Ketua Jurusan Agribisnis UIR, serta seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf di lingkungan pertanian UIR. Penulis juga berterima kasih kepada kedua orang tua, abang, adik dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang dan motivasi kepada penulis serta teman-teman dan semua pihak yang telah membantu, mendukung dan meluangkan waktu dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan kita semua.

Pekanbaru, 29 April 2020

Hormat Saya,

Krisman Wiranto

DAFTAR ISI

ISI	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Kelapa Sawit	12
2.2. Karakteristik Petani Kelapa Sawit	13
2.2.1. Umur	13
2.2.2. Tingkat Pendidikan	14
2.2.3. Pengalaman Berusahatani	14
2.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	15
2.3. Usahatani.....	16
2.3.1. Pengertian Usahatani.....	16
2.3.2. Faktor Produksi	17
2.3.3. Biaya Usahatani	21
2.3.4. Produksi.....	24
2.3.5. Pendapatan Usahatani	25
2.3.6. Efisiensi Usahatani.....	25
2.4. Pemasaran	27
2.4.1. Pengertian Pemasaran	27
2.4.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	28
2.4.3. Fungsi Pemasaran.....	30

2.4.4. Biaya Pemasaran	32
2.4.5. Margin Pemasaran.....	33
2.4.6. <i>Farmer's Share</i>	34
2.4.7. Keuntungan Pemasaran.....	35
2.4.8. Efisiensi Pemasaran	36
2.5. Usahatani dan Pemasaran dalam Perspektif Islam.....	38
2.6. Penelitian Terdahulu	40
2.7. Kerangka Pemikiran.....	47
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....	50
3.2. Teknik Pengambilan Sampel	50
3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	51
3.4. Konsep Operasional	52
3.5. Analisis Data	54
3.5.1. Analisis Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya.....	54
3.5.2. Penggunaan Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi.....	55
3.5.3. Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi dan Farmer's Share.....	57
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	59
4.1. Geografi dan Topografi.....	59
4.2. Kependudukan	59
4.3. Pendidikan.....	60
4.4. Sarana dan Prasarana Kecamatan Tandun	61
4.5. Keadaan Pertanian Subsektor Tanaman Perkebunan.....	62
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	64
5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang	64
5.1.1. Karakteristik Petani	64
A. Umur	64
B. Tingkat Pendidikan	65
C. Jumlah Tanggungan Keluarga	66
D. Pengalaman Berusahatani	67
5.1.2. Karakteristik Pedagang.....	68

A. Karakteristik Pedagang Menurut Kelompok Umur ...	68
B. Karakteristik Pedagang Menurut Tingkat Pendidikan.....	68
C. Karakteristik Pedagang Menurut Pengalaman Berdagang	69
D. Karakteristik Pedagang Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga.....	70
5.2. Penggunaan Sarana Produksi, Biaya Produksi, Produksi Pendapatan dan Efisiensi	71
5.2.1 Penggunaan Sarana Produksi	71
A. Lahan.....	71
B. Pupuk.....	72
C. Herbisida	73
D. Penggunaa Alat-alat Pertanian.....	73
E. Penggunaan Tenaga Kerja.....	74
5.2.2. Biaya Produksi Kelapa Sawit.....	75
5.2.3. Produksi Kelapa Sawit.....	77
5.2.4. Pendapatan Usahatani Kelapa Sawit.....	78
5.2.5. Efisiensi.....	78
5.3. Pemasaran	79
5.3.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran.....	79
5.3.3. Fungsi Pemasaran	81
5.3.4. Biaya Pemasaran.....	84
5.3.5. Margin Pemasaran	86
5.3.6. Farmer's Share.....	86
5.3.7. Keuntungan Pemasaran	86
5.3.8. Efisiensi Pemasaran.....	86
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
6.1. Kesimpulan.....	87
6.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan dan Produksi Kelapa Sawit Menurut Provinsi Tahun 2017	2
2. Luas lahan dan Produksi Kelapa Sawit di Riau Dari Tahun 2013-2017	3
3. Data Luas Lahan Dan Produksi Kelapa Sawit Di Rokan Hulu Dari Tahun 2013-2017	3
4. Luas Lahan dan Produksi Perkebunan Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2017	4
5. Perkembangan Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Kecamatan Tandun Tahun 2013-2017	5
6. Distribusi Jumlah Populasi dan Sampel Petani Kelapa Sawit Swadaya Di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	51
7. Distibusi Jumlah Penduduk Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Menurut Jenis Kelamin Tahun 2018.....	60
8. Distribusi Jumlah Penduduk Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Menurut Tingkat Pendidikan Tahun 2018.....	61
9. Distribusi Jumlah Sarana dan Prasarana di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu 2018	62
10. Luas Tanaman dan Produksi Pekebunan di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu 2018	63
11. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	65
12. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	65
13. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	66

14. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Lama Berusahatani di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	67
15. Karakteristik Pedagang Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	68
16. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	69
17. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Lama Berdagang di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	69
18. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	70
19. Luas Lahan Garapan Petani Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	71
20. Rata-rata Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Kelapa Sawit (Kg/Ha/Tahun) di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019	72
21. Distribusi Rata-Rata Penggunaan Peralatan Pada Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	74
22. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja Menurut Tahapan Kerja Pada Usahatani Kelapa Sawit (HKP/Ha/Tahun) di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	75
23. Biaya, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019 ...	76
24. Fungsi Pemasaran TBS Oleh Petani, Pedagang Dan Pabrik.....	81
25. Rata-rata Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran I	85
26. Rata-rata Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran II	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	49
2. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas Petani dan Sampel Dirinci Menurut Umur, Lama Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga, Pengalaman Berusahatani di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	94
2. Identitas Pedagang Sampel Dirinci Menurut Umur, Lama Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga, Pengalaman Berusahatani di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	95
3. Distribusi Penggunaan Luas Lahan, Pupuk ,Pestisida Usahatani Kelapa Sawit Di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	96
4. Distribusi Penggunaan Pestisida Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	100
5. Penggunaan dan Biaya Tenaga Kerja Pada Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	104
6. Distribusi Penggunaan dan Biaya Alat Pada Usahatani Kelapa Sawit /Tahun di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.....	112
7. Rata-rata Biaya Penyusutan, Biaya TK, Biaya Pupuk, Biaya Pestisida dan Biaya Pemanenan Yang Digunakan Pada Usahatani Kelapa Sawit/Garapan/Tahun Pada Petani Sampel di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	122
8. Distribusi Rata-Rata Produksi, Harga, Total Pendapatan Kotor, Pendapatan Bersih dan RCR Pada Usahatani Kelapa Sawit/Ha/Tahun di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	124
9. Distribusi Biaya Pemasaran TBS/Kg Oleh Pedagang Pengumpul di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019	126

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Kelapa sawit merupakan salah satu tanaman perkebunan yang memiliki arti penting bagi perkembangan pembangunan nasional. Selain mampu menciptakan kesempatan kerja, kontribusi lainnya adalah sebagai sumber devisa negara. Indonesia merupakan salah satu produsen utama minyak sawit (*Crude Palm Oil*). CPO yang dihasilkan kelapa sawit memiliki beberapa keunggulan dibandingkan minyak nabati lainnya, yaitu tahan lebih lama, tahan terhadap tekanan suhu tinggi, tidak cepat bau dan memiliki kandungan gizi yang relatif tinggi, serta bermanfaat sebagai bahan baku berbagai jenis industri. Kelapa sawit dapat menghasilkan minyak nabati disamping tanaman kacang-kacangan dan jagung. CPO dapat digunakan sebagai bahan baku untuk industry minyak goreng, mentega dan sabun (Indonesia-Investment, 2016).

Sesuai dengan target dari pembangunan perkebunan kelapa sawit yang ditetapkan oleh Dinas Perkebunan Propinsi Riau (2010) diharapkan pendapatan petani rata-rata mencapai \$ 2,000.00 per KK pertahun. Riau merupakan Provinsi yang kaya akan sumber daya alam yang dapat dioptimalkan seperti sumber daya pertanian dan perkebunan. Salah satu tanaman perkebunan yang paling banyak diusahakan oleh masyarakat Riau adalah kelapa sawit. Hal ini menjadikan Provinsi Riau sebagai salah satu provinsi dengan luas lahan dan produksi tertinggi, menurut Badan Pusat Statistik tahun 2017. Karena syarat tumbuh tanaman kelapa sawit yang sesuai dengan iklim topografi sehingga menjadikan kelapa sawit sebagai komoditi yang strategis untuk diusahakan. Data luas lahan

dan produksi kelapa sawit menurut Badan Pusat Statistik tahun 2017 Provinsi penghasil kelapa sawit tahun 2017 disajikan pada Tabel 1.

Table 1. Luas Lahan Kelapa Sawit dan Produksi CPO Menurut Provinsi di Indonesia Tahun 2017

No	Provinsi	Luas Lagan		Produksi (Tahun)	
		Ha	(%)	Ton (CPO)	(%)
1	Riau	2.493.176	21,34	8.721.148	25,22
2	Kalimantan Barat	1.503.058	14,18	2.549.263	8,32
3	Kalimantan Tengah	1.358.949	12,82	5.212.347	17,02
4	Sumatra Utara	1.348.305	1,72	4.144.620	13,54
5	Kalimantan Timur	1.047.090	9,88	2.594.887	8,47
6	Sumatra Selatan	1.021.255	9,64	3.096.794	1,11
7	Jambi	769.870	7,26	1.701.363	5,55
8	Kalimantan Selatan	480.004	4,53	1.486.050	4,85
9	Aceh	433.379	4,09	875.905	2,86
10	Sumatra Barat	370.079	3,49	1.225.814	4,00
Jumlah		10.825.165	100,00	31.608.191	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa Provinsi Riau memiliki luas lahan terluas yaitu 2.493.176 hektar atau 21,34%. Dengan lahan yang luas diiringi dengan produksi CPO meningkat, produksi CPO kelapa sawit tertinggi yaitu Provinsi Riau dengan jumlah produksi 8.721.148 ton atau 25,22%. Sedangkan provinsi dengan luas lahan terkecil adalah Sumatera Barat yaitu 370.079 hektar atau 3,49% dengan produksi CPO 1.225.814 ton atau 4%. Luas lahan akan mempengaruhi jumlah produksi jika didukung dengan saprodi yang tepat dan jumlah yang cukup. Data luas lahan dan produksi CPO di Riau dari Tahun 2013-2017 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Lahan Kelapa Sawit dan Produksi CPO di Riau Dari Tahun 2013-2017

No	Tahun	Luas Lahan		Produksi	
		Ha	(%)	Ton (CPO)	(%)
1	2013	2.226.570	18,78	6.499.818	16,86
2	2014	2.301.703	19,41	6.747.270	17,50
3	2015	2.400.876	20,25	8.059.846	20,91
4	2016	2.430.508	20,50	8.506.646	22,07
5	2017	2.493.176	21,03	8.721.148	22,63
Jumlah		11.852.833	100,00	38.534.728	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Riau Tahun 2014-2018

Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa produksi kelapa sawit di Riau pada tahun 2013-2017 mengalami peningkatan luas lahan yaitu sebesar 2.226.570 hektar sampai 2.493.176 hektar, dan untuk produksi CPO kelapa sawit Riau pada tahun 2013-2017 juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 6.499.818 Ton sampai 8.721.148 Ton. Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas penting dan strategis di Kabupaten Rokan Hulu karena peranannya yang cukup besar dalam mendorong perekonomian rakyat, terutama bagi petani perkebunan. Data luas lahan dan produksi CPO di Rokan Hulu dari tahun 2013-2017 disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Luas Lahan dan Produksi CPO di Rokan Hulu Dari Tahun 2013-2017

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi CPO (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	2013	204.806	619.757	3,02
2	2014	207.911	622.473	2,99
3	2015	207.922	647.500	3,11
4	2016	208.046	665.796	3,20
5	2017	207.522	649.596	3,27
Rata-Rata		419.944	647.024	3,29

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hulu 2014-2018

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa produksi CPO di Rokan Hulu pada tahun 2013-2016 mengalami peningkatan luas lahan yaitu sebesar 204.806 hektar sampai 208.046 hektar namun pada tahun 2017 luas lahan kelapa sawit Rokan Hulu mengalami penurunan yaitu 207.522 hektar dan untuk produksi CPO pada

tahun 2013-2016 juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 619.757 Ton sampai 665.796 Ton. Bekurangnya luas lahan pada tahun 2017 berdampak pada produksi CPO yang menurun yaitu 649.596 Ton. Untuk produktivitas tanaman kelapa sawit di Rokan Hulu dari tahun 2013-2017 berfluktuatif yang cenderung meningkat yaitu sebesar 3,02 ton/ha meningkat menjadi 3,275 ton/ha. Dengan demikian prospek usahatani kelapa sawit di Kabupaten Rokan Hulu perlu dikembangkan agar menghasilkan produksi yang lebih tinggi dan dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat. Data luas areal dan produksi CPO di Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Luas Lahan dan Produksi CPO Perkebunan Kelapa Sawit di Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2017

No	Kecamatan	Luas lahan		Produksi CPO		Produktivitas (Ton/Ha)
		Ha	%	Ton	%	
1	Tambusai Utara	66.198	31,90	187.923	28,93	2,83
2	Tambusai	31.972	15,41	107.693	16,58	3,36
3	Kunto Darussalaam	21.979	10,59	73.223	11,27	3,33
4	Rambah Samo	18.759	9,04	62.733	9,66	3,34
5	Kepunuhan	10.312	4,97	36.781	5,66	3,56
6	Bangun Purba	9.245	4,45	28.551	4,40	3,08
7	Bonai Darussalam	8.588	4,14	20.008	3,08	2,32
8	Rambah Hilir	6.989	3,37	25.900	3,99	3,70
9	Rokan IV Koto	6.826	3,29	21.837	3,36	3,19
10	Kepenuhan	6.695	3,23	22.372	3,44	3,56
11	Tandun	5.499	2,65	9.933	1,53	1,80
12	Pagaran Tapah Darussalam	4.794	2,31	18.776	2,89	3,91
13	Kabun	3.524	1,70	1.359	2,09	3,85
14	Rambah	2.308	1,11	8.364	1,29	3,62
15	Ujung Batu	2.168	1,04	7.152	1,10	3,29
16	Pendalian IV Koto	1.666	0,80	4.754	0,73	2,85
Jumlah /Total		207.522	100	649.589	100	51,59

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2018

Kecamatan Tandun merupakan salah satu Kecamatan yang terletak di Kabupaten Rokan Hulu. Secara umum masyarakat di Kecamatan Tandun bekerja sebagai petani kelapa sawit. Industri kelapa sawit ini menjadi sumber pendapatan dan perkembangan ekonomi bagi sebagian besar masyarakat. Berdasarkan Tabel 4 dapat diuraikan bahwa Kecamatan Tambusai Utara memiliki luas areal dan produksi tertinggi di Kabupaten Rokan Hulu, dengan luas lahan 66.198 hektar atau 31,9% dan produksi CPO 187.92 atau 28,93%. Kecamatan memiliki luas lahan nomor urut 11 dari 16 Kecamatan yang ada di Rokan Hulu dengan produktivitasnya 1,80 dengan luas lahan yang 5.499 atau 2,65% dan produksi 9.933 atau 1,53%. Perkembangan luas lahan, produksi dan produktivitas Kecamatan Tandun dapat di lihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perkembangan Luas Lahan, Produksi CPO dan Produktivitas Kecamatan Tandun Tahun 2013-2017.

No	Tahun	Luas Lahan (Ha)	Produksi CPO (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	2013	5.499	9.236	1,67
2	2014	5.499	9.236	1,67
3	2015	5.499	8.411	1,52
4	2016	5.499	9.640	1,75
5	2017	5.499	9.933	1,80
Rata-Rata		5.499	9.291,2	1,68

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2014-2018

Pada priode 2013-2017 produksi kelapa sawit berfluktuasi, produksi CPO tertinggi terjadi pada tahun 2017 yaitu 9.933 Ton dan yang terendah tahun 2015 yaitu sebanyak 8.411 Ton. Penurunan produksi CPO pada tahun 2015 disebabkan karena adanya peremajaan kebun kelapa sawit, disamping itu juga karena pada tahun 2015 terjadi kebakaran hutan dan lahan yang menyebabkan produksi CPO kelapa sawit terganggu.

Meningkatnya animo masyarakat terhadap komoditas kelapa sawit, menyebabkan semakin bertambah luas areal perkebunan kelapa sawit. Pertambahan luas kebun kelapa sawit menyebabkan semakin banyak jumlah pohon kelapa sawit, sehingga jumlah tandan buah segar (TBS) kelapa sawit akan semakin banyak.

Rata-rata produktivitas kelapa sawit rakyat sekitar 16 ton TBS/ha/tahun (Kiswanto *et al.*, 2008). Produktivitas yang relatif rendah tersebut masih jauh di bawah produksi optimal yang bisa dicapai, yaitu 30 ton TBS/ha/tahun (Corley, 1996). Rendahnya produktivitas dan mutu produksi di perkebunan kelapa sawit rakyat adalah permasalahan umum. Produksi *crude palm oil* (CPO) perkebunan sawit rakyat hanya 2,5 ton/ha/tahun dan minyak inti sawit (PKO) 0,33 ton/ha/tahun. Sementara itu, pada perkebunan negara dan swasta rata-rata produksi CPO mencapai 3,48-4,82 ton/ha/tahun dan PKO 0,57-0,91 ton/ha/tahun (Kiswanto *et al.*, 2008). Hal itu mengindikasikan bahwa produktivitas kebun kelapa sawit rakyat masih sangat berpeluang untuk ditingkatkan. Ada banyak hal yang perlu ditelaah dan diperbaiki dari semua aktivitas-aktivitas pertanian yang diterapkan oleh petani untuk meningkatkan pendapatan petani, Beberapa diantaranya adalah metode dan pola bercocok tanam yang dilakukan, dan cara petani dalam melakukan pemasaran. Petani swadaya memerlukan bantuan Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dalam pengolahan TBS kelapa sawit. PKS berperan sebagai pengolah TBS kelapa sawit menjadi beberapa produk turunan. Pada proses pemasaran TBS kelapa sawit, PKS adalah konsumen akhir. Umumnya, PKS lebih suka membeli TBS kelapa sawit dari pedagang pengumpul, karena dinilai dapat memberikan keuntungan yang lebih tinggi. Keuntungan yang diperoleh PKS bila

membeli TBS dari pedagang antara lain; jumlah TBS kelapa sawit yang lebih banyak, lebih mudah dalam proses transaksinya, dan TBS kelapa sawit yang diterima lebih baik karena telah ada sortasi kasar yang dilakukan oleh pedagang pengumpul.

Selain bercocok tanam yang baik, petani juga harus mengetahui pemasaran. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting, karena melalui sistem pemasaran yang dilakukan dapat ditentukan tingkat keuntungan yang diperoleh oleh petani. Besar kecil keuntungan yang diperoleh oleh petani tergantung pada proses pemasaran yang dilakukan. Semakin efisien pemasaran, maka akan semakin besar keuntungan yang dapat diperoleh.

Pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dari produsen ke kosumen akhir yaitu pabrik kelapa sawit (PKS), memerlukan lembaga pemasaran. Peran lembaga pemasaran diperlukan karena mempermudah petani swadaya dalam proses penjualan dan pengangkutan TBS kelapa sawit ke PKS. Adanya lembaga pemasaran menyebabkan membesarnya biaya-biaya pemasaran. Biaya pemasaran tersebut kemudian diperhitungkan pada penentuan harga yang diberikan pedagang pengumpul kepada produsen. Pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran, menyebabkan terjadinya perubahan harga di setiap tingkatan. Perubahan harga yang terjadi menyebabkan terbentuknya margin pemasaran. Margin pemasaran sangat menentukan tingkat keuntungan dari masing-masing pelaku pemasaran. Produsen adalah pelaku pemasaran yang paling dirugikan dalam hal ini, karena memperoleh harga yang paling rendah dari pada pelaku pemasaran lainnya.

Petani di daerah lokasi penelitian umumnya menjual hasil panennya kepada agen buah sawit yang mendatangi kebun kelapa sawit mereka. Petani yang

memilih menjual kepada agen buah pada umumnya sudah langganan dan sudah memiliki hubungan kerja yang sudah cukup lama terjalin. Seluruh hasil produksi yang dijual oleh petani dalam keadaan segar atau baru dipanen. Namun ada juga yang memilih menjual langsung ke pabrik yang ada di daerah lokasi penelitian tersebut. Hal ini dikarenakan petani tersebut sudah memiliki transportasi sendiri untuk mengangkut dan mengantar buah sawit ke pabrik. Berdasarkan informasi yang diperoleh dilapangan, pada bulan Februari tahun 2019 harga jual tandan buah sawit ditingkat petani berkisar Rp 850 – Rp 950/kg, sedangkan harga yang diterima ditingkat pabrik berkisar Rp 1.000- Rp 1.100/kg. Pada bulan Maret tahun 2019 harga jual tandan buah sawit ditingkat petani berkisar Rp 1.000- Rp 1.180/kg, sedangkan harga yang diterima di tingkat pabrik berkisar Rp 1.200- Rp 1.250/kg. Berdasarkan keterangan tersebut harga dari pedagang pengumpul lebih rendah dari pada harga yang diberikan pabrik.

Fluktuasi harga yang terjadi menyebabkan terjadinya *gab* atau selisih harga jual antara petani sebagai produsen dengan pabrik sebagai konsumen akhir, yang menyebabkan terbentuknya margin pemasaran antar lembaga yang mempunyai peran dalam sistem pemasaran tandan buah segar di Kecamatan Tandun. Perbedaan tersebut di pengaruhi oleh jarak yang sangat jauh antara lokasi perkebunan dengan pabrik. Adanya jarak ini memungkinkan timbulnya resiko yang perlu ditangani dan berhubungan dengan masalah biaya-biaya pemasaran dan pendistribusi yang harus dikeluarkan. Selama tenggang waktu tersebut, diperlukan adanya sebuah atau beberapa lembaga pemasaran yang dapat menjebatannya. Oleh karena itu, dalam pemasaran tandan buah segar tersebut diperlukan adanya analisis mengenai saluran pemasaran yang mengingat

bervariasinya saluran pemasaran yang ditempuh petani kelapa sawit di Kecamatan Tandun. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Usahatani dan Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik petani dan pedagang kelapa sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu ?
2. Bagaimana penggunaan sarana produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu ?
3. Bagaimana pemasaran terkait dengan lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, saluran pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu ?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Karakteristik petani dan pedagang kelapa sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu
2. Penggunaan sarana produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu

3. Pemasaran terkait dengan lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, saluran pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi petani sebagai acuan untuk melakukan usahatani yang baik dan pemasaran yang efisien untuk meningkatkan keuntungan.
2. Bagi instansi pemerintah yang terkait, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran dalam membuat kebijakan dalam bidang pertanian mengenai usahatani dan pemasaran TBS sawit dimasa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani.
3. Bagi peneliti sebagai sarana pembelajaran dimasa sekarang dan yang akan datang untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat.
4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang yang sama.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka penelitian ini difokuskan pada analisis usahatani dan pemasaran kelapa sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Adapun permasalahan yang akan diselesaikan adalah mengenai karakteristik petani (umur, tingkat pendidikan, pengalaman usahatani, jumlah tanggungan keluarga). Usahatani terkait dengan penggunaan input produksi (lahan, pupuk, pestisida, tenaga kerja), biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani. Pemasaran terkait dengan lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, saluran pemasaran, biaya pemasaran,

keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

II. TINJAUAN PUSATAKA

2.1. Kelapa Sawit

Pohon kelapa sawit termasuk jenis *palmea* yang berumah satu (*monokotil*). Batang tanaman tumbuh lurus keatas dan tidak bercabang. Daun kelapa sawit mirip daun kelapa, yaitu membentuk susunan daun majemuk, bersirip genap dan bertulang sejajar. Daun-daun ini membentuk pelepah yang panjangnya mencapai lebih dari 7,5-9 meter. 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 dan Erna, 2002)

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guinensis jacq*) berasal dari Nigeria, Afrika Barat. Meskipun demikian, ada yang menyatakan bahwa kelapa sawit berasal dari Amerika Selatan yaitu Brazil karena lebih banyak ditemukan spesies kelapa sawit di hutan Brazil dibandingkan dengan Afrika. Pada kenyataan 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 (Fauzi dan Erna, 2002).

Kelapa sawit menghendaki tanah yang subur, gembur, memiliki solum yang tebal, tanpa lapisan padas, datar dan drainasenya baik. Keasaman tanah (pH) sangat menentukan ketersediaan dan keseimbangan unsur-unsur hara dalam tanah. Kelapa sawit dapat tumbuh pada pH 4-6,5 sedangkan pH optimum berkisar 5-5,5. Permukaan air tanah dan pH sangat erat kaitannya dengan ketersediaan hara yang

dapat diserap oleh air. Masa umur ekonomis kelapa sawit yang cukup lama sejak dimulai tanaman mulai menghasilkan yaitu sekitar 25 tahun menjadi salah satu pertimbangan yang ikut menentukan bagi kalangan dunia (Krisnohardi, 2011).

Kelapa sawit merupakan komoditi utama perkebunan di Indonesia. Komoditas kelapa sawit mempunyai peran yang cukup strategis dalam perekonomian Indonesia. Pertama, minyak sawit merupakan bahan utama minyak goreng, sehingga pasokan yang kontinyu ikut menjaga kestabilan harga minyak goreng. Ini penting, sebab minyak goreng merupakan salah satu dari Sembilan bahan pokok kebutuhan masyarakat sehingga harganya harus terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat. Kedua, sebagai salah satu komoditas pertanian andalan ekspor non migas, komoditas ini memiliki prospek yang baik sebagai sumber perolehan devisa maupun pajak. Ketiga, dalam proses produksi maupun pengolahan juga mampu menciptakan kesempatan kerja dan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2.2. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya

2.2.1. Umur

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

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun, dalam hal ini tanggung jawab semakin tua umur

tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiah, 2008)

Bagi petani yang lebih tua bisa jadi mempunyai kemampuan berusahatani yang konservatif dan lebih mudah lelah. Sedangkan petani muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap inovasi baru dan relatif lebih kuat. Dalam hubungan dengan perilaku petani terhadap resiko, maka faktor sikap yang lebih progresif terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai perilaku petani usia muda untuk lebih berani menanggung resiko (Soekartawi, 2002).

2.2.2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berpikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia (Kartasaputra, 1994).

Modal pendidikan yang digambarkan dalam pendidikan petani bukanlah pendidikan formal yang acap kali mengasingkan petani dari realitas. Pendidikan petani tidak hanya berorientasi kepada peningkatan produksi pertanian semata, tetapi juga menyangkut kehidupan sosial masyarakat petani. Masyarakat petani yang terbelakang lewat pendidikan petani diharapkan dapat lebih aktif, lebih optimis pada masa depan, lebih efektif dan pada akhirnya membawa pada keadaan yang lebih produktif (Soepomo, 1997).

2.2.3. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman seseorang dalam berusahatani sangat berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Didalam mengadakan suatu penelitian lamanya

berusahatani diukur mulai sejak kapan petani itu aktif secara mandiri mengusahakan usahatannya tersebut sampai diadakan penelitian (Fauzia, 1991).

Menurut Soekartawi (1999), petani yang sudah lama bertani akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada petani pemula atau petani baru. Petani yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan demikian pula dengan penerapan teknologi.

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

2.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Hasyim (2006) jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya.

Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup yang akan ditanggung atau harus dipenuhi. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan petani dalam berusahatani (Soekartawi, 1999). Ada hubungan yang nyata yang dapat dilihat melalui keengganan petani terhadap resiko dengan jumlah anggota keluarga. Keadaan demikian sangat beralasan, karena tuntutan kebutuhan uang tunai rumah tangga yang besar, sehingga petani

harus berhati-hati dalam bertindak khususnya berkaitan dengan cara-cara baru yang riskan terhadap risiko. Kegagalan petani dalam berusaha tani akan sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya memberikan dorongan yang kuat untuk berusaha tani secara intensif dengan menerapkan teknologi baru sehingga akan mendapatkan (Soekartawi, 2002).

2.3. Usahatani

2.3.1. Pengertian Usahatani

Ilmu usahatani adalah ilmu yang mempelajari cara-cara menentukan, mengorganisasikan dan mengkoordinasikan penggunaan faktor-faktor produksi seefektif dan seefisien mungkin sehingga produksi pertanian menghasilkan pendapatan petani yang lebih besar. Ilmu usahatani juga didefinisikan sebagai ilmu mengenai cara petani mendapatkan kesejahteraan (keuntungan), menurut pengertian yang dimilikinya tentang kesejahteraan. Jadi ilmu usahatani mempelajari cara-cara petani menyelenggarakan pertanian (Tohir, 1991).

Usahatani adalah kegiatan mengorganisasikan atau mengelola asset dan cara dalam pertanian. Usahatani juga dapat diartikan sebagai sesuatu kegiatan yang mengorganisasi sarana produksi pertanian dan teknologi dalam suatu usaha yang menyangkut bidang pertanian (Moehar, 2001). Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan usahatani adalah usaha yang dilakukan petani dalam memperoleh pendapatan dengan jalan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang mana sebagian dari pendapatan yang diterima digunakan untuk membiayai pengeluaran yang berhubungan dengan usahatani.

2.3.2. Faktor Produksi

Acuan yang mendasari analisis adalah teori produksi dalam konteks teori ekonomi mikro. Dalam menunjang keberhasilan usahatani, memerlukan ketersediaan bahan baku pertanian secara kontinyu dalam jumlah yang cukup. Pengembangan usahatani sangat tergantung dari ketersediaan sumber daya (*input*). Ada empat sumberdaya yang merupakan faktor produksi penting dalam usahatani : (1) Tanah atau lahan, meliputi kuantitas (luas) dan kualitas, (2) Tenaga kerja manusia, (3) Modal untuk pembelian input variable dan (4) Keterampilan manajemen petani (Priyitno,1987).

Kegiatan operasi merupakan bagian dari kegiatan organisasi yang melakukan transformasi dari masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*). Masukan berupa sumber daya yang diperlukan (misalnya material, modal, peralatan, tenaga kerja) sedangkan keluaran berupa barang setengah jadi, barang jadi dan jasa. Proses produksi yang dilakukan perusahaan melibatkan tiga kegiatan pokok yang terus berulang yaitu input yang terdiri dari tenaga kerja, modal, material, energi, tanah informasi dan manajerial. Kemudian kegiatan yang kedua, yaitu proses yang merupakan transformasi input yang diolah menjadi output berupa produk dan jasa (Russel Dan Taylor, 2003).

Input atau faktor produksi sektor pertanian adalah semua pengorbanan yang diberikan pada tanaman, agar tanaman tersebut mampu tumbuh dengan baik dan menghasilkan secara optimal. Diberbagai literatur, faktor produksi dikenal pula dengan istilah input, production faktor atau korbanan produksi. Faktor produksi sangat menentukan besar kecilnya produk yang diperoleh. Dalam berbagai pengalaman menunjukkan, faktor produksi lahan dan modal untuk membeli bibit,

pupuk, obat-obatan, tenaga kerja dan aspek manajemen adalah faktor produksi terpenting diantara faktor produksi yang lain (Soekartawi,1994).

Secara umum dapat dikatakan bahwa beragamnya usahatani dipengaruhi oleh aspek-aspek sosial, ekonomi, dan politik yang ada dilingkungan usahatani. Petani yang ekonominya kuat akan memilih komoditi yang mampu diusahakan dalam skala yang berbeda dengan petani kecil. Ada empat unsur pokok yang selalu ada pada usahatani (Hernanto, 1991) yaitu:

1. Lahan Pertanian

Tanah, dengan sifat yang khusus seperti relatif langka dibandingkan faktor produksi lainnya, distribusi penguasaan dimasyarakat tidak merata, luas relatif tetap, tidak dapat dipindahkan dan dapat dipindah tangankan, maka tanah kemudian dianggap sebagai salah satu faktor produksi usahatani, meskipun di bagian lain dapat juga berfungsi sebagai faktor atau unsur pokok modal usahatani.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dibedakan menjadi: (a) Tenaga kerja manusia, (b) Tenaga kerja ternak, (c) Tenaga kerja mekanik. Tenaga kerja manusia dibedakan atas tenaga kerja pria, wanita, dan anak-anak. Tenaga kerja manusia dapat mengerjakan semua jenis pekerjaan usahatani berdasarkan tingkat kemampuannya. Kerja manusia dipengaruhi oleh umur, pendidikan, keterampilan, pengalaman, tingkat kecukupan, tingkat kesehatan, dan faktor alam seperti iklim dan kondisi lahan usahatani. Tenaga kerja ternak merupakan tenaga kerja hewan yang digunakan para petani untuk membolak balik tekstur tanah dengan menggunakan bajak dan garu yang bertujuan untuk mengemburkan tanah.

Sedangkan tenaga kerja mekanik merupakan tenaga kerja yang menggunakan teknologi mesin, seperti traktor dan sebagainya.

3. Modal

Menurut Mubyarto (1989) merupakan salah satu faktor produksi yang penting dalam produksi pertanian. Setiap kegiatan dalam mencapai tujuan membutuhkan modal apalagi kegiatan proses produksi komoditas pertanian. Dalam kegiatan proses tersebut modal dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu modal tetap (*fixed cost*) dan modal tidak tetap (*variable cost*). Modal tetap terdiri atas tanah, bangunan, mesin dan peralatan pertanian, dimana biaya yang dipakai tidak habis dalam sekali proses produksi. Sedangkan modal tidak tetap terdiri dari benih, pupuk, pestisida dan upah yang dibayarkan kepada tenaga kerja.

Dalam pengertian ekonomi modal adalah barang atau uang yang bersama faktor produksi, tanah, dan faktor produksi lainnya menghasilkan barang-barang baru, yaitu hasil pertanian. Cara yang mudah dan paling tepat untuk mewujudkan pertanian dan peningkatan produksi adalah dengan memperbesar penggunaan modal, hal ini yang menjiwai usaha intensifikasi pertanian dengan penggunaan bibit unggul baru, herbisida, penggunaan pupuk, dan investasi lainnya. Besar kecilnya skala usaha pertanian tergantung luas lahan yang dimiliki. Skala usaha sangat menentukan besar kecilnya modal yang dibutuhkan. Semakin besar skala usaha semakin besar pula modal yang dibutuhkan. Misalnya perkebunan kelapa sawit yang memerlukan biaya yang relatif lebih besar dibandingkan perkebunan kopi pada luas yang sama tersedianya kredit sangat menentukan keberhasilan usahatani, walaupun produsen mengetahui bahwa usaha perkebunan kelapa sawit

memerlukan modal besar. Namun jika modal tersebut tidak disediakan oleh kredit bank, usaha tersebut tidak dapat berkembang.

4. Pengelolaan

Pengelolaan adalah kemampuan petani menentukan, mengorganisir, dan mengkoordinasikan faktor produksi yang dikuasainya dengan baik dan mampu memberikan produksi pertanian sebagaimana diharapkan. Ukuran dari keberhasilan pengelolaan itu adalah produktivitas dari setiap faktor maupun produktivitas dari usahanya. Inti dari semua itu adalah manusia, gagasan dan akal budi serta prasarana/sarana yang merupakan dasar setiap pengorganisasian seorang pengelola untuk bekerja.

Gagasan akan menumbuhkan kehendak berpikir konseptual, sarana untuk administrasi, sedang manusia berperan dalam kepemimpinan atau wirausaha. Petani saja tidak mempunyai kemampuan untuk mengubah keadaan usahatani sendiri. Oleh karena itu, perlu bantuan dari luar baik secara langsung dalam bimbingan dan pembinaan usahatani maupun tidak langsung dalam bentuk intensif yang mendorong hal-hal baru dan mengadakan tindakan perubahan. Soetrino (2006) mengatakan petani harus memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal seperti dijelaskan sebagai berikut: 1) faktor-faktor internal usahatani meliputi: petani pengelola, tanah usahatani, tenaga kerja, modal, tingkat teknologi, kemampuan petani mengalokasikan penerimaan keluarga, dan jumlah anggota keluarga. 2) faktor-faktor eksternal usahatani meliputi: tersedianya sarana transportasi dan komunikasi, aspek-aspek yang menyangkut pemasaran hasil dan bahan usahatani (harga hasil, harga saprodi, dan lain-lain), fasilitas kredit, dan sarana penyuluhan bagi petani.

2.3.3. Biaya Usahatani

Biaya adalah nilai dari semua korbanan ekonomis yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk, yang sifatnya tidak dapat dihindari dan dapat diperkirakan atau diukur. Biaya produksi merupakan kompensasi yang diterima oleh pemilik faktor-faktor produksi. Biaya yang dilakukan pada periode tertentu, dikenal dengan biaya tetap dan biaya variabel. Menurut Soekartawi (1988), biaya tetap (*fixed cost*) dalam usahatani didefinisikan sebagai biaya usahatani yang tidak tergantung kepada besarnya produksi, misalnya pajak bumi dan bangunan, sewa tanah, bunga kredit, serta penyusutan bangunan dan alat-alat pertanian. Biaya tidak tetap (*variabel cost*) didefinisikan sebagai biaya yang digunakan untuk tanaman atau ternak, misalnya bibit, pupuk, obat-obatan, dan tenaga kerja. Produksi usahatani yang menggunakan mesin-mesin harus dihitung penyusutannya sebagai pengeluaran. Penyusutan merupakan penurunan nilai inventaris yang disebabkan oleh pemakaian selama setahun pembukuan.

Hernanto (1991), mengemukakan bahwa biaya dapat dikategorikan ke dalam biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah biaya yang penggunaannya tidak habis dalam satu kali proses produksi, seperti biaya penyusutan alat dan penyusutan bangunan serta pajak. Biaya variabel adalah biaya yang besar kecilnya sangat tergantung pada besarnya skala produksi, seperti biaya bahan baku, bahan penunjang dan biaya tenaga kerja. Biaya variabel adalah biaya yang langsung dikeluarkan pada saat pemakaian faktor produksi, sedangkan biaya tidak tetap adalah biaya yang tidak langsung dikeluarkan saat pemakaian sarana produksi.

Aicholas (1995) mengemukakan bahwa biaya produksi jangka pendek yaitu jangka waktu dimana perusahaan telah dapat menambah faktor-faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi. Dalam biaya produksi jangka pendek ditinjau dari hubungannya dengan produksi dibagi 2 yaitu:

Dalam hubungan dengan tujuan biaya:

1. Biaya Langsung (*Direct Cost*)

Biaya Langsung merupakan yang dapat diidentifikasi secara langsung pada suatu proses tertentu ataupun output tertentu. Sebagai contoh adalah biaya bahan baku langsung dan tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan. Begitu juga dengan *supervise*, listrik, dan biaya *over head* lainnya yang dapat langsung ditelusuri pada dapertemen tertentu.

2. Biaya Tidak Langsung (*Indirect Cost*)

Biaya Tidak Langsung merupakan biaya-biaya yang tidak dapat diidentifikasi secara langsung pada suatu proses tertentu atau output tertentu, misalnya biaya lampu penerangan dan Air Conditioning pada suatu fasilitas.

Dalam hubungannya dengan perubahan volume kegiatan:

a. Biaya Tetap Total (*Total Fixed Cost/FC*)

Biaya Tetap Total adalah biaya yang tetap harus dikeluarkan walaupun perusahaan tidak berproduksi. Biaya tetap merupakan biaya setiap unit waktu untuk pembelian input tetap. Misalnya: gaji pegawai, biaya pembuatan gudang, pembelian mesin-mesin, sewa tanah dan lain-lain. Biaya tetap dapat dihitung sama seperti biaya variabel, yaitu dari penurunan rumus menghitung biaya total.

b. Biaya Variabel Total (*Total Variabel Cost/VC*)

Biaya Variabel Total adalah biaya yang dikeluarkan apabila berproduksi dan besar kecilnya tergantung pada banyak sedikitnya barang yang diproduksi. Semakin banyak barang yang diproduksi biaya variabelnya semakin besar, begitu juga sebaliknya.

c. Biaya Total (*Total Cost/TC*)

Biaya Total merupakan jumlah keseluruhan biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Dengan kata lain, biaya total adalah jumlah biaya tetap dan biaya variabel. Biaya variabel merupakan unsur biaya total karena biaya total memiliki sifat yang juga dimiliki oleh biaya variabel, yaitu bahwa besarnya biaya total itu berubah-ubah seiring dengan berubah-ubahnya jumlah output yang dihasilkan.

d. Biaya Tetap Rata-Rata (*Average Fixed Cost/AFC*)

Biaya Tetap Rata-Rata adalah hasil bagi antara biaya tetap total dan jumlah barang yang dihasilkan.

e. Biaya Variabel Rata-Rata (*Average Variabel Cost/AVC*)

Biaya Variabel Rata-Rata adalah biaya variabel satuan unit produksi.

f. Biaya Total Rata-Rata (*Average Cost/AVC*)

Biaya Total Rata-Rata adalah biaya total rata-rata yang dapat dihitung dari *Total Cost* dibagi banyaknya jumlah barang tertentu (Q).

g. Biaya Marginal (*Marginal Cost/MC*)

Biaya Marginal adalah tambahan biaya yang disebabkan karena tambahan satu unit produksi. Biaya marginal diperoleh dari selisih *Total Cost* dan

selisih kuantitas dari barang yang diproduksi. Oleh karena tambahan produksi satu unit output tidak akan menambah atau mengurangi biaya produksi tetap (FC), maka tambahan biaya marginal ini akan menambah biaya variabel total (VC).

2.3.4. Produksi

Menurut Fuad (2006) produksi adalah sebagian suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan menjadi keluaran dalam arti sempit. Pengertian produksi hanya dimaksudkan sebagai kegiatan yang menghasilkan barang, baik barang jadi atau barang setengah jadi, barang industry, suku cadang maupun komponen-komponen penunjang.

Untuk mencapai efisiensi produksi secara ekonomis dapat dilakukan dengan membandingkan penerima dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi, bahan baku dan faktor-faktor produksi. Analisis efisiensi, suatu usaha perlu diperhatikan faktor-faktor produksinya agar tercapai tujuan yang diharapkan seperti keuntungan (Assauri, 1989).

Menurut Assauri (1980) produksi adalah segala kegiatan dalam menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, untuk kegiatan mana dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi berupa tanah, tenaga kerja, modal dan skill (*organization, managerial, dan skills*). barang dan jasa yang diproduksi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia. Pada hakikatnya produksi merupakan pencipta atau penambah faedah atau bentuk, waktu dan tempat atas faktor-faktor produksi sehingga lebih bermanfaat bagi kebutuhan manusia. Pengertian produksi secara luas adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan yang

dapat menimbulkan kegunaan dari suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan orang banyak.

2.3.5. Pendapatan Usahatani

Soekartawi (1986) menyebutkan bahwa pendapatan terbagi atas dua macam: (1) pendapatan usahatani adalah pendapatan yang diperoleh dengan mempertimbangkan biaya tenaga kerja keluarganya, (2) pendapatan keluarga adalah pendapatan yang diperoleh petani dan keluarga tanpa dikurangi dengan biaya tenaga kerja. Soedarsono (1992), menyatakan pendapatan yang diterima petani dan hasil produksi adalah total penerimaan dikurangi dengan total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi.

Lebih lanjut Soekartawi (1995) pendapatan dibedakan menjadi dua pengertian yaitu pendapatan kotor usahatani sebagai nilai produksi usahatani dikalikan harga dalam jangka waktu tertentu baik yang dijual maupun yang dikonsumsi sendiri, digunakan untuk pembayaran dan simpanan atau ada digudang pada akhir tahun. Pendapatan bersih usahatani merupakan selisih antara pendapatan kotor dengan total pengeluaran usahatani.

2.3.6. Efisiensi Usahatani

Petani dalam melaksanakan usahatannya dapat menggunakan kombinasi dari beberapa faktor produksi sekaligus seperti lahan, tenaga kerja, benih, pupuk, modal dan pengelolaan sehingga petani diharapkan dapat menyesuaikan skala usahatannya. Dengan kombinasi yang tepat berarti petani dapat mengalokasikan faktor produksi sehingga tercapai tingkat efisiensi yang tinggi dan pendapatan yang tinggi pula.

Efisiensi diartikan sebagai upaya penggunaan input seoptimal mungkin untuk mendapatkan produksi yang maksimal. Efisiensi ekonomi tertinggi terjadi pada saat keuntungan maksimal yaitu pada saat selisih antara penerima dengan biaya yang paling besar. Dalam keadaan ini banyaknya biaya yang digunakan untuk menambah penggunaan input sama dengan tambahan output yang dapat diterima. Keuntungan maksimal terjadi saat nilai produk marginal sama dengan harga dari masing-masing faktor produksi yang digunakan dalam usahatani (Soekartawi, 1994).

Return Cost Of Ratio (RCR) yaitu rasio perbandingan antara total output dengan total input atau dalam pengertian lain merupakan perbandingan antara penerima dan biaya. Dimana penerima dapat diperoleh dengan cara mengalikan jumlah input dengan harga output dan dibandingkan dengan biaya variable. Dengan cara membandingkan pendapatan kotor yang diperoleh dengan biaya usahatani yang dikeluarkan pada usahatani kelapa sawit, dengan kata lain melihat rasio penerimaan dengan biaya usahatani kelapa sawit yang dikeluarkan. Suatu usahatani akan mendapat keuntungan apabila penerima lebih besar dibandingkan dengan biaya usahatani. Tiga kemungkinan yang diperoleh dari perbandingan antara penerima dengan biaya (Soekartawi, 1995).

1. $R/C > 1$ = Usahatani Menguntungkan/Layak
2. $R/C < 1$ = Usahatani Tidak Menguntungkan/Rugi
3. $R/C = 1$ = Usahatani Berada Pada Titik Impas (BEP)

2.4. Pemasaran

2.4.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi menyampaikan barang dari produsen ke konsumen, penyampaian ini berbeda untuk barang dan jasa yang satu dengan barang jasa lainnya. Selain pemasaran dan tataniaga ada pula yang pengertiannya hampir sama dengan pemasaran yaitu suatu kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha memuaskan konsumen melalui proses pertukaran. Suatu kegiatan pemasaran timbul karena adanya keinginan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan cara tertentu diantaranya melalui pertukaran (Mubyarto, 1989).

Menurut Mosher (1997) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana setiap individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar satu sama lain yang bernilai sama. Proses pemasaran terdiri dari analisis pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran serta mengawasi usaha pemasaran. Pemasaran merupakan suatu kegiatan keseluruhan system yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.

Radiosunu (1983) menyatakan bahwa pemasaran merupakan suatu system yang mempunyai perantara, yaitu lembaga-lembaga yang membantu arus perpindahan barang-barang dan jasa antara perusahaan dan pasarnya. Golongan perantara tersebut termasuk *reseller* (pengangkutan dan penggudangan, perbankan dan biro-biro iklan). Fungsi perantara pemasaran itu adalah sebagai berikut: 1)

Pencapaian pasar, 2) Distribusi fisik, 3) Komunikasi dan 4) Negosiasi dan pemindahan hak.

Menurut Soekartawi (1989) pemasaran diawali dengan penyaluran perbekalan usaha pengusaha diteruskan dengan produksi akhir yang diinginkan pada tingkat konsumen. Kegiatan ini merupakan suatu sistem yang melibatkan berbagai bisnis yang membentuk fungsi pemasaran berupa pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, penyediaan sarana informasi pasar, penanggung resiko, pembiayaan dan penetapan standar produk-produk pertanian. Dari fungsi pemasaran tersebut dapat meningkatkan nilai tambah, kegunaan bentuk, waktu, dan pemilikan.

2.4.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan badan atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul untuk memperoleh komoditas sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan bebas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Rahim dan Hastuti, 2007)

Bentuk pola saluran pemasaran sesuai dengan pendapat Assauri (1990) dapat dibedakan atas dua saluran pemasaran yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung. Saluran pemasaran langsung yaitu produsen langsung menjual ke konsumen, sedangkan saluran pemasaran tidak langsung dapat berupa: 1) produsen, pengecer, konsumen. 2) Produsen, pedagang besar/menengah,

pengecer, konsumen. 3) Produsen pedagang besar, pedagang menengah, pengecer, konsumen.

Sebagian besar produsen tidak menjual barang mereka kepada pengguna akhir secara langsung, diantara mereka terdapat sekelompok perantara yang melaksanakan beragam fungsi. Perantara ini membentuk saluran pemasaran (disebut juga saluran dagang atau saluran distribusi). Saluran pemasaran (*marketing channels*) adalah sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pembuatan produk atau jasa yang disediakan untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir. Saluran pemasaran berfungsi untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari mereka yang memerlukan atau menginginkannya (Kotler dan Keller, 2008).

Kotler (2005) mengemukakan saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya. Anggota-anggota saluran pemasaran melaksanakan sejumlah fungsi utama: mengumpulkan informasi mengenai calon pelanggan dan pelanggan sekarang, pesaing, pelaku dan kekuatan lainnya dalam lingkungan pemasaran tersebut. Mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif untuk merangsang pembelian. Mencapai kesepakatan mengenai harga dan ketentuan-ketentuan lain sehingga peralihan kepemilikan dapat terlaksana. Melakukan pemesanan kepada produsen.

Memperoleh dana untuk membiayai persediaan pada tingkat yang berbeda dalam saluran pemasaran. Menanggung resiko yang berhubungan dengan pelaksana fungsi saluran. Mengatur kesinambungan penyimpanan dan perpindahan produk-produk fisik. Mengatur perlunasan tagihan kepada pembeli melalui bank dan lembaga keuangan lainnya. Mengawasi peralihan kepemilikan aktual dari suatu organisasi atau orang lainnya. Untuk menyalurkan barang-barang dari produsen hingga sampai pada konsumen terakhir maka perusahaan dapat menetapkan tingkat mata rantai saluran distribusi yang akan ditempuh barang-barangnya hingga pada konsumen yang terakhir.

Proses penyaluran produk dari pihak produsen hingga mencapai kekonsumen akhir, karena adanya perbedaan jarak antara lokasi produsen ke lokasi konsumen, maka fungsi lembaga perantara sering diharapkan kehadirannya untuk membantu penyaluran barang dari produsen kekonsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dengan konsumen, maka saluran yang terbentuk pun akan semakin panjang (Kotler, 2005).

Masing-masing lembaga pemasaran akan melakukan fungsi pemasaran yang berbeda sesuai dengan kemampuan pembiayaan yang dimiliki. Sehingga adanya perbedaan kegiatan yang dilakukan, maka tidak semua kegiatan dalam fungsi pemasaran dilakukan oleh sebuah lembaga pemasaran dan selanjutnya biaya dan keuntungan pemasaran menjadi berbeda di tiap tingkat lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993).

2.4.3. Fungsi Pemasaran

Menurut Saefudin Dan Hanafiah (1986) fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran dan struktur pemasaran atau dalam perkataan lain fungsi

pemasaran ini harus ditampung dan dipecahkan oleh produsen dan mata saluran barang-barangnya serta lembaga-lembaga lain yang terlibat dalam proses pemasaran. Fungsi pemasaran terdiri dari: (1) fungsi pertukaran meliputi: penjualan, pembelian, (2) fungsi pengadaan secara fisik meliputi: pengangkutan, penyimpanan, (3) fungsi pelancar meliputi: permodalan, penangungan resiko, standarisasi, dan grading, serta informasi pasar.

Penjelasan masing-masing fungsi pemasaran adalah:

- a) Fungsi penjualan, yaitu mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.
- b) Fungsi pembelian, yaitu perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi.
- c) Fungsi pengangkutan, yaitu Bergeraknya atau berpindahnya barang-barang dari tempat produksi dan tempat penjualan ke tempat-tempat dimana barang-barang tersebut akan dipakai.
- d) Fungsi penyimpanan, yaitu menahan barang-barang selama jangka waktu antara dihasilkan atau diterima sampai dengan dijual dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan waktu, disamping bertendensi meratakan harga (cenderung berusaha untuk menstabilkan harga).
- e) Fungsi pemodalan, yaitu mencari dan mengurus modal atau uang yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dan arus barang dari sektor produksi sampai sektor konsumsi.
- f) Fungsi penangungan resiko, yaitu sebagai ketidak pastian dalam hubungannya dengan ongkos, kerugian atau kerusakan.

- g) Fungsi standarisasi dan grading, yaitu penentuan atau penetapan standar golongan (kelas atau derajat) untuk barang-barang. Standar adalah suatu ukuran atau ketentuan mutu yang diterima oleh umum sebagai sesuatu yang mempunyai nilai tetap.
- h) Fungsi informasi pasar, yaitu tindakan-tindakan lapangan yang mencakup pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana dan kebijakan perusahaan badan atau orang bersangkutan.

2.4.4. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran yaitu sejumlah pengeluaran untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran yang bersangkutan (Saefuddin dan Hanafiah, 1986). Dalam sistem pemasaran, pembiayaan merupakan fungsi mutlak yang harus diperlukan. Tinggi rendahnya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga eceran dan harga ditingkat produsen.

Dalam pemasaran pertanian tidak pernah lepas dari biaya-biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh petani maupun pedagang. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkutan, pungutan restribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena: (a) macam komoditas (b) lokasi pemasaran dan (c) macam lembaga pemasaran serta efektifitas pemasaran yang dilakukan (Soekartawi, 1998).

Biaya adalah pengorbanan yang dapat diduga sebelumnya dan dapat dihitung secara kuantitatif, secara ekonomis tidak dapat dihindarkan dan

berhubungan dengan suatu proses produksi tertentu. Secara garis besarnya dalam usaha/perusahaan industry pertanian dikenal biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya variable (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya juga dapat dikatakan biaya yang totalnya tetap dalam range tertentu. Biaya variable berubah secara proposional dengan berubahnya output (Limbong dan Sitorus, 1987)

2.4.5. Margin Pemasaran

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 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 ke petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010).

Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (produsen). Dengan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktifitas pemasaran ini, maka dapat dianalisis distribusi margin pemasaran diantara lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, maka lebih lanjut dapat dianalisis sebagai berikut: harga dibayarkan konsumen merupakan harga ditingkat pengecer, yaitu merupakan perpotongan antara kurva primer (*primary demand curve*)

dengan kurva penawaran turunan (*derive supply curve*). Sedangkan harga ditingkat petani merupakan potongan antara kurva permintaan turunan (*derived demand curve*) dengan kurva penawaran primer (*primary supply cur*), (Sudiyono, 2004).

Margin pemasaran merupakan perbedanan antara harga ditingkat produsen dengan harga ditingkat pengecer. Margin pemasaran hanya menjelaskan perbedaan harga dan tidak menyatakan tentang kuantitas dari produk yang dipasarkan. Selain itu, margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen, tetapi dapat juga dinyatakan sebagai nilai dan jasa-jasa pelaksana kegiatan tataniaga sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen akhir (Hasyim, 2012).

2.4.6. Farmer's Share

Farmer's share adalah perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Limbong dan Sitorus (1987). Selanjutnya *farmer's share* sebagai selisih antara harga retail dengan margin pemasaran. *Farmer's share* merupakan bagian dari harga konsumen yang diterima oleh petani, dan dinyatakan dalam persentase harga konsumen. Hal ini berguna untuk mengetahui porsi harga yang berlaku ditingkat konsumen dinikmati oleh petani (Kohls dan Uhls, 1985).

Menurut Soekartawi (1995) penerimaan usahatani adalah perkalian antara volume produksi yang diperoleh dengan harga jual. Harga jual adalah harga transaksi antara produsen dan pembeli untuk setiap komoditas. Satuan yang digunakan seperti satuan yang lazim digunakan antara penjual/pembeli secara partai besar, misalnya: kilogram (kg), kuintal (kw), ton, ikat,dan sebagainya.

Untuk mengetahui bagian (*share*) yang diterima petani dapat dilihat keterkaitannya antara pemasaran dan proses produksi. Komoditas yang diproduksi secara efisien (biaya per unit tinggi) harus dijual dengan harga per unit lebih tinggi. Dengan demikian, bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi kecil. Semakin panjang rantai pemasaran biaya pemasaran akan menjadi besar. Hal ini berakibat semakin banyak margin pemasaran sehingga harga yang diterima petani (*farmer's share*) semakin kecil. Menurut Rahim dan Diah (2007) besarnya margin yang diterima petani dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan, atau mutu dan jumlah produksi.

2.4.6. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai hasil penanaman modal tersebut. Sementara itu, laba atau keuntungan dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi. Perbedaan diantaranya keduanya adalah dalam hal ini pendefinisikan laba.

Menurut Nicholson (2002) keuntungan ekonomis ialah perbedaan antara penerima total dengan biaya total. Total penerimaan didapat dari hasil perkalian antara jumlah output dengan harga produk. Sedangkan biaya merupakan hasil perkalian dari harga input dengan jumlah output. Manfaat dari analisis keuntungan menurut Lipsey (1995), untuk menilai sejauh mana perubahan menggunakan sumber daya langka dengan sebaik-baiknya. Tingginya tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan digunakan sebagai parameter tingkat efisiensi perusahaan dalam penggunaan sumber daya yang dimiliki. Besarnya keuntungan usaha kelapa

sawit tergantung besarnya penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu yang ditetapkan. Oleh karena itu, tujuan dari perusahaan ataupun pedagang adalah untuk memaksimalkan keuntungan usahanya. Agar pedagang memperoleh keuntungan maka pedagang harus memaksimalkan penerimaan dan meminimumkan biaya. Besarnya penerimaan yang diperoleh dipengaruhi oleh total penjualan dan harga yang oleh pedagang. Semakin besar volume penjualan, maka semakin besar jumlah penerimaan yang diperoleh oleh pedagang.

2.4.7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah usaha untuk memperkecil biaya input yang dihasilkan, diukur dari ratio total keuntungan pemasaran dengan total biaya pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat dibedakan atas dua macam yaitu (1) Efisiensi teknis dan (2) Efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis adalah pengendalian fisik dari pada produk yang mencakup hal-hal: produsen, teknis dan besarnya skala usaha dengan tujuan penghematan fisik seperti mengurangi kerusakan, mencegah merosotnya mutu produk dan menghemat tenaga kerja. Sedangkan efisiensi ekonomis adalah bahwa perusahaan atau industry dengan teknik, skill, dan pengetahuan yang ada dapat bekerja atas dasar biaya rendah dan memperoleh profit (Saefuddin Dan Hanafiah, 1986).

Efisiensi pemasaran terjadi jika lembaga pemasaran mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir pada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut (Mubyarto, 1989).

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari besarnya biaya pemasaran persatuan produk untuk setiap tingkat lembaga pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat juga ditentukan dengan membandingkan *farmer's share* yaitu bagian yang diterima produsen dari harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan *market's share* yaitu bagian yang didapatkan oleh pedagang perantara (Soekartawi, 1988).

Efisiensi secara oprasional dapat dilihat dari margin pemasaran yang diperoleh. Margin pemasaran yang relative cukup besar dibandingkan biaya pemasaran yang dikeluarkan memperlihatkan bahwa secara umum lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat sudah cukup efisien secara oprasional (Soekartawi, 1988).

Menurut Jasni (1997) sistem pemasaran yang efisien tidak dapat dilepaskan pengaruhnya dari faktor-faktor: (1). Saluran pemasaran yang panjang (2). Banyaknya biaya-biaya diluar perhitungan (3). Biaya pengangkut yang terlalu tinggi (4). Luas areal yang kecil dan terpencar (5). Informasi yang tidak langsung menyebabkan petani memungkinkan untuk dapat mengetahui harga yang sebenarnya.

Sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu (1) mampu menyampaikan hasil- hasil produksi dari petani produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya; (2) mampu mengadakan pembagian yang adil dari pada keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang atau produksi tersebut. Adil dalam hal ini adalah pemberian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai dengan kontribusi masing-masing (Mubyarto, 1994).

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap efisien apabila konsumen muda mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah (Saefudin dan Hanifah, 1986).

Soekartawi (1995) menilai efisiensi akan terjadi jika : (a) dapat menekan biaya pemasaran, sehingga keuntungan pemasaran lebih tinggi; (b) persentase perbedaan harga yang dibayarkan tidak terlalu tinggi; (c) tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan; (d) adanya suatu persaingan dan kompetisi yang sehat.

2.5. Usahatani dan Pemasaran dalam Perspektif Islam

Pertanian mengajarkan sebuah proses perjuangan untuk mencapai sebuah keberhasilan (mulai dari perencanaan tanam, tanam hingga panen). Selain mengajarkan pentingnya sebuah proses, pertanian juga mengajarkan kepada kita ketawakkalan (sikap pasrah) pada Allah Sang Maha Pencipta.

Sikap tawakkal dan pasrah adalah sikap wajib seorang hamba kepada Tuhannya. Tawakkal hendaknya dilakukan selepas berusaha dan berjuang, maka yakinlah bahwa hasil (panen) takkan mengkhianati usaha. Usaha yang perlu manusia lakukan tentu usaha yang benar dan sungguh-sungguh. Kerja keras, cerdas, dan ikhlas. Terkadang usaha sudah sungguh-sungguh namun cara yang ditempuh kurang benar maka hasil yang dicapai tentu kurang maksimal. Kalaupun sudah berusaha keras dan benar caranya namun hasil tidak seperti yang diharapkan misalnya terkena bencana, itu semata-mata kehendak Allah, sikap kita adalah tetap bersyukur, ikhlas dengan ketetapan-Nya itu.

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. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala,

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian“. (QS. An-Nisa ayat 29)

Adapun dalam memasarkan barang, seorang muslim dilarang menggunakan sumpah palsu sebagaimana dalam hadist berikut:

حَدَّثَنَا ابْنُ أَبِي عَدِيٍّ عَنْ شُعْبَةَ عَنِ الْعَلَاءِ وَابْنِ جَعْفَرٍ حَدَّثَنَا شُعْبَةُ قَالَ سَمِعْتُ
الْعَلَاءَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْيَمِينُ
الْكَاذِبَةُ مَنْفَقَةٌ لِسُلْعَةٍ مَمْحَقَةٌ لِلْكَسْبِ وَقَالَ ابْنُ جَعْفَرٍ الْبِرَّ كَأَنَّ

Nabi bersabda: “sumpah palsu (bombastis sehingga menjadikan laku barang yang dijual) mendatangkan keluasan tetapi menghilangkan pekerjaan.” Ibnu fajar berkata: ”menghapus keberkahan”. (Matan lain: Bukhori 1945, Nasa’I 4385, Abu Daud 2897, Ahmad 6909,6992,8981)

Dari hadist tersebut dapat dipahami bahwa dalam mempromosikan produk, seorang muslim tidak boleh berlebihan dengan sumpah palsu, bombastis, tetapi harus realitas. Karena, jika dilakukan dengan penuh bombastis, dapat menyesatkan dan mengecoh konsumen. Jika suatu saat konsumen itu menyadari

akan kebohongan suatu produk, maka secara pasti mereka akan meninggalkannya. Akibatnya, produksi akan mengalami penurunan, tentu saja keuntungan semakin kecil.

2.6. Penelitian Terdahulu

Beberapa kajian terdahulu terkait dengan penelitian ini, digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menghasilkan sebuah kajian yang memiliki nilai tersendiri. Hasil-hasil kajian terdahulu yang dijadikan rujukan antara lain disajikan sebagai berikut:

Andi (2017) melakukan penelitian tentang Analisis Produksi Usahatani Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan: (1) menganalisis karakteristik petani kelapa sawit swadaya, (2) menganalisis teknologi budidaya, penggunaan faktor produksi dan analisis usahatani kelapa sawit swadaya dan (3) menganalisis faktor yang mempengaruhi produksi kelapa sawit.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Sampel diambil secara sengaja, dengan jumlah sampel sebanyak 40 petani kelapa sawit. Hasil penelitian ini menunjukkan umur petani kelapa sawit rata-rata 46,9 tahun, lama pendidikan petani kelapa sawit rata-rata 9,55 tahun. Rata-rata jumlah anggota keluarga 4,433 jiwa, rata-rata pengalaman berusahatani 13,70 tahun, dengan rata-rata luas lahan 3,93 Ha. Produksi yang diperoleh petani kelapa sawit 53.412,43 kg/garapan/tahun. Biaya variabel sebesar Rp 34.147.731,25 garapan/tahun. Total rata-rata pendapatan kotor petani kelapa sawit adalah Rp 89.811.226,50 pertahun dan pendapatan bersih Rp. 55.429.831,58 pertahun. Teknologi budidaya kelapa sawit didaerah penelitian sudah sesuai dengan standar

usahatani. Efisiensi usahatani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak sebesar 2,61. Faktor dominan yang mempengaruhi jumlah produksi kelapa sawit adalah jumlah tanaman menghasilkan, tenaga kerja dan pupuk Urea. Sedangkan luas tanam, pupuk TSP dan pupuk KCL serta pestisida tidak signifikan mempengaruhi produksi.

Anton (2017) telah melakukan penelitian mengenai analisis usahatani dan pemasaran kelapa sawit petani swadaya di Desa Air Putih Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu. Tujuan penelitian untuk menganalisis : (1) karakteristik petani dan pedagang kelapa sawit, (2) Teknologi budidaya kelapa sawit, (3) penggunaan lembaga dan fungsi pemasaran, margin, keuntungan, efisiensi, (4) biaya pemasaran, saluran, lembaga dan fungsi pemasaran, margin, keuntungan, efisiensi pemasaran dan farmer share.

Metode yang digunakan adalah metode survey. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 25 petani kelapa sawit. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata umur petani kelapa sawit adalah 48,06 tahun, lama pendidikan 7,80 tahun, jumlah tanggungan keluarga 3,54 dan pengalaman 15,86 tahun. Sedangkan pedagang kelapa sawit berumur 50,83 tahun, pendidikan 11 tahun, tanggungan keluarga 4,17 jiwa. Teknologi yang digunakan belum sesuai dengan yang dianjurkan, terutama dalam pemupukan, pengendalian gulma serta jarak tanam. Alokasi penggunaan tenaga kerja rata-rata 42,04 HKP/Ha/Tahun yang terdiri dari tenaga kerja keluarga 17,09 HKP/Ha/Tahun dan tenaga kerja luar keluarga 24,95 HKP/Ha/Tahun. Rata-rata biaya produksi sebesar Rp 7.246.177,72/Ha/Tahun dengan jumlah produksi yang dihasilkan 19.942,86 kg/ha/tahun, dengan pendapatan kotor sebesar RP 22.892.571,43 dan pendapatan bersih Rp

15.646.393,71/ha/tahun dan pendapatan kerja keluarga Rp 17.155.140,65/ha/tahun, RCR sebesar 3,23. Total biaya pemasaran Rp 137/kg meliputi biaya muat sebesar 7,20%, bongkar 1,22% dan biaya timbang sebesar 1,44%. Saluran pemasaran kelapa sawit yaitu petani kelapa sawit – pedagang pengumpul – pabrik kelapa sawit sedangkan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kelapa sawit adalah pedagang pengumpul dan pabrik. Margin pemasaran sebesar Rp 243,29, keuntungan yang diterima pedagang sebesar Rp 106,29/kg, sedangkan keuntungan yang diterima petani Rp 1.146,71/kg dan efisiensi pemasaran sebesar 9,86% serta bagian yang diterima petani 82,50 % dari harga konsumen/pabrik.

Frengky (2017) telah melakukan penelitian mengenai Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Yang mempunyai tujuan untuk mengidentifikasi pelaku-pelaku pemasaran, dan fungsi-fungsi pemasaran, serta menganalisis efisiensi saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dengan menggunakan 3 indikator, yaitu margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran.

Metode penentu petani responden dan lembaga pemasaran dilakukan dengan metode snowball sampling. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat empat saluran pemasaran yang terbentuk. Dimana, secara relatif saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran 3 bagi petani dan saluran 4 bagi lembaga pemasaran.

Rahmanta (2017) telah melakukan penelitian tentang Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Kabupaten Labuhan Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit,

fungsi pemasaran, dan besarnya margin pemasaran dan share margin pada masing-masing saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit. Data yang digunakan berupa data primer yang diperoleh dari petani dan pedagang kelapa sawit.

Jumlah anggota sampel ini terdiri dari: petani kelapa sawit sebesar 20 orang, (2) pedagang pengumpul atau agen kecil sebesar 5 orang, (3) pedagang besar atau agen besar sebesar 5 orang, (4) pabrik pengolahan kelapa sawit sebanyak 5 orang, sehingga jumlah sampel seluruhnya sebesar 35 orang. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : Terdapat 2 (dua) bentuk saluran pemasaran tandan buah segar kelapa sawit, yaitu: (a) Saluran I : petani – agen kecil – RAM atau agen besar – pabrik pengolahan kelapa sawit, (b) Saluran II : petani – pabrik pengolahan kelapa sawit. Sebagian besar petani memasarkan tandan buah segar kelapa sawit pada bentuk saluran pemasaran I, yaitu sekitar 80 persen, dan sisanya sebesar 20 persen lagi petani memasarkan tandan buah segar kelapa sawit pada bentuk saluran pemasaran II. Saluran pemasaran II ini lebih pendek dari pada saluran pemasaran I sehingga dapat menghemat biaya pemasaran dan akhirnya dapat meningkatkan pendapatan yang diterima oleh petani kelapa sawit.

Armelia (2016) melakukan penelitian tentang Analisis Manajemen 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 (2) manajemen usahatani (3) manajemen pemasaran dan (4) elastisitas transmisi harga kelapa sawit di Kecamatan Kandis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Februari sampai April 2016. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive* yaitu 40 orang petani, 5 pedagang, dan 3 pabrik kelapa sawit. Data dianalisis dengan menggunakan statistic deskriptif kualitatif, kuantitatif dan mode nerlove.

Hasil penelitian ini adalah petani dan pedagang kelapa sawit di Kecamatan Kandis berada dalam usia produktif, berpengalaman dalam berusahatani dan berdagang serta memiliki jumlah anggota keluarga berkisar antara 4 sampai dengan 8 orang. Usahatani kelapa sawit yang dilakukan oleh petani di Kecamatan Kandis menguntungkan. Hal ini dapat dilihat dari nilai RCR 1,29 artinya biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp 1 memperoleh penerimaan sebesar Rp 0,29. Pemasaran tandan buah segar kelapa sawit di Kecamatan Kandis hanya terdapat satu saluran pemasaran yaitu petani-pedagang-pabrik. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang antara lain: fungsi pembelian, penjualan, pengumpulan, pengangkutan, pembiayaan, resiko, standar disasi dan informasi pasar. Keuntungan pemasaran 70.61/kg, margin pemasaran adalah sebesar 83.00/kg dan efisiensi pemasaran 1.03. Elastisitas harga pada tingkat petani terhadap harga ditingkat pedagang dalam jangka pendek tidak responsive namun responsive pada harga petani bulan lalu dan juga responsive pada petani bulan lalu jangka panjang. Nilai elastisitas harga ditingkat pabrik terhadap harga ditingkat FOB dalam jangka pendek dan jangka panjang tidak responsive. Namun responsive terhadap harga pabrik bulan lalu baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Hal ini dikarenakan harga FOB tidak mempengaruhi harga ditingkat pabrik, karena yang menentukan harga pabrik adalah harga pabrik bulan lalu.

Azim, dkk. (2016) melakukan penelitian Analisis Pemasaran Kopi Bubuk Merek Silvia di Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, efisiensi, margin dan strategi pemasaran kopi bubuk merek silvia. Metode yang digunakan adalah studi kasus. Pemasaran merek kopi bubuk silvia memiliki dua saluran, pemasaran langsung sebanyak 25,44% dan pemasaran tidak langsung sebanyak 74,56%. Efisiensi saluran pemasaran langsung sebesar 0,52% margin Rp 0, pemasarn tidak langsung sebesar 0,60% margin Rp 10.000,00. Strategi produk dengan memperhatikan harga, atribut, promosi dan distribusi. Pengembangan produk dilakukan dengan meningkatkan produksi, kontinuitas produksi dan menonjolkan atribut dalam pemasaran.

Darus, dkk. (2015) melakukan penelitian tentang Analisis Ekonomi Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ketersediaan sarana produksi, produksi, biaya produksi, pendapatan, keuntungan dan efisiensi usahatani sawah. Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilaksanakan dari bulan September sampai dengan Desember 2014. Sebanyak 65 orang petani dipilih sebagai sampel dengan menggunakan metode acak sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana produksi usahatani padi sawa tersedia di daerah penelitian menunjukkan bahwa sarana produksi usahatani padi sawah tersedia di daerah penelitian, sehingga petani dapat memperolehnya dengan mudah. Rata-rata produksi padi sawah sebanyak 3.208,86 kg/ha dengan biaya sebesar Rp 5.611.217,66. Rata-rata pendapatan kotor sebesar Rp 11.750.588,61 dan keuntungan sebesar Rp 6.139.379,26, sementara pendapatan kerja keluarga Rp 9.016.339,22. Usahatani

padi sawah di daerah kajian secara ekonomi efisien dengan RCR sebesar 2,09 dan layak diteruskan.

Tibrani (2015) melakukan penelitian Analisis Sistem Pemasaran Ikan Patin Segar Desa Koto Mesjid ke Daerah Tujuan Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran ikan patin segar, sistem pemasaran dan efisiensi pemasaran ikan patin segar. Metode penelitian menggunakan survey dengan sampel penelitian sebanyak 30 petani ikan patin di Desa Koto Mesjid.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri dari dua saluran, yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung. Selanjutnya, sistem pemasaran ikan patin segar, meliputi: biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan pemasaran terbesar terdapat pada pasar pekanbaru, yaitu biaya pemasaran Rp 1.687,50/kg, margin pemasaran Rp 7.500/kg dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 5.812,50/kg dan hasil penelitian menunjukkan sudah efisien.

Yusar (2011) melakukan penelitian tentang Analisis Pendapatan Usahatani Kelapa Sawit Berdasarkan Umur Tanaman di Desa Petapahan Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis biaya, pendapatan, keuntungan dan efisiensi usahatani kelapa sawit berdasarkan umur tanaman dan menganalisis perbedaan pendapatan petani menurut umur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey.

Pengambilan data dilakukan secara *Stratified Random Sampling* yang terdiri dari tiga strata, masing-masing strata terdiri dari 10 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: biaya produksi usahatani terbesar terdapat pada kelompok umur 10-20 tahun yaitu sebesar Rp 8.505.280,19/ha/tahun, pendapatan kotornya sebesar Rp 39.024.000,00/ha/tahun dengan pendapatan bersih sebesar

Rp30.518.718,81/ha/tahun dan efisiensinya sebesar 4,60. Selanjutnya biaya terkecil terdapat pada kelompok umur <10 tahun yaitu sebesar Rp 7.247.016,67/ha/tahun, pendapatan kotor Rp 26.148.000,00/ha/tahun dengan pendapatan bersih sebesar Rp18.900.983,33/ha/tahun serta efisiensinya sebesar 3,48. Terdapat perbedaan pendapatan usahatani kelapa sawit berdasarkan umur tanaman yang ditunjukkan oleh uji F dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel, maka diperoleh F hitung sebesar 12,427 dan F tabel sebesar 2,510 pada tingkat keyakinan 90%. Perbedaan tersebut diketahui dengan menggunakan uji t-Test, maka yang berbeda nyata terdapat pada kelompok 2 dan 3 yaitu t-Test > Ttabel (15,034 > 2,264).

2.7. Kerangka Pemikiran

Petani swadaya merupakan pengelolaan kebun yang dilakukan oleh masyarakat secara swadaya dengan dana sendiri dan usaha mandiri mulai dari pengadaan sarana dan prasarana produksi sampai dengan pemasaran hasil panen kelapa sawit berupa TBS, sedangkan pemasaran kelapa sawit dalam bentuk TBS ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) dilakukan petani kelapa sawit swadaya melalui lembaga pemasaran yang ada. Pada umumnya, pemasaran kelapa sawit dalam bentuk TBS merupakan permasalahan yang dihadapi oleh petani swadaya. Pemasaran TBS ke Pabrik Kelapa Sawit (PKS) yang dilakukan oleh petani sawadaya banyak dilakukan melalui lembaga pemasaran yang ada. Diperlukan adanya penanganan yang lebih baik dari sistem pemasaran komoditi ini.

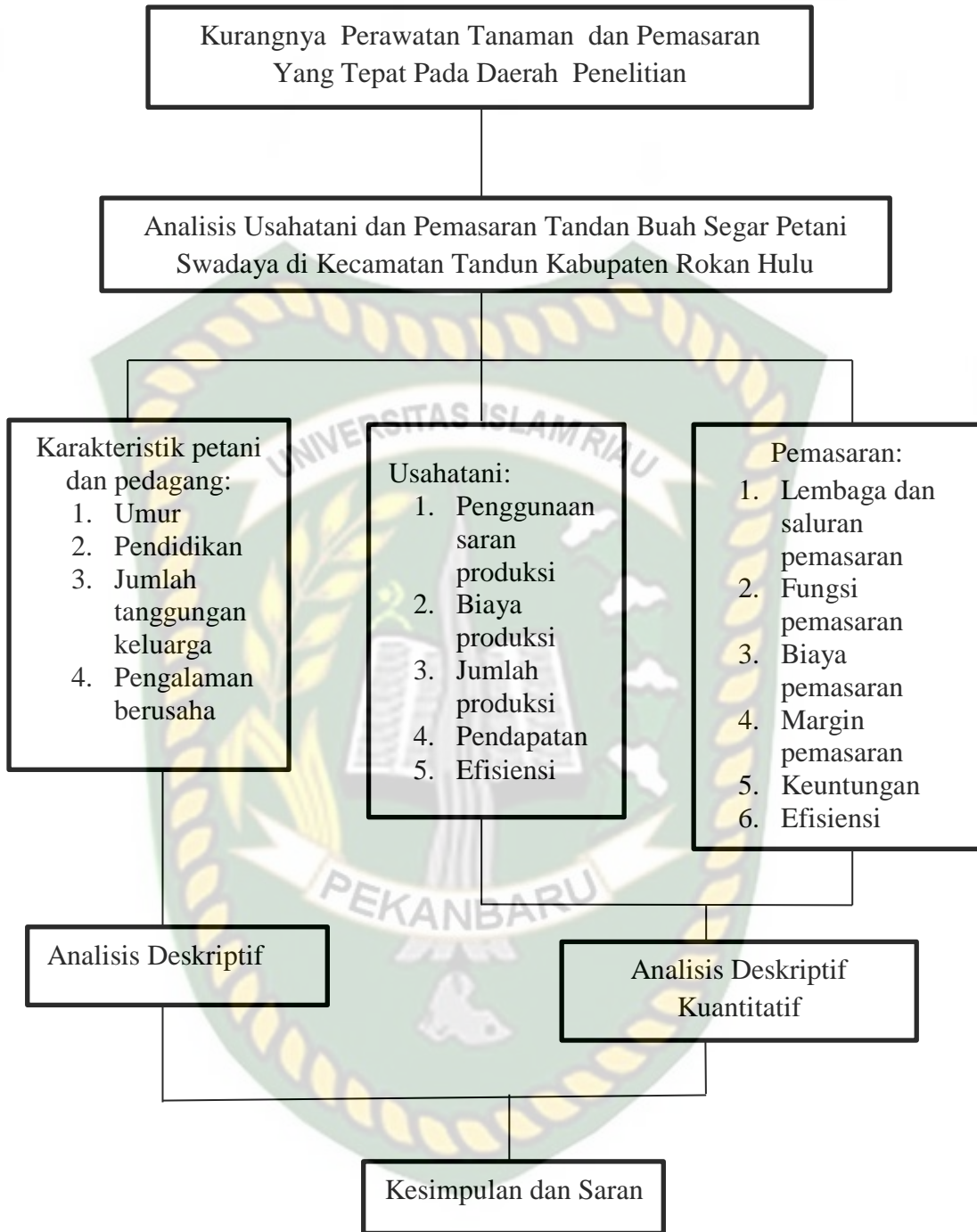
Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis (1) Karakteristik petani kelapa sawit (2) Penggunaan sarana produksi, biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani (3) Manajemen

pemasaran terkait dengan fungsi pemasaran, lembaga pemasaran, saluran pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Setelah didapat hasil keseluruhan maka akan didapatkan kesimpulan dan saran dalam penelitian ini. Sehingga, pada akhir penelitian ini bisa dijadikan landasan untuk membuat kebijakan baik dari pemerintah maupun instansi-instansi. Untuk lebih jelasnya kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survey terhadap petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu. Daerah tersebut di pilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa di daerah tersebut mayoritas masyarakat mengusahakan tanaman kelapa sawit secara swadaya. Pertimbangan lain karena di daerah tersebut merupakan salah satu sentra produksi kelapa sawit di Kabupaten Rokan Hulu.

Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Agustus sampai Januari 2020, dengan tahapan kegiatan penyusunan proposal, pengumpulan data, pengolahan, analisis data, penulisan laporan, seminar hasil penelitian, perbaikan dan perbanyak laporan.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi penelitian adalah petani kelapa sawit yang mengelola usahatani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Tandun yang berjumlah 2.715 petani, dan populasi tersebut diambil di Sembilan desa yang ada di Kecamatan Tandun yaitu: Bono Tapung, Desa Dayo, Kota Tandun, Kumain, Puo Raya, Sungai Kuning, Tandun, Tandun Barat, Tapung Jaya. Dari jumlah populasi sampel yang diambil sebanyak 2 % sehingga jumlah sampel yang diambil 54 petani swadaya. Pengambilan sampel diambil secara *simple Random Sampling* yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Distribusi Jumlah Populasi dan Sampel Petani Kelapa Sawit Swadaya Di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019.

No	Desa	Populasi petani	Sampel (2%)
1	Desa Bono Tapung	389	8
2	Desa Dayo	280	6
3	Desa Kota Tandun	250	5
4	Desa Kumain	320	6
5	Desa Puo Raya	280	6
6	Desa Sungai Kuning	340	7
7	Desa Tandun	270	5
8	Desa Tandun Barat	320	6
9	Desa Tapung Jaya	266	5
Jumlah		2.715	54

Sedangkan sampel pedagang diambil sebanyak 9 orang pedagang secara sengaja, dengan alasan bahwa pedagang tersebut sudah lama melakukan pembelian tandan buah segar dari masyarakat dan dilakukan secara kontinu.

3.3. Jenis Dan Teknik Pengambilan Data

Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data skunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung ditempat peneliti. Data primer yang diambil meliputi: 1) Karakteristik petani dan profil usahatani (umur, pendidikan, pengalaman usahatani, jumlah tanggungan keluarga, luas lahan), 2) Penggunaan sarana produksi meliputi; jumlah dan jenis, peralatan yang digunakan, tenaga kerja, 3) Produksi dan 4) Harga jual produksi, 5) Lembaga dan saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, 6) Harga pembeli, penjualan dan biaya pemasaran.

Data skunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder meliputi geografi dan tofografi, keadaan umum daerah penelitian dan informasi lain yang dianggap perlu untuk menunjang dan melengkapi data penelitian. Data sekunder ini diperoleh dari instansi yang

berkaitan dengan penelitian ini, seperti Kantor Camat, Dinas Pertanian, Kantor Statistik, dan lain-lain.

3.4. Konsep Operasional

Konsep operasional mencakup pengertian yang diperlukan dalam mendapatkan data untuk melakukan analisis yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Konsep operasional tersebut meliputi:

1. Usahatani kelapa sawit swadaya adalah usaha yang dilakukan petani dalam memperoleh pendapatan dengan jalan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja dan modal yang mana sebagian dari pendapatan yang diterima digunakan untuk membiayai pengeluaran yang berhubungan dengan usahatani.
2. Luas garapan adalah luas lahan yang diusahakan petani kelapa sawit swadaya (Ha).
3. Sarana produksi adalah input-input yang digunakan untuk memproduksi kelapa sawit seperti: pupuk, pestisida, herbisida dan peralatan (Unit/Ha/tahun)
4. Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya tenaga kerja dari dalam maupun dari luar keluarga yang digunakan memproduksi kelapa sawit swadaya yang dikonversikan dalam satuan harian kerja pria (HKP/Ha/tahun).
5. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi yang tidak habis dalam satu kali proses produksi, dalam penelitian ini yang masuk ke dalam biaya tetap adalah biaya penyusutan alat (Rp/Ha/tahun).
6. Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya produksi yang habis digunakan dalam satu kali proses produksi atau satu kali masa tanam, dalam penelitian ini yang termasuk kedalam biaya variabel adalah pupuk, pestisida, herbisida dan tenaga kerja (Rp/Ha/tahun).

7. Total biaya produksi adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam usahatani kelapa sawit dalam satu kali proses produksi kelapa sawit swadaya (Rp/Ha/tahun).
8. Produksi adalah keseluruhan jumlah produksi fisik yang diperoleh petani dari usahatani kelapa sawit dalam satu kali proses produksi kelapa sawit (Kg/tahun).
9. Harga adalah nilai/harga TBS yang berlaku saat penelitian dan ditentukan oleh pedagang (Rp/Kg).
10. Pendapatan kotor adalah total penerimaan yang diperoleh dari proses produksi atau harga saat itu dikali dengan seluruh produksi yang dihasilkan (Rp/Ha/tahun).
11. Pendapatan bersih adalah selisih antara penerimaan dengan pengeluaran total usahatani kelapa sawit (Rp/Ha/tahun).
12. Efisiensi usahatani adalah perbandingan antara penerimaan dengan pengeluaran dalam setahun.
13. Pemasaran kelapa sawit adalah suatu kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan TBS dari petani produsen sampai ke pabrik pengolahan TBS.
14. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli TBS langsung dari petani yang berada di desa atau wilayah perkebunan tersebut.
15. Pabrik pengolahan TBS adalah konsumen akhir dalam penelitian ini yang menampung dan membeli TBS yang selanjutnya melakukan fungsi pengolahan untuk tujuan ekspor dari kebutuhan industri dalam negeri.

16. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan dalam mendistribusikan TBS dari produsen ke pabrik seperti: biaya transportasi, biaya muat, biaya bongkar, biaya susut, timbangan (Rp/Kg).
17. Margin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat produsen dengan harga pada tingkat pabrik (Rp/Kg).
18. Efisiensi pemasaran adalah hasil bagi total biaya pemasaran dengan total nilai produksi yang dipasarkan (%).
19. Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh dari harga jual dikurangi harga beli dan biaya pemasaran (Rp/Kg).
20. *Farmer share* adalah bagian yang diterima oleh petani kelapa sawit dalam bentuk persentase harga ditingkat konsumen akhir (%).

3.5. Analisis Data

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan dilapangan akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif, yaitu dengan cara mentabulasikan data kemudian dibahas dan dibandingkan dengan teori yang ada dan kemudian diambil suatu kesimpulan.

3.5.1. Analisis Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya

Karakteristik petani kelapa sawit meliputi umur, pengalaman berusahatani, tingkat pendidikan dan jumlah tanggungan keluarga. Untuk menganalisis karakteristik petani, data yang diperoleh dilapangan terlebih dahulu diolah dan ditabulasikan secara sederhana, kemudian dianalisis secara deskriptif, yaitu menganalisis data dengan cara menggambarkan seluruh peristiwa objek penelitian dan menguraikannya sesuai dengan data dan fakta yang ada dilapangan (Supranto, 2000).

3.5.2. Penggunaan Biaya Produksi, Pendapatan dan Efisiensi

1. Biaya Produksi

Untuk menghitung biaya produksi maka digunakan rumus menurut (Soekartawi, 1995) dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$TC = FC + VC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- TC = Total Biaya (Rp/Ha/Tahun)
- FC = Biaya Tetap (biaya penyusutan alat) (Rp/Ha/Tahun)
- VC = Biaya Variabel (pupuk, pestisida, tenaga kerja) (Rp/Ha/Tahun)

2. Biaya Penyusutan Alat

Biaya penyusutan alat dihitung dengan metode garis lurus (*straight line method*) menurut Hernano (1991):

$$D = \frac{C-SV}{UL} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan:

- D = Nilai Penyusutan Alat (Rp/Unit/Tahun)
- C = Harga Beli Alat (Rp/Unit)
- SV = Nilai Sisa Alat (Rp/Unit) (diperoleh 20% dari nilai beli alat)
- UL = Masa Pakai Alat (Tahun)

3. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor usahatani didapatkan dari seluruh produksi yang dihasilkan dalam kegiatan budidaya kelapa sawit. Untuk menghitung pendapatan kotor, yaitu (Hernanto, 1991):

$$TR = Y. Py \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Ha/Tahun)

Y = Produksi (Kg/Ha/Tahun)

Py = Harga Produksi (Rp/Kg)

4. Pendapatan Bersih Petani Kelapa Sawit

Untuk menghitung pendapat bersih usahatani kelapa sawit maka digunakan rumus menurut (Hernanto, 1998):

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

π = Pendapatan Bersih usahatani (Rp/Ha/Tahun)

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Ha/Tahun)

TC = Total Biaya (Rp/Ha/Tahun)

5. Efisiensi Usahatani

Untuk mengetahui apakah efisiensi usahatani itu layak atau tidak diukur dengan nilai RCR dari usahatani tersebut. Efisiensi dihitung dengan menggunakan analisis *Return Cost Ratio* (RCR) dengan rumus menurut Hernanto (1991).

$$RCR = TR/TC \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

RCR = *Return Cost Ratio*

TR = *Total Revenue* (Rp/Ha /Tahun)

TC = *Total Cost* (Rp/Ha/Tahun)

Dengan Kriteria:

RCR > 1 = berarti Usahatani kelapa sawit menguntungkan

RCR < 1 = berarti Usahatani kelapa sawit tidak menguntungkan

RCR = 1 = berarti Usahatani kelapa sawit berada pada titik impas

3.5.3. Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi dan *Farmers share*

1. Biaya pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Hernanto (1991), sebagai berikut:

$$TC = FC + VC \dots\dots\dots (6)$$

Dalam penelitian ini biaya pemasaran meliputi biaya Biaya Muat (B1), Biaya Bongkar (B2) Biaya Transportasi (B3) dan Biaya Makan (B4). Dengan demikian rumus yang digunakan untuk biaya pemasar adalah sebagai berikut (Hernanto, 1991):

$$Bp = B1 + B2 + B3 + B4 \dots\dots\dots (7)$$

Keterangan:

Bp = Biaya Pemasaran Kelapa Sawit (Rp/Kg)

B1 = Biaya Muat (Rp/Kg)

B2 = Biaya Bongkar (Rp/Kg)

B3 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)

B4 = Biaya Makan (Rp/Kg)

2. Margin pemasaran digunakan rumus menurut Saefuddin dan Hanafiah (1986).

$$M = He - Hp \dots\dots\dots (8)$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran Kelapa Sawit (Rp/Kg)

He = Harga ditingkat Pabrik (Rp/Kg)

Hp = Harga Jual Petani (Rp/Kg)

3. Profit (keuntungan) yang diperoleh pedagang digunakan rumus menurut Hamid (1994), sebagai berikut:

$$\pi = M - Bp \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan:

π = Keuntungan Pemasaran Kelapa Sawit (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Bp = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

4. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran suatu usaha terhadap penggunaan satu unit input dapat digambarkan juga oleh nilai rasio keuntungan dan biaya yang merupakan perbandingan antara keuntungan yang diterima usaha pemasaran TBS dari setiap rupiah yang dikeluarkan dalam proses produksi. Untuk menghitung efisiensi pemasaran (EP), secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1993), yaitu sebagai berikut:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran Kelapa Sawit (%)

TC = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

5. Untuk menghitung bagian harga yang diterima petani produsen digunakan rumus menurut Soekartawi (1993), sebagai berikut:

$$Share = \frac{HP}{HK} \times 100\% \dots\dots\dots(11)$$

Keterangan:

HP = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

HK = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi

Kecamatan Tandun merupakan salah satu dari 16 Kecamatan di wilayah Kabupaten Rokan Hulu yang ditetapkan sebagai lokasi penelitian. Luas kecamatan Tandun adalah 28.994 Ha. Adapun batas-batas wilayah Kecamatan Tandun sebagai berikut (Kantor Kecamatan Tandun, 2019):

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Tapung
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Pendalian IV Koto
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Ujung Batu
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Kabun

Letak wilayah yang strategis di sepanjang jalan lintas barat sebagai akses transportasi penghubung ke beberapa wilayah yang berpotensi sebagai pusat investasi prekonomian dengan wilayah yang luas dan subur. Kecamatan Tandun umumnya beriklim tropis dengan suhu rata-rata 33,00°C dengan curah hujan 780-2.461 mm. Kecamatan ini termasuk daerah dataran tinggi dengan ketinggian 200 m di atas permukaan laut. Jarak Kecamatan ini ke pemerintahan Ibukota Provinsi 153 km, dan jarak tempuh Ibukota Kabupaten 56 km (Kantor Kecamatan Tandun, 2019).

4.2. Kependudukan

Penduduk merupakan suatu aset yang sangat berharga bagi suatu daerah, terutama daerah yang sedang berkembang dalam proses pembangunan. Penduduk juga merupakan subjek yang sangat menentukan setiap keberhasilan program pembangunan di berbagai sektor, diantaranya sektor pertanian tanaman

perkebunan. Berikut dapat dilihat pada Tabel 7 distribusi jumlah penduduk Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu menurut jenis kelamin.

Tabel 7. Distribusi Jumlah Penduduk Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Menurut Jenis Kelamin Tahun 2018

No	Jumlah (jiwa)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Pria	14.426	51,15%
2	Wanita	13.773	48,84%
Jumlah		28.199	100,00

Sumber : Data Monografi Kantor Camat Tandun, 2019

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah penduduk pria lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk wanita. Dimana jumlah penduduk pria sebesar 14.426 jiwa atau 51,15%, sedangkan penduduk wanita 13.773 jiwa atau 48,84%. Bila dilihat dari jenis kelamin jumlah penduduk Kecamatan Tandun, maka diperoleh (*sex ratio*) sebesar 104 artinya dalam setiap 100 orang penduduk wanita terdapat 104 penduduk pria. Angka ini diperoleh dengan membandingkan jumlah penduduk wanita dengan jumlah penduduk pria.

4.3. Pendidikan

Pendidikan merupakan syarat pelancar dalam pembangunan pertanian karena dengan pendidikan dapat meningkatkan produktifitas petani. Keterbatasan pendidikan dapat menjadi kendala dalam pembangunan pertanian, yaitu cara berfikir dan mengambil keputusan (Mosher, 1983). Pendidikan memberikan kontribusi bagi masyarakat dalam mengambil berbagai keputusan, terutama dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Selain dari pada itu tingkat pendidikan masyarakat yang baik, akan mendorong mereka dalam berpartisipasi di dalam pembangunan dan melaksanakan kegiatan-kegiatan sosia yang ada dalam masyarakat. Tingkat pendidikan di Kecamatan Tandun sangat bervariasi mulai

dari TK, SD, SMP, SMA, Akademi dan Sarjana. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 8 berikut :

Tabel 8. Distribusi Jumlah Penduduk Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Menurut Tingkat Pendidikan, Tahun 2018

No	Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	TK	439	2,34
2	SD	8.022	42,83
3	SMP	4.130	22,05
4	SMA	3.998	21,34
5	Akademi (DI-DIII)	1.624	8,67
6	Sarjana (S1-S3)	513	2,73
Jumlah		18.726	100,00

Sumber : Data Monografi Kantor Camat Tandun, 2019

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa pendidikan di Kecamatan Tandun sudah tergolong cukup baik. Hal ini dapat dilihat jumlah penduduk yang berpendidikan TK sebanyak 439 jiwa atau 2,34%, SD sebanyak 8.022 atau 42,83%, SMP sebanyak 4.130 atau 22,05%, SMA sebanyak 3.998 atau 21,34%, Akademi sebanyak 1.624 atau 8,67% dan pendidikan Sarjana sebanyak 513 atau 2,73%.

4.4. Sarana dan Prasarana Kecamatan Tandun

Fasilitas perhubungan yang terdapat di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu adalah jalan darat. Jalan darat ini merupakan jalan yang menghubungkan dari satu kecamatan ke kecamatan lainnya. Untuk jalan darat umumnya mereka memakai sepeda motor, kendaraan roda empat seperti mobil pribadi. Kondisi sarana dan prasarana umum di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu secara garis besar dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Distribusi Jumlah Sarana dan Prasarana di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, 2018.

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (unit)
1	Kantor Camat	1
2	TK	19
3	SD	21
4	SMP	10
5	SMA	2
6	SMK	1
7	Gereja	2
8	Masjid	13
9	Lapangan sepak bola	7
10	Lapangan basket	2
11	Lapangan volley	27
12	Lapangan bulu tangkis	23
13	Lapangan tenis meja	36
14	Lapangan tenis	1
Jumlah		165

Sumber : Data Monografi Kantor Camat Tandun, 2019

Sarana dan prasarana di sektor pemerintah terdapat 1 Kantor Camat yang dapat memberikan masukan dan informasi berharga bagi petani sawit. Lembaga pendidikan yang terdapat di daerah ini antara lain adalah 19 unit TK, 21 unit SD, 10 unit SMP, 2 unit SMA dan 1 unit SMK. Sarana lain yang ada yaitu sarana ibadah yaitu Gereja sebanyak 2 unit dan 13 unit Masjid. Untuk sarana olahraga adanya lapangan olahraga berupa sepak bola sebanyak 7 unit, lapangan basket sebanyak 2 unit, lapangan volly sebanyak 27 unit, lapangan bulu tangkis sebanyak 23 unit dan lapangan tenis meja sebanyak 1 unit, jadi sarana dan prasaran di Kecamatan Tandun sebanyak 165 unit.

4.5. Keadaan Pertanian Subsektor Tanaman Perkebunan

Perkebunan merupakan salah satu sektor unggulan di Kabupaten Rokan Hulu. Komoditi karet, kelapa sawit dan kelapa merupakan tanaman yang banyak

ditanam di daerah ini. Dengan demikian masyarakat di Kabupaten Rokan Hulu sangat bergantung kepada usahatani kelapa sawit untuk kehidupan sehari-hari.

Tabel 10. Luas Tanaman dan Produksi Pekebunan di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, 2018

No	Komoditas	Luas Panen (Ha)	Produksi (ton)
1	Karet	499	441
2	Kelapa Sawit	5.550	9.743
3	Kelapa	98	47
Jumlah		6.147	10.231

Sumber : BPS Rokan Hulu, 2019

Berdasarkan Tabel 10 perkebunan kelapa sawit memiliki luas panen dan produksi terbesar yaitu 5.550 ha dengan produksi 9.743 ton dan karet yang kedua setelah sawit yaitu luas panen 499 ha dengan produksi 441 ton selanjutnya yang terkecil adalah kelapa dengan luas panen 98 ha dan produksi 47 ton.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang

Dalam menentukan karakteristik petani dan pedagang terdiri dari beberapa komponen seperti dibawah ini.

5.1.1. Karakteristik Responden Petani

Dalam mencari karakteristik petani terdiri dari beberapa komponen yaitu: karakteristik petani menurut kelompok umur, karakteristik tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman berusahatani.

A. Umur

Umur dapat dijadikan indikator dalam menentukan produktif dan tidak produktifnya seseorang. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam mengelola usahatani terutama terhadap pola pikir, kemampuan fisik untuk bekerja, bertindak dalam menerima dan mengadopsi inovasi. Petani yang berumur produktif kemampuannya untuk 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.

Menurut Hasyim (2006) umur adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani, umur dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melihat aktivitas seseorang dalam bekerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar

seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal. Karakteristik petani kelapa sawit berdasarkan umur di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu dapat dilihat pada Tabel 11 berikut.

Tabel 11. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Umur	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	23-28	6	11,11
2	29-34	0	0
3	35-40	8	14,81
4	41-46	3	5,56
5	47-52	14	25,93
6	53-58	21	38,84
7	59-64	2	3,70
Jumlah		54	100%

Berdasarkan Tabel 11 diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani kelapa sawit di Kecamatan Tandun adalah pada kelompok umur berkisar 53-58 tahun yaitu 21 jiwa (38,84%) diikuti umur 47-52 yaitu 14 jiwa (25,93%) dan seterusnya, dengan rata-rata umur petani adalah 48 tahun (Lampiran 1).

B. Tingkat Pendidikan

Pendidikan mempengaruhi sikap dan keputusan yang akan diambil, terutama dalam menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi dan pendapatan petani. Produktivitas manusia tidak hanya dipengaruhi oleh peralatan-peralatan yang digunakan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga ditentukan oleh pendidikan yang pernah dilaluinya. Karakteristik petani menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	SD	13	24,07
2	SMP	8	14,81
3	SMA	33	61,11
Jumlah		54	100,00

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan yang terbanyak adalah tamatan SMA sebanyak 33 jiwa (61,11%), yang kedua adalah SD sebanyak 13 jiwa (24,07%) dan yang tingkat pendidikan yang ketiga sekaligus jumlah tamatan yang paling sedikit adalah SMP sebanyak 8 jiwa (14,81%), rata-rata pendidikan petani di Kecamatan Tandun adalah 10,07 tahun dapat dilihat pada Lampiran 1.

C. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga adalah total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari istri, anak serta tanggungan lainnya. Dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Karakteristik petani menurut jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Jumlah Tanggungan Keluarga	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	1-2	16	29,62
2	3-4	30	55,55
3	4-5	8	14,81
	Jumlah	54	100

Berdasarkan Tabel 13 di ketahui sebagian besar petani kelapa sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu yang mempunyai tanggungan keluarga 1-2 jiwa yaitu sebanyak 16 jiwa atau sebesar 29,62%, diikuti jumlah tanggungan keluarga 3-4 jiwa yaitu sebanyak 30 jiwa atau sebesar 55,55%, selanjutnya 4-5 jumlah tanggungan keluarga yaitu sebanyak 8 jiwa atau sebesar 14,81%. Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar tanggungan, maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya.

D. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman berusahatani merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam pengelolaan usahatannya. Pengalaman berusahatani erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusahatani maka semakin tinggi pula keterampilannya. Karakteristik petani menurut pengalaman berusahatani dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Karakteristik Petani Sawit Berdasarkan Lama Berusahatani di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Lama Berusahatani	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	3-6	7	12,96
2	7-10	7	12,96
3	11-14	10	18,51
4	15-18	11	20,37
5	19-22	12	22,22
6	23-26	5	9,25
7	27-30	2	3,70
Jumlah		54	100

Berdasarkan Tabel 14 dijelaskan bahwa pengalaman berusahatani petani kelapa sawit paling banyak ada pada 19-22 tahun yaitu sebanyak 12 jiwa atau sebesar (22,22%) sedangkan pengalaman berusahatani yang paling sedikit ada pada 27-30 sebanyak 2 jiwa atau (3,70%). Rata-rata pengalaman berusahatani di Kecamatan Tandun adalah 15,22 dapat dilihat pada Lampiran 1. Dilihat dari pengalaman berusahatani petani di daerah penelitian sudah cukup berpengalaman. Dengan pengalaman yang dimiliki oleh petani diharapkan petani dapat meningkatkan produktifitas usahatannya dengan memanfaatkan pengalaman berusahatani, hal ini merupakan modal dasar untuk mempercepat pengembangan usahanya, karena pengalaman yang dimiliki petani dapat membantu dalam menghadapi resiko usaha dan masalah yang dihadapi.

5.1.2. Karakteristik Responden Pedagang

Dalam mencari karakteristik pedagang terdiri dari beberapa komponen yaitu: karakteristik pedagang menurut kelompok umur, karakteristik pedagang menurut tingkat pendidikan, karakteristik pedagang menurut pengalaman berusahatani dan karakteristik pedagang menurut jumlah tanggungan keluarga.

A. Karakteristik Pedagang Menurut Kelompok Umur

Umur merupakan salah satu yang mempengaruhi pedagang dalam cara befikir serta kemampuan fisiknya, petani yang tua memiliki pengalaman dan sangat berhati-hati dalam bertindak dari yang umurnya lebih muda. Karakteristik pedagang menurut kelompok umur dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Karakteristik Pedagang Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Umur Pedagang	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	35	1	11,11
2	37	1	11,11
3	42	1	11,11
4	51	1	11,11
5	55	2	22,22
6	56	1	11,11
7	60	1	11,11
8	66	1	11,11
Jumlah		9	100

Berdasarkan Tabel 15 diatas dapat dijelaskan bahwa umur pedagang di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu diantara 35-66 tahun dengan rata-rata 50 tahun. Kelompok umur tersebut menunjukkan bahwa semua pedagang dalam usia produktif, sebagaimana kita ketahui bahwa batas usia produktif adalah 15-54 tahun (Simanjuntak dalam yasin, 2003).

B. Karakteristik Pedagang Menurut Tingkat Pendidikan

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang. Seperti yang dikemukakan oleh Mosher (1987) bahwa

pendidikan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya. Karakteristik pedagang berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Karakteristik Pedagang Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Tingkat pendidikan	Jumlah jiwa	Persentase (%)
1	SD	3	33,33
2	SMP	2	22,22
3	SMA	4	44,44
Jumlah		9	100

Berdasarkan Tabel 16 dapat diperoleh tingkat pendidikan yang paling dominan adalah yang tamatan SMA sebanyak 4 jiwa atau sebesar 44,44%, yang kedua pedagang yang tamatan SD sebanyak 3 jiwa atau sebesar 33,33% dan pedagang yang tamatan SMP sebanyak 2 jiwa atau 22,22%. Dapat disimpulkan bahwa pedagang yang menjual kelapa sawit tidak ada yang tidak sekolah dan sudah mengerti gunanya pendidikan walau hanya tamatan SMA.

C. Karakteristik Pedagang Menurut Pengalaman Berdagang

Pengalaman berusaha merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal. Karakteristik pedagang berdasarkan lama berdagang disajikan di Tabel 17.

Tabel 17. Karakteristik Pedagang Berdasarkan Lama Berdagang di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019.

No	Pengalaman Berdagang (Tahun)	Jumlah Jiwa	Persentase (%)
1	6-11	4	44,44
2	12-17	2	22,22
3	18-23	2	22,22
4	24-29	0	0
5	30-35	1	11,11
Jumlah		9	100

Berdasarkan Tabel 17 dapat dilihat bahwa pengalaman berdagang di Kecamatan Tandun ini sudah tergolong lama, dimana pengalaman berdagang

paling banyak yaitu pada 6-11 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 44,44% dan diikuti 12-17 dan 18-23 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 22,22% dan pedagang yang memiliki pengalaman 30-35 tahun sebanyak 1 orang atau 11,11%. Pengalaman berdagang erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berdagang maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki yang secara langsung akan mempengaruhi penjualan dan pendapatan pedagang tersebut.

D. Karakteristik Pedagang Menurut Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga secara langsung akan mempengaruhi terhadap tingkat pendapatan per kapita dalam keluarga. Makin besar anggota keluarga makin besar pula beban yang harus dipikul oleh kepala keluarga dalam memenuhi kebutuhan hidup anggotanya.

Tabel 18. Karakteristik Pedagang Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019

No	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	3	2	22,22
2	4	2	22,22
3	5	3	33,33
4	6	1	11,11
5	7	1	11,11
Jumlah		9	100

Berdasarkan Tabel 18 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang kelapa sawit di Kecamatan Tandun mempunyai jumlah anggota keluarga dengan rata-rata 3,6 yang terbanyak 5 anggota keluarga yaitu sebanyak 3 jiwa atau 33,33% diikuti dengan anggota keluarga 3 dan 4 yang berjumlah sama-sama 2 jiwa atau 22,22% dan anggota keluarga 6 dan 7 berjumlah sama-sama 1 jiwa atau 11,11%. Dalam hal ini, jumlah anggota keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar anggota keluarga, maka

semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya.

5.2. Penggunaan Sarana Produksi, Biaya Produksi, Produksi Pendapatan dan Efisiensi

5.2.1. Penggunaan Sarana Produksi

Sarana produksi merupakan sarana atau unsur-unsur produksi dalam setiap usaha. Pada usahatani kelapa sawit sarana produksi sangat menentukan produksi yang dihasilkan. Adapun sarana produksi yang digunakan adalah lahan, pupuk, peralatan dan tenaga kerja.

A. Lahan

Luas lahan akan mempengaruhi besarnya tingkat kepemilikan terhadap teknologi. Semakin luas lahan yang digunakan maka semakin banyak pula tenaga kerja dan teknologi yang dibutuhkan untuk menggarap lahan tersebut. Luas lahan petani kelapa sawit didaerah penelitian bervariasi dari 1 hingga 6 hektar dengan rata-rata 2,70 hektar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 3 dan Tabel 19.

Tabel 19. Luas Lahan Garapan Petani Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019

No	Luas Lahan Garapan (hektar)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	1-2	32	59,25
2	3-4	16	29,62
3	5-6	6	11,11
	Jumlah	54	100

Tabel 19 dapat dilihat bahwa petani kelapa sawit yang memiliki lahan garapan 1 hingga 2 ha merupakan yang terbanyak yaitu 32 jiwa atau 59,25%. Kemudian diikuti luas garapan 3 hingga 4 ha yaitu 16 jiwa atau 29,62%. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa luas lahan garapan petani kelapa sawit tergolong sedang.

B. Pupuk

Pupuk merupakan salah satu faktor produksi yang peranannya sangat besar terhadap kesuburan tanah, dalam meningkatkan produksi. Sebab tujuan pemupukan adalah untuk menambah unsur hara tanaman didalam tanah sehingga kebutuhan unsur hara akan terpenuhi.

Untuk memperoleh hasil produksi yang baik tanaman kelapa sawit membutuhkan unsur hara yang cukup. Pupuk merupakan senyawa kimia yang mengandung unsur hara yang sangat dibutuhkan tanaman. Pemberian pupuk dengan cara dosis, jenis dan waktu yang tepat akan dapat meningkatkan produksi tanaman kelapa sawit. Untuk lebih jelasnya mengenai rata-rata penggunaan pupuk pada usahatani kelapa sawit di Kecamatan Tandun dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Rata-rata Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Kelapa Sawit (Kg/Ha/Tahun) di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019.

No	Jenis Saprodi	Jumlah (Kg/Ha/Tahun)	Jumlah (Kg/Garapan/Tahun)	Anjuran (Kg/Ha/Tahun)
1	Urea	178,23	480,56	225-450
2	KCl	133,92	361,11	225-300
3	NPK	62,84	169,44	225-300
4	Dolomit	186,47	502,78	-
5	TSP	57,72	155,65	100-225
6	Phonska	11,67	31,48	100-225

Penggunaan pupuk Urea dengan rata-rata sebanyak 178,23 kg/garapan, pupuk KCl rata-rata sebanyak 133,92 kg/garapan, pupuk NPK dengan rata-rata sebanyak 62,84 kg/garapan, pupuk Dolomit rata-rata sebanyak 186,47 kg/garapan dan TSP sebanyak 57,72 kg/garapan serta Phonska 11,67 kg/garapan. Bila kita

melihat dosis yang dianjurkan oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Riau, menunjukkan bahwa penggunaan pupuk pada usahatani kelapa sawit di daerah tersebut belum sesuai dengan yang dianjurkan, karena penggunaan pupuk yang digunakan petani masih berada dibawah kisaran yang ditetapkan oleh Dinas Pertanian dan Perkebunan Provinsi Riau .

C. Herbisida

Herbisida merupakan salah satu sarana produksi yang digunakan untuk pemberantasan gulma yang terdapat pada usahatani kelapa sawit, herbisida digunakan untuk mengurangi resiko kegagalan dalam usaha pertanian yang disebabkan oleh serangan gulma.

Di daerah penelitian tindakan pengendalian yang sering dilakukan adalah dengan penggunaan herbisida. Herbisida yang digunakan petani adalah Raun-Up, Gromoxon dan Supertox. Herbisida tersebut digunakan untuk memberantas gulma yang mengganggu tanaman kelapa sawit di area kebun kelapa sawit, yang merupakan saingan dalam memperoleh unsur hara. Gulma juga bisa menimbulkan suasana lingkungan kebun yang lembab dapat menyebabkan datangnya hama dan penyakit pada tanaman kelapa sawit. Jumlah rata-rata penggunaan herbisida yang digunakan petani sampel adalah Raun-Up 1,67 liter/ha/tahun, Gromoxon dengan rata-rata pemakaian 1,49 liter/ha/tahun dan Supertox dengan rata-rata pemakaian 0,81 liter/ha/tahun.

D. Penggunaan Alat-alat Pertanian

Alat yang digunakan petani kelapa sawit adalah parang babat, angkong, handsprayer, tojok, piber, egrek, batu asa, sepatu bot, mesin babat, keranjang. Alat-alat tersebut tidak habis dalam sekali pakai/penggunaan, oleh karena itu yang

dihitung ke dalam biaya produksi adalah nilai penyusutan alat. Untuk lebih jelasnya penggunaan alat dapat dilihat pada Tabel 21 dan lampiran 6.

Tabel 21. Distribusi Rata-Rata Penggunaan Peralatan Pada Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019

No	Jenis alat	Jumlah unit
1	Parang Babat	1
2	Angkong	1
3	Handsprayer	1
4	Tojok	1
5	Piber	1
6	Egrek	1
7	Batu Asa	1
8	Sepatu bot	2
9	Keranjang	1

Berdasarkan Tabel 20 petani dalam berusahatani kelapa sawitnya rata-rata memiliki parang babat 1 unit, angkong rata-rata sebanyak 1 unit, handsprayer rata-rata sebanyak 1 unit, tojok rata-rata sebanyak 1 unit, piber rata-rata sebanyak 1 unit, egrek rata-rata sebanyak 1 unit, batu asa rata-rata sebanyak 2 unit, sepatu bot rata-rata sebanyak 1 unit dan keranjang rata-rata sebanyak 1 unit.

E. Penggunaan Tenaga Kerja

Dalam usahatani kelapa sawit didaerah penelitian umumnya dikelola oleh petani sendiri, ia sebagai manager dan sebagai tenaga kerja. Ketersediaan tenaga kerja yang cukup dalam suatu kegiatan usahatani sangat diperlukan, karena tanpa adanya tenaga kerja yang cukup akan menghambat jalannya proses produksi.

Berdasarkan sumber tenaga kerja dapat dikelompokan sebagai tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) dan tenaga kerja luar keluarga (TKLK). Tenaga kerja yang digunakan petani untuk mengelola usahatani kelapa sawit tenaga kerja pria yang berasal dari dalam keluarga dan luar keluarga dengan satuan hari kerja pria

(HKP). Waktu kerja untuk satu hari kerja adalah 8 jam. Penggunaan tenaga kerja sampel disajikan pada Tabel 22.

Tabel 22. Rata-rata Penggunaan Tenaga Kerja Menurut Tahapan Kerja Pada Usahatani Kelapa Sawit (HKP/Ha/Tahun) di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu, Tahun 2019

No	Kegiatan	TKDK	TKLK	Jumlah
1	Penunasan	1,66	4,19	5,85
2	Penyemprotan	1,31	1,79	3,10
3	Pembabatan	0,60	2,56	3,16
4	Pemupukan	0,60	0,40	1,00
5	Pemanenan	0,38	10,85	11,23
	Jumlah	4,55	19,79	24,34

Alokasi penggunaan tenaga kerja rata-rata sebanyak 24,34 HKP/ha/tahun yang terdiri dari tenaga kerja keluarga sebanyak 4,55 HKP/ha/tahun dan tenaga kerja luar keluarga 19,79 HKP/ha/tahun. Berdasarkan Tabel 22 dapat dilihat bahwa penggunaan tenaga kerja dalam keluarga lebih sedikit dibandingkan tenaga kerja luar keluarga. Penggunaan tenaga kerja luar keluarga disebabkan karena usahatani kelapa sawit membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak, sedangkan ketersediaan tenaga kerja dalam keluarga tidak mencukupi untuk usaha budidaya kelapa sawit.

Dari beberapa kegiatan yang dilakukan pada usahatani kelapa sawit, terlihat bahwa alokasi tenaga kerja yang terbanyak adalah untuk pemanenan yakni sebanyak 11,23 HKP/ha/tahun, kemudian yang terendah adalah untuk pemupukan sebanyak 1,00 HKP/ha/tahun.

5.2.2. Biaya Produksi Kelapa Sawit

Biaya adalah semua ongkos yang dikeluarkan untuk menjalankan suatu usaha. Besarnya penggunaan sarana produksi dalam suatu usahatani akan mempengaruhi besarnya biaya yang dikeluarkan, sekaligus pendapatan yang akan

diperoleh petani. Dalam usahatani kelapa sawit yang termasuk biaya tetap adalah; biaya penyusutan alat. Sedangkan biaya tidak tetap atau biaya variabel merupakan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan tergantung besar kecilnya usaha yang dilakukan. Adapun biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam proses usahatani kelapa sawit yang meliputi biaya pupuk, pestisida dan tenaga kerja. Untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan dalam usahatani kelapa sawit di Kecamatan Tandun dapat dilihat pada Tabel 24 dan Lampiran 7.

Tabel 24. Biaya, Produksi, Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Kelapa Sawit di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2019

No	Uraian	Jumlah (Unit/Ha)	Nilai (Rp/Ha)	%
A	Biaya variabel			
1	Pupuk :			
	Urea (kg)	178,23	2.787.222,22	14,85
	KCl(kg)	133,92	2.058.333,33	10,97
	NPK(kg)	62,84	1.287.777,78	6,86
	Dolomit(kg)	186,47	502.777,78	2,68
	TSP(kg)	57,72	965.018,52	5,14
	Poska(kg)	11,67	110.185,19	0,58
2	Pestisida (Ltr)			
	Roundap (Ltr)	1,67	337.037,04	1,79
	Gromoxon(Ltr)	1,49	266.666,67	1,42
	Supertox(Ltr)	0,81	163.333,33	0,87
3	Tenaga kerja :			
	TKDK (HKP)	4,55	4.818.384,26	26,23
	TKLK (HKP)	19,8	5.070.763,89	27,03
	Jumlah Biaya Variabel		18.367.500,01	98,46
B	Biaya Tetap			
	Penyusutan Alat		390.019,86	2,07
	Total Biaya Produksi		18.757.519,86	100
C	Produksi (Kg/Ha)	60.276		
D	Harga (Rp/Kg)		869.35	
E	Pendapatan			
1	Pendapatan Kotor (Rp)		54.114.666,67	
2	Pendapatan Bersih(Rp)		35.357.146,81	
F	RCR		2,80	

Tabel 24 menjelaskan rata-rata penggunaan biaya tetap pada usahatani kelapa sawit adalah sebesar Rp 390.019,86/ha/tahun atau sebesar 2,07% dari total biaya produksi, sedangkan biaya variabel Rp 18.367.500,01 atau sebesar 98,46% dari total biaya usahatani kelapa sawit.

Pada Tabel 24 terlihat bahwa rata-rata biaya produksi pada usahatani kelapa sawit adalah sebesar Rp 18.757.519,86/ha/tahun. Dari total biaya produksi tersebut, biaya tenaga kerja luar keluarga merupakan biaya terbesar yaitu Rp 5.070.763,89 (27,03%), sedangkan biaya produksi terendah adalah pupuk yaitu poska hanya Rp 110.185,19 (0,87%).

5.2.3. Produksi Kelapa Sawit

Produksi merupakan hasil akhir dalam setiap proses produksi yang dilakukan. Petani akan mengalokasikan faktor produksi seefisien dan seefektif mungkin untuk memperoleh produksi yang optimum yang akan berdampak terhadap pendapatan petani kelapa sawit.

Panen kelapa sawit yang dilakukan oleh petani adalah 2 kali dalam sebulan. Jumlah produksi yang dihasilkan oleh petani berkisar dari 14.400 kg/ha/tahun sampai dengan 149.040 kg/ha/tahun dengan rata-rata 60.276 kg/ha/tahun. Produksi ini lebih tinggi dibandingkan dari hasil penelitian Anton (2017) dengan produksi rata-rata sebanyak 19.942,86 kg/ha/tahun. Tingginya produksi kemungkinan disebabkan karena perawatan yang lebih intensif seperti : melakukan pemupukan 3 kali dalam 1 tahun, melakukan perawatan gulma dengan tepat. Jumlah produksi kelapa sawit persampel disajikan pada Lampiran 8. Hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata harga produksi tandan buah segar kelapa

sawit adalah sebesar Rp 869,35/ kg pada saat penelitian. Harga TBS tertinggi yaitu Rp 1040/kg dan untuk harga TBS terendah yaitu Rp 800/kg.

5.2.4. Pendapatan Usahatani Kelapa Sawit

Pendapatan yang diterima oleh petani kelapa sawit merupakan imbalan jasa dari seluruh aktivitas yang dilakukan dalam proses usahatani kelapa sawit. Keuntungan yang diperoleh merupakan selisih antara nilai total produksi yang merupakan hasil penjualan tandan buah segar kelapa sawit sesuai dengan harga yang berlaku saat penelitian dengan biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Semakin besar total produksi yang dihasilkan dan semakin sedikit total biaya yang dikeluarkan, maka akan menghasilkan jumlah keuntungan yang besar.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa rata-rata pendapatan kotor usahatani kelapa sawit adalah sebesar Rp 54.114.666,67/ha/tahun. Total biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp 18.757.519,86/ha/tahun, pendapatan bersih petani sebanyak Rp 35.357.146,81/ha/tahun. Namun jika dibandingkan dengan hasil penelitian Yusar (2011) tidak berbeda jauh, dimana pendapatan rata-rata yang diterima adalah Rp 30.518.718,81/ha/tahun.

5.2.5. Efisiensi

Kinerja sebuah usahatani selain dilihat dari sisi pendapatan bersih, juga dapat diukur nilai efisiensi usaha pada kegiatan produksi tersebut, dengan menggunakan *Return Cost Of Ratio* (RCR), yaitu membandingkan antara penerimaan total dengan total biaya produksi yang dikeluarkan. Semakin besar RCR semakin besar pula keuntungan yang diperoleh petani.

Pada Tabel 24 juga dapat dilihat bahwa usahatani kelapa sawit didaerah penelitian diperoleh RCR sebesar 2,80. Hal ini berarti bahwa setiap Rp 1 biaya

yang dikeluarkan petani kelapa sawit akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp 2,80 atau pendapatan bersih 1,82. Hasil penelitian ini tidak berbeda jauh jika dibandingkan dengan hasil penelitian Anton (2017) yaitu sebesar 3,23 dengan demikian usahatani kelapa sawit ini layak untuk dikembangkan. Analisis efisiensi suatu usaha perlu memperhatikan faktor-faktor produksi yang digunakan oleh petani agar tercapainya tujuan yang diharapkan seperti keuntungan.

5.3. Pemasaran

5.3.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran hasil produksi kelapa sawit berupa tandan buah segar (TBS) yang dihasilkan oleh petani melalui pedagang pengumpul hingga sampai ke pabrik kelapa sawit (PKS).

Dari hasil penelitian didapatkan didapat bahwa pemasaran TBS kelapa sawit swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu terdiri dari dua saluran, saluran pertama petani menjual ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pabrik yang berada pada Kecamatan Tandun. Saluran berikutnya atau saluran kedua petani langsung menjual tandan buah segar ke pabrik kelapa sawit

Saluran I



Saluran II



Gambar 2. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu

Saluran I

Pada saluran pertama, petani menjual produksi kelapa sawit kepada pedagang pengumpul yang ada di Kecamatan Tandun tersebut secara individu. Penjualan dan pembelian ini dilakukan satu kali perdua minggu, untuk selanjutnya pedagang pengumpul menjual ke pabrik PTP N 5 Sei Tapung dan PT Langgak Inti Lestari yang terletak di Kecamatan Tandun. Saluran pertama dilakukan oleh masyarakat karena : (1) petani tidak memiliki alat transportasi untuk mengangkut TBS, (2) pedagang pengumpul langsung mengambil hasil panen petani kekebun, (3) keterbatasan modal, (4) bisa melakukan peminjaman uang dan mengutang pupuk.

Saluran II

Pada saluran pemasaran yang kedua ini petani kelapa sawit pola swadaya yang berada di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu ini menjual hasil produksinya langsung ke pabrik karena : (1) ketersediaan modal (untuk memiliki alat/mobil untuk pengangkutan buah), (2) keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan menjual kepedagang pengumpul, (3) harga yang lebih tinggi dibandingkan menjual kepedagang pengumpul. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa semakin panjang saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani itu maka akan semakin besar margin pemasaran yang akan diterima petani, namun untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar petani harus menjual TBS nya langsung ke pabrik.

5.3.2. Fungsi Pemasaran

Kegiatan pemasaran tidak hanya sekedar menjual barang/jasa, melainkan mencakup segala fungsi dan kegiatan yang luas. Berikut ini adalah fungsi pemasaran yang dilakukan petani, pedagang, dan pabrik dalam memasarkan TBS.

Tabel 25. Fungsi pemasaran TBS oleh petani, pedagang dan pabrik

No	Rincian	Petani	Pedagang	Pabrik
1	Penjualan	✓	✓	✓
2	Pembelian	-	✓	✓
3	Pengangkutan	-	✓	✓
4	Penyimpanan	-	✓	✓
5	Permodalan	✓	✓	✓
6	Penanggung Resiko	✓	✓	✓
7	Standarisasi dan Grading	-	✓	✓
8	Informasi Pasar	-	✓	✓

a. Fungsi Penjualan

Fungsi penjualan merupakan mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan. Berdasarkan Tabel 25 Pada kegiatan penjualan ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah petani, pedagang dan pabrik. Petani menjual TBS kepada pedagang dengan harga yang ditetapkan oleh pedagang tersebut, lalu pedagang menjualnya kepada pabrik kemudian pabrik mengolah TBS tersebut menjadi CPO dan menjualnya lagi ke luar negeri.

b. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian yaitu perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi. Pada kegiatan pembelian ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah pedagang dan pabrik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 25. Pedagang membeli TBS dari petani dengan mengangkut seluruh TBS petani dari berbagai daerah dan mengumpulkan, lalu pabrik membeli TBS yang dijual pedagang saat mereka membawanya ke pabrik tersebut.

c. Fungsi Pengangkutan

Fungsi pengangkutan, yaitu Bergeraknya atau perpindahan TBS dari tempat petani atau tempat penampungan TBS oleh petani menuju tempat penjualan dimana TBS tersebut akan di manfaatkan. Pada kegiatan pembelian ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah pedagang dan pabrik. Pedagang dan pabrik membeli dan menjual TBS dengan menanggung biaya pengangkutan sendiri. Pedagang melakukan kegiatan pengangkutan mulai dari saat membeli TBS petani sampai menjualnya ke pabrik, sedangkan pabrik melakukan kegiatan pengangkutan mulai dari saat pedagang menjual ke PKS lalu PKS mengelola dan setelah menjadi CPO untuk menjualnya kembali masih melakukan pengangkutan.

d. Fungsi Penyimpanan

Fungsi penyimpanan, yaitu menahan TBS selama jangka waktu tertentu untuk dijual kembali. Dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan tempat dan waktu. TBS disimpan untuk sementara waktu sampai TBS terkumpul semua ataupun PKS menerima semua TBS yang dijual pedagang. Sementara itu, kegiatan penyimpanan yang dilakukan oleh pabrik adalah menyimpan TBS yang telah diolah menjadi CPO jika semuanya tidak dapat terjual dalam satu kali proses produksi. Dalam kegiatan penyimpanan pelaku-pelaku yang terlibat adalah pedagang dan pabrik

e. Fungsi Permodalan

Fungsi pemodal, yaitu mencari dan mengurus modal atau uang yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dan arus barang dari sektor produksi sampai sektor konsumsi. Dalam kegiatan permodalan pelaku-pelaku yang terlibat adalah petani, pedagang dan pabrik. Petani membutuhkan modal dalam penggunaan atau

memperoleh faktor produksi ataupun sarana produksi. Sedangkan permodalan pada pedagang yaitu digunakan untuk biaya membeli peralatan dalam kegiatan pemasaran, biaya transportasi, biaya makan, bongkar muat dan lain-lain, begitu juga dengan permodalan pabrik digunakan untuk semua kegiatan yang ada di pabrik tersebut seperti pengangkutan, pembelian, pengolahan dan lain-lain.

f. Fungsi Penangungan Resiko

Pada kegiatan penangungan resiko ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah petani, pedagang, dan pabrik. Petani harus menerima kerugian jika tanaman yang mereka pelihara produksinya tidak banyak selain itu pedagang memberikan harga yang murah karena mutu TBS yang rendah dan lain sebagainya. Penangungan resiko yang dihadapi pedagang adalah apabila dalam pengangkutan TBS terjadi permasalahan saat di jalan menuju pabrik ataupun TBS tidak terjual semua sehingga ada yang busuk dan lainnya. Sedangkan penangungan resiko yang dihadapi pabrik adalah harga CPO dunia turun akan mempengaruhi terhadap penjualan CPO maupun mutu TBS yang rendah sehingga kualitas CPO juga rendah.

g. Fungsi Standarisasi Dan Grading

Pada kegiatan standarisasi atau grading ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah pedagang dan pabrik. Standarisasi dan grading dilakukan dengan cara pengkelasan, yakni TBS dibagi kedalam beberapa tingkatan sesuai dengan tujuan pengolahan TBS di pabrik. Perbedaan grade ini akan menyebabkan perbedaan produksi olahan TBS yang dihasilkan dan akan berpengaruh terhadap harga jual. Disini fungsi standarisasi dan grading tidak termasuk kedalam obyek penelitian karena fungsi ini dilakukan oleh pabrik dalam pengolahan TBS.

h. Fungsi Informasi Pasar

Pada kegiatan Informasi Pasar ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah pedagang dan pabrik. Fungsi informasi pasar, yaitu suatu tindakan-tindakan lapangan yang mencakup; pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana dan kebijakan pedagang yang bersangkutan. Jika terjadi perubahan harga dipabrik, maka pabrik akan langsung memberitahu kepada pedagang, namun sebagian pedagang ada yang tidak memberikan informasi ini kepada petani, sehingga petani merasa dirugikan karena informasi yang tidak saling terbuka.

5.3.3. Biaya Pemasaran

Dalam proses pemasaran tandan buah segar tentunya berkaitan dengan pembiayaan. Adapun pembiayaan berarti mencari dan mengurus modal uang yang berkaitan dengan transaksi arus barang atau produk dari tangan distributor sampai ketangan konsumen. Saat melakukan pembiayaan suatu objek dalam proses sasaran pembiayaannya harus jelas. Dalam memasarkan TBS, setiap saluran pemasaran memerlukan berbagai macam biaya, adapun biaya-biaya tersebut antara lain: biaya bongkar muat, biaya transportasi, dan biaya makan.

Pemasaran dengan pola penjualan melalui pedagang pengumpul memberikan gambaran bahwa petani memperoleh keuntungan lebih sedikit dibandingkan pemasaran dengan pola langsung ke PKS. Hal ini juga terlihat dari perbedaan bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran pertama dan kedua. Perbedaan ini disebabkan oleh panjang pendeknya rantai pemasaran yang dilakukan oleh petani, dan ini terjadi karena adanya keterbatasan modal yang dimiliki petani swadaya dalam memasarkan hasil produksinya. Rata-rata biaya,

margin dan efisiensi pemasaran pada saluran I dan II disajikan pada Tabel 26 dan 27.

Tabel 26. Rata-rata Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran I

Saluran 1	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Petani Kelapa Sawit		
	Harga Jual TBS (Rp/Kg)	869,35	76,03
2	Pedagang Pengumpul (Toke)		
	1. Biaya Muat (Rp/Kg)	7	
	2. Biaya Bongkar (Rp/Kg)	20	
	3. Biaya Transportasi (Rp/Kg)	19	
	4. Biaya Makan (Rp/Kg)	11	
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	57	
	Harga Jual ke PKS (Rp/Kg)	1.143	23,97
	Margin Pemasaran	274	
	Keuntungan	217	
3	Pabrik Kelapa Sawit		
	Harga Beli Pabrik	1.143	
	Efisiensi Pemasaran	4,95	
	Total		100

Tabel 27. Rata-rata Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Pada Saluran II

Saluran II	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	1.143	100
	Biaya pemasaran		
	1. Biaya Muat (Rp/Kg)	10	
	2. Biaya Bongkar (Rp/Kg)	18	
	3. Biaya Transportasi (Rp/Kg)	10	
	4. Biaya Makan (Rp/Kg)	9	
	Total Biaya Pemasaran	47	
2	Harga Beli PKS	1.143	
	Efisiensi Pemasaran	4,12	

Dalam hal ini biaya pemasaran yang dikeluarkan saluran I adalah Rp 57/kg dan biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II adalah Rp 47/kg. Dimana biaya-biaya operasional tersebut adalah biaya muat, biaya bongkar, biaya transportasi dan biaya makan.

5.3.4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima petani dengan harga yang ditingkat pabrik. Berdasarkan Tabel 26 dapat dilihat bahwa margin di tingkat pedagang adalah Rp 274.

5.3.5. Farmer's Share

Farmer share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, umumnya dinyatakan dalam persentase. Dari Table 26 dan 27 *Farmer share* pada saluran I tingkat petani adalah 76,03% dari harga konsumen pabrik dan saluran ke II 100%. Ini berarti bagian yang diterima petani saluran II lebih besar dari saluran I.

5.3.6. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran. Berdasarkan Tabel 26 diperoleh keuntungan pemasaran TBS sebesar Rp 217. Artinya nilai tersebut menunjukkan pedagang mengalami keuntungan dalam usaha pemasaran TBS di daerah tersebut.

5.3.7. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan ukuran untuk melihat apakah pemasaran tersebut efisien. Untuk melihat tingkat efisiensi suatu pemasaran dapat dilihat dari rasio total biaya dengan total nilai produk. Apabila nilai rasio semakin besar, maka saluran/ rantai pemasaran yang digunakan tidak efisien. Berdasarkan Tabel 26 dan 27 dapat terlihat bahwa tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I adalah sebesar 4,95 dan saluran II adalah 4,12 hal ini menunjukkan saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran I.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan Analisis Usahatani Dan Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya di Kecamatan Tandun Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik umur petani di Kecamatan Tandun tergolong produktif dengan rata-rata 47,69 tahun, lama pendidikan 10,07 tahun, jumlah tanggungan keluarga 3,07 jiwa dan pengalaman 15,22 tahun. Sedangkan pedagang kelapa sawit berumur 50,25 tahun, pendidikan 9,33 tahun, pengalaman 17,77 tahun dan tanggungan keluarga 3,6 jiwa.
2. Penggunaan pupuk Urea sebanyak 178,23 kg/ha/tahun, pupuk KCl sebanyak 133,92 kg/ha/tahun, pupuk NPK sebanyak 62,84 kg/ha/tahun, pupuk Dolomit sebanyak 186,47 kg/ha/tahun, pupuk TSP sebanyak 57,72 kg/ha/tahun serta Phonska 11,67 kg/ha/tahun. Petani dalam berusahatani kelapa sawitnya memiliki parang babat 1 unit, angkong sebanyak 1 unit, handsprayer sebanyak 1 unit, tojok sebanyak 1 unit, piber sebanyak 1 unit, egrek sebanyak 1 unit, batu asa sebanyak 1 unit, sepatu bot sebanyak 2 unit dan keranjang sebanyak 1 unit. Alokasi penggunaan tenaga kerja sebanyak 24,34 HKP/ha/tahun yang terdiri dari tenaga kerja keluarga sebanyak 4,5 HKP/ha/tahun dan tenaga kerja luar keluarga 19.8 HKP/ha/tahun. Biaya produksi pada usahatani kelapa sawit adalah sebesar Rp 18.757.519,86/ha/tahun. Jumlah produksi yang dihasilkan oleh petani berkisar dari 14.400 kg/ha/tahun sampai dengan 149.040 kg/ha/tahun dengan rata-rata 60.276 kg/ha/tahun. Rata-Rata pendapatan kotor

usahatani kelapa sawit adalah sebesar Rp 54.114.666,67/ha/tahun. Pendapatan bersih petani sebanyak Rp 35.357.146,81/ha/tahun dan RCR sebesar 2,80.

3. Lembaga pemasaran yang terlibat antara lain : petani, pedagang pengumpul dan pabrik. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang antara lain: penjualan, pembelian, pengangkutan, permodalan, penyimpanan, penanggungan resiko, informasi pasar, standarisasi atau grading. Saluran pemasaran kelapa sawit yang dilakukan ada dua yaitu, saluran I: Petani - Pabrik. Saluran II: Petani - Pedagang Pengumpul - Pabrik. Rata-rata biaya pemasaran saluran I adalah 57 Rp/kg dan rata-rata biaya pemasaran saluran II sebesar 47 Rp/kg. Keuntungan pemasaran 217/kg. Margin pemasaran pedagang pengumpul sebesar Rp 274/kg. *farmer share* petani 76,03%. Pemasaran TBS di Kecamatan Tandun yang efisien adalah saluran II dimana dapat dilihat nilai efisiensi saluran II adalah 4,12.

6.2. Saran

Saran yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan bagi petani untuk terus mengembangkan usahatani kelapa sawit karena menurut hasil penelitian, usahatani kelapa menguntungkan dan berpotensi untuk terus dikembangkan
2. Petani diharapkan dapat mengikuti perkembangan informasi pasar guna menyikapi fluktuasi harga yang terjadi, informasi tersebut dapat diperoleh dari pedagang ataupun pabrik.
3. Bagi pemerintah terkait khususnya Dinas Pertanian dan Penyuluhan Pertanian agar memberikan penyuluhan yang intensif terhadap petani kelapa sawit sehingga petani yang menggunakan faktor produksi secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aicholas, W. 1995. Teori Mikro Ekonomi. Bima Pusara Aksara, Bandung.
- Anton, A. 2017. Analisis Usahatani dan Pemasaran Kelapa Sawit Petani Swadaya di Desa Air Putih Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau.
- Armelia, D. 2016. Analisis Manajemen Usahatani dan Pemasaran Tandan Buah Segar Perkebunan Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau. *Skripsi*. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau.
- Assauri. 1980. Manajemen Produksi. Penerbit FE-UI, Jakarta.
- Assauri, S. 1989. Pengantar Ekonomi Makro. FE-UI, Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2018. Direktori Perusahaan Perkebunan Sawit Indonesia. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Riau. 2014. Riau Dalam Angka. BPS Riau, Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik Riau. 2015. Riau Dalam Angka. BPS Riau, Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik Riau. 2016. Riau Dalam Angka. BPS Riau, Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik Riau. 2017. Riau Dalam Angka. BPS Riau, Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik Riau. 2018. Riau Dalam Angka. BPS Riau, Pekanbaru.
- Badan Pusat Statistik Rokan Hulu. 2014. Rokan Hulu Dalam Angka. Pasir Pangarayan.
- Badan Pusat Statistik Rokan Hulu. 2015. Rokan Hulu Dalam Angka. Pasir Pangarayan.
- Badan Pusat Statistik Rokan Hulu. 2016. Rokan Hulu Dalam Angka. Pasir Pangarayan.
- Badan Pusat Statistik Rokan Hulu. 2017. Rokan Hulu Dalam Angka. Pasir Pangarayan.
- Badan Pusat Statistik Rokan Hulu. 2018. Rokan Hulu Dalam Angka. Pasir Pangarayan.

- Darus., Saipul, B., dan Ujang, P. 2015. Analisis Ekonomi Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo, Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Dinamika Pertanian*. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau. Vol XXX : 171-176. Pekanbaru
- Fauzia, Y dan E Widyastuti Y. 2002. Kelapa Sawit, Budidaya-Pemanfaatan Hasil dan Limbah-Analisis Usaha dan Pemasaran Penebar Swadaya, Jakarta.
- Fauziah. 1991. Pengaruh Keadaan Social Ekonomi Petani Terhadap Keputusan Petani Dalam Penggunaan Sarana Produksi Universitas. Sumatra Utara Press, Medan.
- Fuad. 2006. Pengantar Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ginting, J. 1980. Bercocok Tanaman Kelapa Sawit. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hamid, A.K dan Taken. 1994. Tata Niaga Pertanian. Departemen Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian Institute Pertanian. Bogor.
- Hasyim, H. 2006. Produk Bibit. Fp-Usu Press, Medan.
- Hasyim, H. 2012. Teori-Teori Pemasaran. UI Press, Jakarta.
- Hernanto. 1991. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Indonesia-Investments. 2016. Minyak Kelapa Sawit. <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/minyak-sawit/item166>. Diakses pada 4 Januari 2019
- Jasni, Z. 1997. Perkebunan Karet Rakyat Khusus Jambi. Menara Perkebunan No 4. Bogor.
- Kartasapoetra. 1994. Teknologi Penyuluhan Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kiswanto, J.H. Purwanta, dan B. Wijiyanto. 2008. Teknologi Budidaya Kelapa Sawit. Balai Besar Pengkajian dan Pengembangan Teknologi Pertanian Lampung. Lampung.
- Kohls, R.L. dan Uhl J.N. 1985. Marketing of Agriculture Products. Sixth Edition. Mc Milan Publising Company. New York.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006. Manajemen Pemasaran, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Kotler, P. 1997. Manajemen Pemasaran Edisi Revisi PT Prehallindi. Jakarta.

- Krisnohardi, A. 2011. Analisis Pengembangan Lahan Gambut Untuk Tanaman Kelapa Sawit Kabupaten Kubu Raya. *J. Tek. Perkebunan & Psdl* Vol 1(1):1-7.
- Limbong, W. H dan Sitorus, P. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian. Institute Pertanian Bogor, Bogor.
- Lipsey, R.G. 1995. Pengantar Mikroekonomi. Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES, Jakarta.
- Mustafa, H. 2004. Teknik Perkebunan Kelapa Sawit. Adicita Karya Nusa, Yogyakarta.
- Moehar. 2001. Pengantar Ekonomi Pertanian. Bumi Aksara, Jakarta.
- Mosher, A.T. 1985. Getting Agriculture Moving. Menggerakkan dan Membangun Pertanian. Yasaguna. Jakarta. Diterjemahkan oleh Krisnandhi dan B. Samad.
- Napitupulu, A.H. 1989. Tataniaga Peternakan: Suatu Pengantar Sistem Koordinasi dan Pasar Berjangka. Jurusan Social Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan Pertanian IPB. Bogor.
- Nicholas, W. 2002. Mikro Ekonomi Intermediate dan Aplikasinya (Edisi Delapan). Erlangga, Jakarta.
- Noor, M., Thomson, S., dan Rulianda, P. W. 2017. Analisis Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah (*Allium ascalonicum* L.) (Studi Kasus : Desa Tongging, KecamatanMerek, Kabupaten Karo, Provinsi Sumatera Utara). Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Pahan, I. 2006. Kelapa Sawit Manajemen Agribisnis dari Hulu Hingga Hilir. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Priyitno, H. dan Lincon Arsyad. 1987. Petani Usahatani Organik. FE-UNS, Surakarta.
- Radiosunu. 1983. Manajemen Pemasaran. Suatu Pendekatan Analisis. BPFE, Yogyakarta.
- Rahayu, S. 2015. Manajemen Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Islam dan Al-Qur'an, [http://srirahayusekretaris.blogspot.com/2015/06/manajemen-pemasaran- ditinjau-dari.html](http://srirahayusekretaris.blogspot.com/2015/06/manajemen-pemasaran-ditinjau-dari.html). Diakses pada 12 Januari 2020

- Rahim. 2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahim. Abd. dan Hastuti. DRW. 2007. Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahmanta. 2017. Analisis Pemasaran Kelapa Sawit di Kabupaten Labuhan Batu Selatan. *Agrica Ekstensia*. 11 (1): 33-39.
- Rahmi, C., Thomson, S., dan Iskandarini. 2013. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jagung (Studi Kasus : Desa Pamah, Kecamatan Tanah Pinem, Kabupaten Dairi). Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara.
- Russel, Roberta S and Bernaed W. Taylor. 2003. Production and Operation Management: Focusing on Quality End Competitiveness. Prentice Hall. Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Saefuddin dan Hanafiah. 1986. Tata Niaga Hasil Perikanan. UI Press, Jakarta.
- Siradjuddin, I. 2015. Dampak Perkebunan Kelapa Sawit Terhadap Perekonomian Wilayah di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Agroteknologi*. 5(2):7-14.
- Soedarsono. 1992. Pengantar Ekonomi Perusahaan. PT Gramedia, Jakarta.
- Soekartawi. 1986. Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil. UI-Press, Jakarta.
- Soekartawai. 1988. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 1989. Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Rajawali Press, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- Soekartawi. 1994. Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasa Analisis Cobb-Douglas Edisi 1. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), Jakarta.
- Soekartawi. 1999. Agribisnis Teori Aplikasinya. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Teori Ekonomi Produksi Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cobb-Douglas. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soepomo. 1997. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Soetrisno. 2006. Pengantar Ilmu Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Edisi Pertama. UUM Press. Penerbitan Universitas Brawijaya Malang, Malang.
- Sumartono, E., Melly, S., Redy, B., dan Agus . 2018. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kecamatan Putri Hijau, Kabupaten Bengkulu Utara. *Agraris: Jurnal of Agribusiness and Rural Development Research*. 4(1):28-35.
- Supranto. 2000, Statistik (Teori dan Aplikasi), Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta.
- Suratijah, K. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Syahza, A. 2011. Percepatan Ekonomi Pedesaan Melalui Pembangunan Perkebunan Kelapa Sawit. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.12(2):297-310.
- Tibrani. 2015. Analisis Sistem Pemasaran Ikan Patin Segar Desa Koto Masjid Ke Daerah Tujuan Pemasaran. *Jurnal Dinamika Pertanian*. Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Vol: 30 No: 3 (273-282). Pekanbaru
- Tohir. 1983. Usahatani Indonesia. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tohir. 1991. Seuntai Pengetahuan Mengenai Usahatani Indonesia. Bina Aksara, Jakarta.
- Vadamecum, 2000. Budidaya Kelapa Sawit. Perusahaan Terbatas Nusantara, V. Pekanbaru.
- Yusar, A. 2011. Analisis Pendapatan Usahatani Kelapa Sawit Berdasarkan Umur Tanaman di Desa Petapahan Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau.