

**ANALISIS PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS)
KELAPA SAWIT PETANI SWADAYA
DI KECAMATAN BAGAN SINEMBAH
KABUPATEN ROKAN HILIR**

OLEH

EDISON G. SAMOSIR
154210461

SKRIPSI

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



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

**ANALISIS PEMASARAN TANDAN BUAH SEGAR (TBS)
KELAPA SAWIT PETANI SWADAYA
DI KECAMATAN BAGAN SINEMBAH
KABUPATEN ROKAN HILIR**

SKRIPSI

**NAMA : EDISON G. SAMOSIR
NPM : 154210461
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS**

**KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN
KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 15
SEPTEMBER 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

Ir. H. TIBRANI, M.Si

**DEKAN FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**



Dr. Ir. Hj. SITI ZAHRAH, MP

**KETUA PROGRAM STUDI
AGRIBISNIS**



SISCA VAULINA, SP., MP

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

TANGGAL 15 SEPTEMBER 2020

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Ir.H. Tibrani, M.Si	Ketua	
2	Ir. Hj. Septina Elida, M.Si	Anggota	
3	Khairizal, SP., M.MA	Anggota	
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, yang berjudul “ Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam semua penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan Ibu Sisca Vaulina, SP., MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Islam Riau.
2. Bapak Ir.H. Tibrani, M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa memberikan arahan, membimbing, memberikan motivasi pada Penulis dalam memperbaiki dan menyelesaikan Skripsi.
3. Bapak Khairizal, SP., M.MA selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan motivasi mengenai hal-hal akademik.
4. Seluruh dosen Pertanian khususnya dosen program studi Agribisnis Universitas Islam Riau yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat Penulis, yang mana telah memberikan banyak ilmu dan mendidik Penulis dengan penuh kesabaran.
5. Terkhusus kepada orang tua saya yang teramat kuhormati. Mamak (Netty Pasaribu) yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, doa, cinta kasih

dan dukungan baik berupa moril dan materil selama ini hingga Penulis dapat meraih gelar sarjana Pertanian.

6. Terimakasih kepada keempat abang saya, Nimrot Samosir, Hengky Yustoni Samosir, SP, Bisker Samosir S.Pd, dan Baginda Raya Samosir serta kakak saya Roselina Samosir S.Pd dan kedua adik saya Joel Samosir, Rustam Samosir yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis.
7. Terimakasih kepada teman spesial saya, Sartika Aruan yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada Penulis.
8. Terimakasih kepada teman-teman kostku, Rahman Tua Haloho, Philippus Aritonang SP, Kiel Sinaga, Mikael Supriadi Hutajulu SP, Krisman Wiranto SP serta teman lainnya yang tidak sebut satu persatu yang telah memberikan semangat dan mewarnai kehidupan selama di Perantauan.
9. Dan untuk semua pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung yang membantu Penulis dalam menyusun Skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu Penulis harapkan demi kebaikan Skripsi ini. Dan semoga dengan karya ini dapat membuahkan hasil yang baik serta bermanfaat bagi orang lain, Aminn.

RIWAYAT PENULIS



Edison G. Samosir, lahir di Balam Sempurna Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau pada tanggal 30 September 1996, adalah anak ke-6 (enam) dari 8 (delepan) bersaudara dari pasangan Bapak Betahim Samosir (+) dan Ibu Netty Pasaribu. Pada tahun 2009 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 016 Balam Sempurna Kecamatan Bagan Sinembah, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 7 Balam Sempurna Kecamatan Bagan Sinembah dan lulus pada tahun 2012. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 2 Bagan Batu Kecamatan Bagan Sinembah dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dan lulus pada tahun 2015. Tahun 2015 diterima di Universitas Islam Riau (UIR) dengan jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian melalui jalur Seleksi Berbasis Ujian Bersama Masuk UIR.

Penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”. Pada tanggal 15 September 2020 penulis melakukan ujian Komprehensif dan dinyatakan lulus ujian dan berhak mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian (SP).

ABSTRAK

Edison G. Samosir (154210461). Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Di Bawah Bimbingan Bapak Ir. Tibrani, M.Si Selaku Pembimbing.

Kelapa sawit merupakan tanaman komoditas perkebunan yang cukup penting di Indonesia dan masih memiliki prospek pengembangan yang cukup cerah, baik berupa bahan mentah, maupun hasil olahannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) karakteristik petani dan pedagang tandan buah segar, (2) saluran dan lembaga serta fungsi pemasaran TBS, (3) dan biaya, margin, keuntungan, *farmer's share*, serta efisiensi pemasaran TBS. Penelitian ini dilaksanakan yaitu dari bulan Maret 2020 sampai September 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur petani kelapa sawit swadaya rata-rata 47,08 dan pedagang pengumpul (Toke) 43,40 tahun serta pedagang besar (Ram) 43,50 tahun. Pendidikan petani rata-rata 10,38 tahun dan pedagang pengumpul (Toke) 11,4 tahun serta pedagang besar (Ram) 12,00 tahun. Pengalaman berusahatani petani swadaya rata-rata 8,75 tahun dan pengalaman berusaha pedagang pengumpul (Toke) 6,6 tahun serta pedagang besar (Ram) 4,50 tahun. Serta jumlah tanggungan keluarga petani sawit swadaya rata-rata 4,03 jiwa dan pedagang pengumpul (Toke) 3,4 jiwa serta pedagang besar (Ram) 3,00 jiwa. Terdapat dua saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir, yaitu: saluran I. Petani → Pedagang Pengumpul (Toke) → Pedagang Besar (Ram) → Pabrik. Saluran II. Petani → Pedagang Besar (Ram) → Pabrik. Fungsi pemasaran yang dilakukan adalah fungsi pertukaran (penjualan dan pembelian), fungsi fisik (penyimpanan dan pengangkutan), serta fungsi fasilitas (standarisasi, penanggungan resiko, permodalan dan informasi pasar). Biaya pemasaran saluran I pada pedagang pengumpul (Toke) Rp. 30,09/Kg dan pedagang besar (Ram) Rp. 34,17/Kg maka saluran I sebesar Rp. 64,26/Kg dan saluran II sebesar Rp. 56,11/Kg dimana petani swadaya 21,94 Rp/Kg dan pedagang besar (Ram) 33,17 Rp/Kg. Margin saluran I pada pedagang pengumpul (Toke) Rp 167/Kg dan pedagang besar (Ram) Rp 90,00/Kg maka jumlah saluran I sebesar Rp. 250 serta keuntungan saluran 1 pada pedagang pengumpul Rp 137/kg, pedagang besar Rp 55,83/Kg dan keuntungan saluran II Pedagang Besar (Ram) 55,83 Rp/Kg serta efisiensi saluran I sebesar 5,28% dan saluran II sebesar 4,59%. Dari kedua saluran pemasaran tersebut, saluran II lebih efisien dibandingkan saluran 1 sehingga petani dapat memaksimalkan penjualan pada saluran II agar tercapai sistem pemasaran yang lebih efisien.

Kata Kunci : Pemasaran, (TBS) Petani Swadaya, Bagan Sinembah, Rokan Hilir

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, yang berjudul “ Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”

Penulis mengucapkan terimakasih kepada bapak Ir.Tibrani, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran maupun tenaga dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam persiapan hingga selesai penyusunan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah berupaya semaksimal mungkin untuk mencapai hasil terbaik. Penulis menyadari masih banyak terdapat kesalahan-kesalahan yang tidak disengaja dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Pekanbaru, November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ISI	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Karakteristik Petani.....	11
2.1.1. Umur	11
2.1.2. Tingkat Pendidikan	12
2.1.3. Pengalaman Berusahatani	12
2.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga	13
2.2. Kelapa Sawit	14
2.3. Pemasaran	19
2.3.1. Pengertian Pemasaran	19

2.3.2. Pengertian Pemasaran Dalam Perspektif Islam	22
2.3.3. Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran	24
2.3.4. Fungsi Pemasaran	26
2.3.5. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> , serta Efisiensi Pemasaran	30
2.3.5.1. Biaya Pemasaran	30
2.3.5.2. Margin Pemasaran	30
2.3.5.3. Keuntungan	32
2.3.5.4. <i>Farmer's Share</i>	32
2.3.5.5. Efisiensi Pemasaran	33
2.4. Penelitian Terdahulu	33
2.5. Kerangka Pemikiran	40
III. METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Metode, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	42
3.2. Teknik Pengambilan Sampel	42
3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	43
3.4. Konsep Operasional	44
3.5. Analisis Data	46
3.5.1. Analisis Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya.....	46
3.5.2. Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran, Fungsi Pemasaran	46
3.5.3. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan, <i>Farmer's Share</i> serta Efisiensi Pemasaran	47
3.5.3.1. Biaya Pemasaran	47
3.5.3.2. Margin Pemasaran	48

3.5.3.3. Keuntungan Pemasaran	48
3.5.3.4. <i>Farmer's Share</i>	49
3.5.3.5. Efisiensi Pemasaran	49
IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN	51
4.1. Geografi dan Topografi.....	51
4.2. Keadaan Penduduk	52
4.2.1. Jumlah Penduduk	52
4.2.2. Pendidikan Penduduk	52
4.2.3. Mata Pencaharian	53
4.2.4. Sarana dan Prasarana	54
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	57
5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang	57
5.1.1. Umur	57
5.1.2. Tingkat Pendidikan	60
5.1.3. Jumlah Tanggungan Keluarga	61
5.1.4. Pengalaman Berusahatani	63
5.2. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit	64
5.2.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran	64
5.2.2. Fungsi Pemasaran	67
5.2.3. Biaya Pemasaran	72
5.2.4. Margin Pemasaran	75
5.2.5. <i>Farmer's Share</i>	75
5.2.6. Keuntungan Pemasaran	75
5.2.7. Efisiensi Pemasaran	76

VI. KESIMPULAN DAN SARAN	77
6.1. Kesimpulan	77
6.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	83
Dokumentasi	88



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Lahan Kelapa Sawit dan Produksi Menurut Provinsi di Riau 2017	2
2. Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Kelapa Sawit Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Riau 2017	3
3. Luas Lahan Produksi dan Produktivitas Perkebunan Tanaman Kelapa Sawit Menurut Kecamatan di Kabupaten Rokan Hilir 2017	4
4. Persentase Menurut Yount	43
5. Distribusi Sampel Penelitian	43
6. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir	52
7. Didtribusi Jumlah Penduduk Menurut Tinggi Pendidikan Di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir	53
8. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir	54
9. Jumlah Sarana dan Prasarana di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir	55
10. Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Berusahatani Petani dan Pedagang TBS Kelapa Sawit, Tahun 2019	59
11. Fungsi-fungsi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit diKecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir Tahun 2019.....	68
12. Analisis Rata-rata, Margin dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya Pada Saluran I di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Tahun 2019	73

13. Analisis Rata-rata Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya Pada Saluran II di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 74



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Kerangka Pemikiran	41
2. Saluran I Pemasaran Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadayadi Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 2019	83
2 Karakteristik Pedagang Pengumpul (Toke) Tandan Buah Segar (Saluran I)	85
3 Karakteristik Pedagang Besar (Ram) Tandan Buah Segar	85
4 Distribusi Biaya pemasaran TBS/Kg Oleh Pedagang Pengumpul (Toke) Tandan Buah Segar (Saluran I)	86
5 Distribusi Biaya Pemasaran TBS/Kg Oleh Pedagang Besar (Ram) Tandan Buah Segar (Saluran I)	86
6. Distribusi Biaya Pemasaran TBS/Kg Oleh Petani ke Pedagang Besar (Ram) (Saluran II)	8

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 industri minyak goreng, mentega dan sabun. (Indonesia-Investment, 2016)

Sesuai dengan target dari pembangunan perkebunan kelapa sawit yang ditetapkan oleh dinas Perkebunan Provinsi Riau (2010) diharapkan pendapatan petani rata-rata mencapai \$ 2,00.00 per KK/tahun. 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 2017 Provinsi penghasil kelapa sawit tahun 2017 disajikan pada Tabel 1.

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

No	Provinsi	Luas Lahan		Produksi	
		Ha	%	Ton	%
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	Sumatera 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	Sumatera 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	Sumatera Barat	370.079	3,49	1.225.814	4,00
Jumlah		10.825.167	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% dan memiliki produksi kelapa sawit tertinggi yaitu sebesar 8.721.148 ton atau 25,22%. Sedangkan luas lahan terendah adalah Sumatera Barat yaitu 370.079 hektar atau 3,49% dengan produksi sebesar 1.225.814 ton atau 4%. Luas lahan akan mempengaruhi jumlah produksi jika didukung dengan saprodi yang tepat dan jumlah yang cukup. Kelapa sawit merupakan salah satu komoditas penting dan strategis di Kabupaten Rokan Hilir karena perannya yang cukup besar dalam mendorong perekonomian rakyat, terutama petani perkebunan. Data luas lahan dan produksi menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Riau tahun 2017 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Perkebunan Kelapa Sawit Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Riau Tahun 2017

No	Kabupaten/Kota	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Rokan Hulu	407.479	1.489.019	3,65
2	Kampar	396.760	1.171.505	2,95
3	Siak	324.216	1.093.407	3,37
4	Pelalawan	307.001	1.249.002	4,06
5	Rokan Hilir	193.285	515.287,12	2,66
6	Indragiri Hilir	227.806	721.084	3,16
7	Bengkalis	182.099	257.904	1,41
8	Kuantan singingi	130.234	455.340	3,49
9	Indragiri Hulu	117.820	424.022	3,59
10	Dumai	37.962	79.237	2,08
11	Pekanbaru	10.929	31.219	2,85
12	Meranti	-	-	
Jumlah		195.427.306	522.179.622	33,27

Sumber: BPS Provinsi Riau 2018

Pada Tabel 2 dapat dilihat pada tahun 2017 daerah Kabupaten Rokan Hilir memiliki luas lahan sebesar 193.285.00 hektar, dengan jumlah produksi sebesar 515.287,12 ton dan memiliki jumlah produktivitas sebesar 2,66% dan merupakan salah satu sentra penanaman kelapa sawit dengan status kepemilikan rakyat, perkebunan negara dan swasta di Provinsi Riau. Dari aspek tersebut masyarakat melihat prospek tanaman kelapa sawit lebih menguntungkan karena harga komoditas relatif stabil. Hal tersebut di dukung dengan kondisi iklim dan keadaan tanah yang optimal untuk pertanaman kelapa sawit. Dengan demikian prospek usahatani kelapa sawit di Kabupaten Rokan Hilir perlu dikembangkan agar menghasilkan produksi yang lebih tinggi dan dapat mensejahterakan kehidupan masyarakat. Data luas lahan dan produksi kelapa sawit menurut Kecamatan di Kabupaten Rokan Hilir tahun 2017 dapat disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas Lahan, Produksi dan Produktivitas Perkebunan Tanaman Kelapa Sawit Menurut Kecamatan di Kabupaten Rokan Hilir 2017

No	Kecamatan	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Bangko Pusako	22.506,00	60.308,12	2,68
2	Tanjung Medan	20.055,00	59.505,19	2,96
3	Simpang Kanan	18.727,00	56.152,41	2,99
4	Tanah Putih	19.751,00	53.903,08	2,72
5	Bagan Sinembah	14.672,00	48.900,28	3,33
6	Bagan Sinembah Raya	14.832,00	44.882,26	3,02
7	Pujud Tanah Putih	14.955,00	41.692,84	2,78
8	Balai Jaya	10.826,00	28.303,92	2,61
9	Rimba Melintang	8.928,00	25.839,00	2,89
10	Tanjung Melawan	7.587,00	18.612,40	2,45
11	Pasir Limau Kapas	12.526,00	15.578,74	1,24
12	Kubu Babusalam	8.089,00	20.115,22	2,48
13	Kubu	7.391,00	16.266,46	2,20
14	Bangko	3.276,00	6.036,37	1,84
15	Pakaitan	3.239,00	7.835,13	2,41
16	Batu Hampar	2.364,00	4.888,19	2,06
17	Sinaboi	1.910,00	2.527,93	1,32
18	Rantau Kopar	1.651,00	3.939,43	2,38
Jumlah		193.285,00	515.287,12	64,35

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hilir dalam angka 2018

Kecamatan Bagan Sinembah merupakan salah satu Kecamatan yang terletak di Kabupaten Rokan Hilir. Secara umum masyarakat di Kecamatan Bagan Sinembah bekerja sebagai petani kelapa sawit. Industri kelapa sawit ini menjadikan sumber pendapatan dan perkembangan ekonomi bagi sebagian besar masyarakat. Berdasarkan Tabel 3. Pada tahun 2017 Kabupaten Rokan Hilir memiliki luas areal perkebunan kelapa sawit seluas 193.285 hektar, dengan produksi 515.287,12 ton atau 3,33%. Kecamatan Bagan Sinembah salah satu daerah yang memiliki lahan dan produktivitas tanaman kelapa sawit yang cukup

luas dan besar setelah Kecamatan Bangko Pusako, Tanjung Medan, Simpang Kanan, dan Tanah Putih dan sedangkan luas areal tanaman terendah berada di Kecamatan Rantau Kopar yaitu sebesar 1.651.00 dan produksi terendah berada di kecamatan Sinaboi yaitu sebesar 2.527.93 atau 1,32%.

Keberadaan perkebunan kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah sangat berperan aktif dalam menunjang perekonomian. Keberadaan ini di tunjang pula dengan adanya unit pengolahan hasil perkebunan kelapa sawit (PKS) (Laporan Tahunan Dinas Perkebunan 2018)

Pembangunan sektor pertanian di Kabupaten Rokan Hilir Kecamatan Bagan Sinembah perlu mendapat perhatian dari pemerintah karena dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Sektor pertanian diharapkan membuka kesempatan kerja bagi petani dan masyarakat pedesaan yang serba terbatas terutama tentang ilmu pengetahuan, teknologi, keterampilan serta menyediakan komoditas yang dapat dikonsumsi dengan mutu yang lebih bagus serta memberikan distribusi pada peningkatan PBRB Kabupaten Rokan Hilir Kecamatan Bagan Sinembah.

Dari informasi yang di dapat meningkatnya animo masyarakat Kecamatan Bagan Sinembah terhadap komoditas kelapa sawit menyebabkan semakin bertambahnya luas areal perkebunan kelapa sawit. Pertambahan luas kebun kelapa sawit menyebabkan semakin banyak jumlah pohon kelapa sawit, sehingga jumlah produksi tandan buah segar (TBS) kelapa sawit akan semakin banyak.

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 petani. Besar kecil keuntungan yang diperoleh petani tergantung pada proses pemasaran yang dilakukan. Semakin efisien pemasaran, maka akan semakin besar keuntungan yang diperoleh.

Pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dari produsen ke konsumen 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 kepada produsen. Pemasaran yang melibatkan lembaga pemasaran, menyebabkan terjadinya perubahan harga disetiap 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 didaerah lokasi penelitian umumnya menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul (Toke) yang mendatangi langsung kebun kelapa sawit petani. Petani yang memilih menjual kepada pedagang pengumpul (Toke) 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

pedagang besar (Ram) yang ada didaerah lokasi penelitian tersebut. Hal ini dikarenakan petani tersebut sudah memiliki transportasi sendiri untuk mengangkut dan mengantar tandan buah segar (TBS) ke pedagang besar (Ram). Berdasarkan informasi yang diperoleh dilapangan, harga ditingkat petani berkisar antara Rp 1.000 – Rp 980/kg sedangkan harga yang diterima ditingkat pedagang besar (Ram) berkisar antara Rp 1.170/kg dan harga ditingkat pabrik sebesar Rp 1.260/kg. Berdasarkan keterangan tersebut harga dari pedagang pengumpul (Toke) lebih rendah pada harga yang diberikan pedagang besar (Ram).

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 antara lembaga yang mempunyai peran dalam sistem pemasaran tandan buah segar di Kecamatan Bagan Sinembah. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh jarak yang sangat jauh antara lokasi perkebunan dengan pabrik. Adanya jarak ini memungkinkan timbulnya resiko yang perlu ditangani dan berhungan dengan masalah biaya-biaya pemasaran dan pendistribusian yang harus dikeluarkan. Selama tenggang waktu tersebut, diperlukan adanya sebuah atau beberapa lembaga pemasaran yang dapat menanganinya. 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 Bagan Sinembah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir”.

1.2. Perumasan Masalah

Kegiatan pemasaran TBS kelapa sawit diKecamatan Bagan Sinembah menghadapi beberapa masalah baik oleh petani maupun pedagang. Salah satunya adalah disparitas harga ditingkat petani maupun pedagang dan pabrik. Dimana harga kelapa sawit ditentukan oleh Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPD), namun harga yang diterima petani tidak sesuai dengan harga yang ditentukan oleh SKPD. harga ditingkat petani cenderung lebih rendah dari pada harga yg ditetapkan SKPD. Harga ditingkat petani ditentukan oleh harga ditingkat lembaga dan harga ditingkat pabrik kelapa sawit (PKS).

Disisi lain permasalahan yang dihadapi petani kelapa sawit swadaya diKecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yaitu dengan meningkatnya jumlah produksi dan jarangngnya dengan anjloknya harga, hal ini disebabkan oleh: (1) penetapan harga tidak jelas karena klasifikasi mutu TBS tidak jelas atau tidak sama sehingga harga yang ditetapkan ditingkat petani rendah, (2) struktur pasar yang tidak seimbang atau bentuk pasar yang ada dipasar produsen adalah ologopsoni (sedikit pembeli banyak penjual).

Berdasarkan dari uraian di atas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Karakteristik Petani Kelapa Sawit TBS di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir?

2. Bagaimana Lembaga, Saluran Pemasaran, serta Fungsi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir?
3. Bagaimana Biaya, Margin, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share* serta Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah di rumuskan maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik Petani Kelapa Sawit TBS di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.
2. Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran, serta Fungsi Pemasaran di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.
3. Biaya, Margin, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share*, serta Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Diketuinya gambaran umum tentang pemasaran tandan buah kelapa sawit (TBS)
2. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta pengalaman yang nantinya sebagai modal dasar untuk dapat menerapkan ilmu yang di tengah-tengah masyarakat.
3. Bagi Petani, sebagai informasi yang melakukan usahatani kelapa sawit dan pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit.

4. Bagi Pemerintah daerah, penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan untuk bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini merupakan membahas tentang analisis pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit petani swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir. Dimana yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah petani yang menjual TBS kepada pedagang pengumpul (Toke), pedagang besar (Ram), dan ke Pabrik, fokus penelitian ini adalah menganalisis karakteristik petani dan pemasaran TBS kelapa sawit yang ada di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya

Menurut Saragih (2013), karakteristik petani merupakan ciri atau karakteristik yang secara ilmiah melekat pada diri seseorang yang meliputi umur, jenis kelamin, ras/suku, pengetahuan, agama/kepercayaan, dan sebagainya. Adapun karakteristik petani yang akan di teliti sebagai berikut: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan jumlah tanggungan keluarga.

2.1.1 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 berkerja bilamana dalam kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat berkerja 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 berusaha 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

prilaku petani terhadap resiko, maka faktor sikap yang lebih progresi terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai prilaku petani usia muda untuk lebih berani menanggung resiko (Wandi P, 2018).

2.1.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreatifitas manusia dalam berfikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia (Wandi P, 2008)

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 (Wandi P. 2018).

2.1.3 Pengalaman Berusahatani

Pengalaman seseorang dalam berusahatani sangat berpengaruh dalam menerima inivasi dari luar. Didalam mengadakan suatu penelitian lamanya berusahatani diukur mulai sejak kapan petani itu aktif secara mandiri mengusahakan usahatannya tersebut sampai diadakan penelitian (Wandi P. 2018).

Belajar dengan mengamati pengalaman petani lain sangat penting, karena merupakan cara yang lebih baik untuk mengambil keputusan dari pada dengan

cara mengola 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 prilaku baru, bisa juga tanpa disadari (Wandi P. 2018).

Menurut (Wandi P. 2018), 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.

2.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

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 kenggangan 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 resiko. Kegagalan petani dalam berusahatani akan sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga yang besar seharusnya memberikan dorongan yang kuat berusahatani secara insentif dengan menerapkan teknologi baru sehingga akan mendapatkan (Soekartawi, 2002)

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.

2.2. Kelapa Sawit

Tanaman kelapa sawit (*Elaeis guinensis* Jack.) berasal dari Nigeria, Afrika Barat. Meskipun demikian, ada yang menyatakan bahwa kelapa sawit berasal dari Amerika Selatan yaitu Brazil karena lebih banyak ditemukan spesies kelapa sawit di hutan Brazil dibandingkan dengan Afrika. Pada kenyataannya tanaman kelapa sawit hidup subur diluar daerah asalnya, seperti Malaysia, Indonesia, Thailand, dan Papua Nugini. Bahkan mampu memberikan hasil produksi per hektar yang lebih tinggi. Kelapa sawit pertama masuk ke Indonesia pada tahun 1848, dibawa dari Mauritius dan Amsterdam oleh seorang warga Belanda. Bibit kelapa sawit yang berasal dari kedua tempat tersebut masing-masing berjumlah dua batang dan pada tahun itu juga ditanam di Kebun Raya Bogor. Kelapa sawit kini telah menyebar di Indonesia, bahkan sebagian besar perkebunan rakyat telah dialih fungsikan menjadi kebun kelapa sawit. Pengembangan perkebunan tidak hanya diarahkan pada sentra-sentra produksi seperti Sumatera dan Kalimantan, tetapi daerah potensi pengembangan seperti Sulawesi dan Irian Jaya terus dilakukan (Deswita, 2012).

Kelapa sawit adalah tanaman tropis yang tumbuh baik antara 13°LU dan 12°LS, terutama dikawasan Afrika, Asia, dan Amerika Latin dengan curah hujan per tahun 1.500 - 1.400 mm, optimal pada 2000-3000 mm per tahun. Suhu merupakan faktor penting untuk pertumbuhan dari hasil tanaman kelapa sawit,

suhu dipengaruhi oleh tinggi tempat suatu lokasi dimana suhu optimum untuk tanaman kelapa sawit berkisar 28°C dengan ketinggian 0-500 m diatas permukaan laut .

Kelapa sawit merupakan tanaman komoditas perkebunan yang cukup penting di Indonesia dan masih memiliki prospek pengembangan yang cukup cerah. Komoditas kelapa sawit, baik berupa bahan mentah, maupun hasil olahannya, menduduki peringkat ketiga penyumbang devisa non migas terbesar bagi Negara setelah karet dan kopi. Prospek pasar bagi olahan kelapa sawit cukup menjanjikan, karena permintaan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup besar, tidak hanya didalam negeri, tetapi juga diluar negeri. Karena itu, sebagai Negara tropis yang masih memiliki lahan cukup luas, Indonesia berpeluang besar untuk mengembangkan perkebunan kelapa sawit, baik melalui penanaman modal asing maupun skala perkebunan rakyat (Sastrosayono, 2003).

Pahan (2006) pembibitan kelapa sawit merupakan titik awal yang paling menentukan masa depan pertumbuhan dan pengembangan kelapa sawit, bibit yang unggul merupakan modal dasar untuk mencapai produktivitas yang tinggi. Pembibitan kelapa sawit dengan benih yang telah dikecambahkan dapat dilaksanakan dengan dua cara yaitu melalui pendederan (*pernusery*) dan kemudian pembibitan (*nursery*) , dan cara langsung yaitu pembibitan tanpa melalui dederan terlebih dahulu. Variates kelapa sawit berdasarkan ketebalan tempurung dan daging buah, yaitu:

1. Dura: tempurung tebal (2-8 mm) tidak terdapat lingkaran serabut badan bagian luar tempurung, daging buah relatif tipis yaitu 35-50% terdapat buah, karnel

(daging biji) besar dengan kandungan minyak rendah dan dalam persilangan dipakai sebagai pohon induk betina.

2. Pasifera: ketebalan tempurung sangat tipis bahkan hampir tidak ada, daging buah tebal daging dura, daging biji sangat tipis, tidak dapat diperbanyak tanpa menyilangkan dengan jenis lain dan dipakai sebagai pohon induk jantan.
3. Tenetera: Dura dengan pasifera, tempurung tipis (0,5-4 mm) terdapat lingkaran serabut sekeliling tempurung, daging buah sangat tebal (60-96% dari buah) tandan buah lebih banyak tetapi ukuran relatif lebih kecil.
4. Marco carya: tempurung tebal sekitar (5 mm) dan daging buah sangat tipis. Jenis variates yang digunakan dalam perkebunan rakyat adalah jenis variates dura karena memiliki kualitas yang cukup tinggi.

Pembukaan lahan baru tanaman baru (TB) tidak diperlukan pengelolaan tanah yang insentif. Lubang tanam sebaiknya dibuat 2-3 bulan sebelum tanaman tanam yang biasa dipakai adalah 60×60×60 cm tergantung umur bibit sedangkan jarak tanam optimal kelapa sawit adalah 9 m. Susunan penanaman dapat berbentuk bujur sangkar, jajar genjang atau segitiga sama sisi. Penanaman dengan bentuk segitiga sama sisi merupakan paling ekonomis karena untuk tiap hektar dapat memuat 143 pohon kelapa sawit (Pahan, 2006)

Kelapa sawit termasuk tanaman daerah tropis yang tumbuh baik antara garis lintang 13° Lintang Utara dan 12° Lintang Selatan, tanaman kelapa sawit menginginkan curah hujan 2.500-3.000 ml/tahun dan merata sepanjang tahun. Temperatur optimal untuk pertumbuhan kelapa sawit antara 1-500 m diatas

permukaan laut. Dengan kelembapan optimum yang ideal untuk tanaman kelapa sawit adalah sekitar 80-90% (Mustafa, 2004)

Selanjutnya, sebelum dilakukan penanaman terlebih dahulu dilakukan pemancangan lahan agar jarak tanam teratur yaitu $9\text{m} \times 9\text{m}$, dengan demikian jumlah populasi tanaman setiap ha adalah 135 batang, setelah lahan dipancang dibuat lubang tanam dengan ukuran $40\text{cm} \times 40\text{cm}$, bibit ditanam adalah bibit yang telah berumur 12 bulan (Vademecum, 2002)

Bibit kelapa yang paling optimal untuk penanaman dilapangan berkisar 12 bulan. Bibit umur 10-14 bulan umumnya cukup baik untuk ditanam dilapangan karena sudah memenuhi syarat-syarat utama penanaman. Bibit yang ditanam untuk tanaman yang masih baru sebaiknya menggunakan bibit yang seumur dengan tanaman yang disisip. Pokok sisipan ditanam pada bekas tanaman yang sudah dibongkar supaya barisan tanaman tegak lurus. Penyisipan umumnya sudah harus selesai dilakukan 1 tahun setelah penanaman (Pahan, 2006)

Ginting (1980) mengemukakan bahwa untuk pengolahan lahan tanaman kelapa sawit dapat tumbuh pada berbagai jenis tanah, namun untuk pertumbuhan yang baik diperlukan syarat-syarat tertentu, yakni sifat fisik dan kimia tanah yang kaya akan unsur hara. Tanaman kelapa sawit membutuhkan unsur hara dalam jumlah besar untuk pertumbuhannya dengan pH tanah yang dibutuhkan sekitar 4,0-6,0.

Bibit kelapa sawit adalah salah satu faktor penentu untuk mencapai produksi yang optimum. Khusus untuk kelapa sawit bibit yang baik adalah

varietas tenera yang diteliti dan dikembangkan oleh lembaga peneliti pembibitan kelapa sawit mariat (Ginting, 1980)

Pengendalian gulma bertujuan untuk menghindarkan tanaman kelapa sawit dari persaingan dengan gulma dalam hal pemamfaatan unsur hara, air dan cahaya. Kegiatan pengendalian gulma juga bertujuan untuk memudahkan kegiatan pemanen. Sedangkan pemberantas hama dan penyakit dilaksanakan bila semuanya telah melampaui ambang batas ekonomis. Hama yang sering menyerang tanaman kelapa sawit adalah tikus, landak, babi, gajah, ulat api dan penyakit pucuk busuk. Dalam proses pemeliharaan mulai dari penutupan tanah, penyiangan, pemberantas hama, pembersihan gulam disekeliling tanaman, dilakukan rotasi setiap bulan pada tahun I, rotasi setiap 2 bulan pada tanaman ke II, rotasi tanaman setiap 3 bulan pada tahun ke III dan pada tanaman yang menghasilkan dilakukan rotasi setiap 6 bulan (Vademecum, 2000)

Pemupukan tanaman bertujuan untuk menyediakan unsur-unsur hara yang dibutuhkan pada tanaman untuk pertumbuhan generatif, sehingga produksi usahatani dapat berproduksi dengan optimal namun dengan menentukan dosis pupuk yang tepat dengan dilaksanakan analisis tanah dengan membawa sampel tanah ke laboratorium dan sampel daun tanaman kelapa sawit. Dengan membawa sampel tanah dan sampel daun tanaman kelapa sawit dan maka saat itu pula dapat diketahui unsur hara yang ada pada tanah tersebut dan dapat diketahui besarnya. Pemupukan dilakukan pada tahun 0 yaitu pupuk Dolomit, untuk selanjutnya dengan menggunakan pupuk urea, KCL, TSP, Kiesrit. Pemupukan dilaksanakan 3 kali dalam setahun atau rotasi 4 bulan tanaman kelapa sawit, pada tanaman yang

telah menghasilkan dilakukan dalam 2 kali 1 tahun dengan jenis pupuk yang sama (Vademecum,2002)

Tingkat produksi tanaman kelapa sawit sangat tergantung terhadap lingkungan tempat tanaman tumbuh. Apabila tanaman dapat beradaptasi terhadap tempat tumbuhnya serta dapat pasokan unsur hara dan air tanpa adanya gangguan hama dan penyakit, maka tanaman akan dapat menghasilkan produksi yang optimal (Pahan,2010)

Tahap akhir dari kegiatan budidaya kelapa sawit adalah panen tandan buah segar (TBS) yang menjadi salah satu kunci penentu produktivitas kelapa sawit. Setelah tanaman berumur 36 bulan panen dapat dilaksanakan dengan persyaratan bila 60 % jumlah populasi dari tanaman telah berubah sempurna dan berat tandan buah segar rata-rata minimal 3,5 kg tiap tandan buah segar, produktivitas kelapa sawit ditentukan oleh seberapa banyak kandungan minyak yang diperoleh dan seberapa baik mutu minyak yang dihasilkan (Ginting, 1980).

2.3. Pemasaran

2.3.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses perencanaan dan penerapan konsepsi, penetapan harga, dan distribusi barang, jasa, dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu atau organisasi (Mahmud, 2007).

Swastha dan Irawan (2008) menyatakan, bahwa pemasaran sebagai sebuah disiplin ilmu pengetahuan yang berupaya meletakkan asumsi-asumsi yang dapat digunakan dalam menciptakan nilai optimal bagi stakeholders dari waktu ke

waktu. Ketika perubahan nilai terjadi, maka konsep pemasaran akan berubah sesuai dengan perubahan tuntutan stakeholders dan perkembangan pasar.

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

Konsep pemasaran merupakan orientasi manajemen yang beranggapan bahwa tugas pokok produsen adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan penilaian dari pasar yang menjadi sasaran dan menyesuaikan kegiatan perusahaan sedemikian rupa agar dapat menyampaikan kepuasan yang diinginkan pasar secara lebih efisien dan efektif daripada saingan-saingannya (Nitisemito.A. 1989).

Konsep pemasaran yang dikemukakan oleh Nickels,et,al (2002)

1. Orientasi kepada pelanggan, yaitu dengan mencari yang diinginkan oleh konsumen dan kemudian menyediakan kepadanya.
2. Orientasi kepada pelayanan, yaitu cara menyamakan tujuan dan kepuasan pelanggan.
3. Orientasi profit, yaitu cara menjual/memasarkan produk dan pelayanan yang dapat menghasilkan laba/profit.

Pemasaran hasil pertanian berarti kegiatan bisnis dimana menjual produk berupa komoditas pertanian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan harapan konsumen akan puas dengan mengkonsumsi komoditas tersebut.

Pemasaran hasil pertanian dapat mencakup perpindahan barang atau produk pertanian dari produsen kepada konsumen akhir, baik input ataupun produk pertanian itu sendiri.

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

Sedangkan menurut Rahim, dkk (2007) pemasaran komoditas pertanian merupakan kegiatan/proses pengaliran komoditas pertanian dari produsen (petani, peternak dan nelayan) sampai ke konsumen/pedagang perantara (tengkulak, pengumpul, pedagang besar, dan pengecer) berdasarkan pendekatan sistem pemasaran (*marketing system approach*), kegunaan pemasaran (*marketing utility*) dan fungsi-fungsi pemasaran (*marketing function*).

Soekartawi (2004) menyatakan ciri produk pertanian akan mempengaruhi mekanisme pemasaran. Oleh karena itu sering terjadi harga produksi pertanian yang dipasarkan menjadi fluktuasi secara tajam, dan kalau saja harga produksi pertanian berfluktuasi, maka yang sering dirugikan adalah dipihak petani atau produsen. Karena kejadian semacam ini maka petani atau produsen memerlukan kekuatan dari diri sendiri atau berkelompok dengan yang lain untuk melaksanakan pemasaran.

Pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi dua syarat, yaitu mampu menyampaikan hasil atau produk dari produsen kepada konsumen dengan biaya semurah - murahnya dan mampu melakukan pembagian yang adil kepada semua

pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran produk tersebut (Sudiyono, 2001).

2.3.2 Pengertian Pemasaran Dalam Perspektif Islam

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran dan konsumsi. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Bukhori :

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ أَبِي يَعْقُوبَ الْكِرْبِيُّ حَدَّثَنَا حَسَّانُ حَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ قَالَ قَالَ مُحَمَّدٌ هُوَ الزُّهْرِيُّ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَنْ سَرَّهُ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ أَوْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ فَلْيَصِلْ رَجْمَهُ

Nabi bersabda: “ barang siapa yang ingin dilapangkan rezekinya atau di panjangkan umurnya, maka bersilaturahmi.”

(Matan lain: Muslim 4638, Abi Daud 1443,Ahmad 12128)

Dari hadist tersebut dapat kita pahami bahwa seorang muslim harus mencari rezeki yang halal dan di tunjang dengan melakukan silaturahmi. Didalam transaksi jual beli islam menyarankan agar kedua belah pihak yang melakukan jual beli agar bertemu langsung karena akan timbul ikatan persaudaraan antara penjual dan pembeli. Di dalam keterikatan itu kedua belah pihak akan senantiasa saling membantu dan bekerja sama untuk saling meringankan baik secara sukarela atau dengan adanya imbalan. Dari hadist diatas menggambarkan bahwa allah swt

akan memberi rezeki bagi orang yang selalu menyambung silaturahmi antar sesama.

Lantas apa kaitannya kelapangan rezeki dengan silatur rahim?

Dalam kaitannya dengan distribusi, silaturahmi dapat diartikan dengan menyebarkan informasi dan komunikasi atau membangun jaringan. Seorang produsen harus memasarkan produknya, agar dikenal oleh khalayak umum. Selain itu, agar makin banyak jaringan yang akan memakai produknya. Hal ini membuktikan bahwa silaturahmi adalah satu strategi pemasaran yang tepat dalam islam. 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 الْبَرَكَةُ

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.

2.3.3 Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran.

Lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran menyalurkan komoditas dari produsen kepada konsumen (Rahim dan Retno, 2008).

Menurut Rahim dan Hastuti (2008), lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditas dari produsen kepada konsumen akhir, serta mempunyai hubungan dengan badan usaha individu lainnya. Munculnya lembaga pemasaran disebabkan oleh adanya keinginan konsumen untuk memiliki barang atau produk sesuai dengan waktu, tempat, dan bentuk tertentu.

Secara umum lembaga pemasaran dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan penguasaan terhadap barang yaitu:

1. Lembaga Pemasaran yang tidak dimiliki namun menguasai barang, misalnya agen, perantara, dan broker.
2. Lembaga pemasaran yang dimiliki dan menguasai barang, contohnya pedagang pengumpul, pedagang pengecer, grosir, dan eksportir/importor.
3. Lembaga pemasaran yang tidak dimiliki dan tidak menguasai barang, yaitu fasilitas pengangkutan, pergudangan, asuransi, dan lain-lain.

Aspek lain dari mekanisme produksi pertanian adalah aspek pemasaran, pemasaran pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga

pemasaran. Peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku serta karakteristik aliran barang yang digunakan. Oleh karena itu dikenal istilah saluran pemasaran. Fungsi saluran pemasaran ini sangat penting, khususnya untuk melihat tingkat harga masing-masing lembaga pemasaran. Saluran pemasaran ini dapat berbentuk sederhana dan dapat rumit. Hal demikian tergantung dari macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pemasaran (Soekartawi, 2002).

Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang baik melalui perantara maupun tidak. Perantara adalah lembaga bisnis yang berorientasi diantara produsen dan konsumen atau pembeli industri. Adapun beberapa perantara itu adalah pedagang, pengumpul desa, dan pedagang pengumpul Kecamatan. Perantara ini mempunyai fungsi yang hampir sama, yang berbeda hanya status kepemilikan barang serta skala penjualan (Swastha, 2001).

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

Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- a) Saluran distribusi langsung. Saluran ini merupakan saluran distribusi yang paling sederhana dan paling rendah yakni saluran distribusi dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Disini produsen dapat

menjual barangnya melalui pos atau mendatangi langsung rumah konsumen, saluran ini bisa juga diberi istilah saluran tingkat nol.

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

2.3.4 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah serangkaian fungsional yang dilakukan oleh lembaga-lembaga, baik aktivitas proses fisik maupun aktivitas jasa, yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai dengan bentuk, kegunaan waktu, kegunaan tempat dan kegunaan kepemilikan terhadap suatu produk.

Fungsi pemasaran yaitu mengusahakan agar pembelian memperoleh barang yang diinginkan secara tepat waktu, tepat bentuk dan tepat harga, selain itu, pengangkutan, penyimpanan, pengolahan dan pembiayaan merupakan fungsi utama dalam pemasaran atau tataniaga (Mubyarto, 1995).

Pendekatan fungsi merupakan pendekatan studi pemasaran dari aktivitas-aktivitas bisnis yang terjadi atau perlakuan yang ada pada proses dalam sistem pemasaran yang akan meningkatkan atau menciptakan nilai guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen (kepuasan). Mafat menganalisis pendekatan fungsi yaitu mempertimbangkan bagaimana pekerjaan harus dilakukan, menganalisis biaya-biaya pemasaran dan memahami perbedaan biaya antar lembaga dan berbagai variasi komoditi dan fungsi yang dilakukan oleh pemasaran. Pendekatan fungsi (Winandi, 2002) terdiri dari:

- a. Fungsi pertukaran (*exchange functions*) merupakan aktivitas dalam perpindahan hak milik barang atau jasa yang terdiri dari fungsi pembelian, penjualan dan fungsi pemasaran.
- b. Fungsi fisik (*physical functions*) merupakan aktivitas penanganan, pergerakan dan perubahan fisik dari produk atau jasa serta turunannya. Fungsi ini membantu menyelesaikan permasalahan dari pemasaran seperti kapan, apa dan dimana pemasaran tersebut terjadi. Fungsi ini terjadi dari fungsi penyimpanan, pengangkutan dan pengolahan, pabrikan serta pengemasan.
- c. Fungsi fasilitas (*facilitating functions*) merupakan fungsi yang memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Aktivitasnya tidak langsung dalam sistem pemasaran, tetapi memperlancar dalam proses fungsi pertukaran dan fungsi

fisik. Fungsi ini terdiri dari fungsi standarisasi, fungsi keuangan, fungsi penanggungan resiko, fungsi intelijen pemasaran, komunikasi dan fungsi promosi (iklan).

Terdapat beberapa fungsi penting yang harus diperhatikan dalam pemasaran hasil pertanian yaitu fungsi penyimpanan, transportasi, grading, standarisasi serta pernikahan.

1. Fungsi penyimpanan dilakukan untuk menyeimbangkan periode panen dan periode paceklik. Ada empat alasan penting untuk menyimpan produk-produk pertanian, yaitu:
 - a) Produk bersifat musiman
 - b) Adanya permintaan akan produk pertanian yang berbeda sepanjang tahun
 - c) Perlunya waktu untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen
 - d) Perlunya stok atau persediaan untuk musim berikutnya.
2. Fungsi transportasi bertujuan untuk menjadikan suatu produk berguna dengan memindahkannya dari produsen ke konsumen.
3. Fungsi standarisasi dan grading bertujuan untuk menyerhanakan dan mempermudah serta meringankan biaya pemindahan komoditi melalui saluran pemasaran. Standarisasi adalah justifikasi kualitas yang seragam antara pembeli dan penjual, antara tempat dan waktu, sedangkan grading adalah penyortiran produk-produk ke dalam satuan atau unit tertentu.
4. Fungsi pengiklanan dimaksudkan untuk menginformasikan ke konsumen apa yang tersedia untuk dibeli dan untuk mengubah suatu permintaan terhadap

suatu produk. Biasanya masalah-masalah yang timbul dalam pengiklanan produk-produk pertanian itu sendiri.

5. Fungsi penjualan yaitu mengalihkan barang kepada pihak pembeli dengan harga yang memuaskan.
6. Fungsi pembelian yaitu suatu perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi.
7. Fungsi informasi pasar yaitu tindakan-tindakan lapangan yang mencakup: pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana dan kebijaksanaan perusahaan badan atau orang yang bersangkutan.

Soekartawi (1993), menyatakan bahwa pemasaran dapat berbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal demikian tergantung dari macam komoditi, lembaga pemasaran dan sistem pasar. Disektor pertanian suatu produk harus cepat sampai ke tangan konsumen, hal ini akan melibatkan lembaga pemasaran yang memegang peranan penting dan juga menentukan saluran pemasaran. Fungsi setiap lembaga juga berbeda antara satu sama lainnya yang di cirikan oleh aktivitas yang dilakukan dan skala usaha. Misalnya pedagang besar tidak sama tugasnya dan juga tidak sama fungsi pemasarannya, setiap lembaga pemasaran ini pada akhirnya juga melakukan kegiatan fungsi pemasaran yang meliputi kegiatan: pembelian, sortasi atau grading, penyimpanan pengangkutan dan pengolahan. Perbedaan kegiatan yang dilakukan, maka tidak semua kegiatan dalam fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga pemasaran dan karena perbedaan ini akan menyebabkan perbedaan keuntungan dan biaya pemasaran.

2.3.5 Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan pemasaran, Farmer's Share serta Efisiensi Pemasaran

2.3.5.1 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkutan, biaya peringanan, pungutan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena: (a). Macam komoditas, (b). Lokasi pemasaran, dan (c). Macam lembaga pemasaran yang dilakukan (Soerkartawi, 2002).

Secara umum biaya merupakan pengorbanan yang dikeluarkan oleh produsen dalam mengelola usahataniannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Biaya merupakan pengorbanan yang diukur untuk suatu alat tukar berupa uang yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam usahataniannya, biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan atau aktivitas usaha pemasaran komoditas pertanian. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi/biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbed satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim dan Hastuti, 2007).

2.3.5.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat dipengaruhi marginya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula marginnya, karena lembaga 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 kepada petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010).

Analisis margin pemasaran digunakan untuk menganalisis sistem pemasaran dari perspektif makro, yaitu menganalisis produk mulai dari petani produsen sampai ditangan konsumen akhir. Perbedaan margin setiap sistem dapat disebabkan oleh perbedaan atau penanganan produk sehingga terdapat perbedaan biaya dan kepuasan konsumen akhir. Margin pemasaran dari perspektif makro atau sistem pemasaran menggambarkan kondisi pasar ditingkat lembaga-lembaga yang berbeda, minimal ada dua tingkat pasar yaitu pasar ditingkat petani dan pasar ditingkat konsumen akhir (Asmarantaka, 2012).

Margin pemasaran dan transmisi harga dari pasar konsumen kepada petani atau ke pasar produsen merupakan beberapa indikator empirik yang sering digunakan dalam pengkajian efisiensi pemasaran. Sistem pemasaran semakin efisien apabila besarnya margin pemasaran yang merupakan jumlah dari biaya pemasaran dan keuntungan pedagang semakin kecil. Dengan kata lain, perbedaan antara harga yang diterima petani dan harga yang dibayar konsumen semakin kecil. Adapun transmisi harga yang rendah mencerminkan inefisiensi pemasaran karena hal itu menunjukkan bahwa perubahan harga yang terjadi ditingkat konsumen tidak seluruhnya diteruskan kepada petani, dengan kata lain transmisi harga berlangsung secara tidak sempurna. Pola transmisi harga seperti ini

biasanya terjadi jika pedagang memiliki kekuatan monopsoni sehingga mereka dapat mengendalikan harga beli dari petani. Tingkat transmisi harga dari harga ditingkat konsumen ke harga ditingkat produsen di pengaruhi oleh sistem pemasaran dari komoditas tersebut. Dengan pengertian lain, semakin efisien suatu sistem pemasaran, semakin tinggi elastisitas transmisi harga dan semakin kecil margin pemasaran.

2.3.5.3 Keuntungan

Keuntungan dapat didefinisikan dengan dua cara, yang pertama laba dalam ilmu ekonomi murni didefinisikan sebagai peningkatan kekayaan seorang investor sebagai penanaman modal tersebut. Sementara itu laba dan keuntungan dalam akuntansi didefinisikan sebagai selisih harga penjual dengan biaya produksi.

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

2.3.5.4. *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* 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)

2.3.5.5 Efisiensi Pemasaran

Konsep efisiensi pemasaran secara umum dapat dibagi dalam dua hal kategori yaitu: (1). Efisiensi harga (ekonomis), dan (2). Efisiensi operasional (teknis). Efisiensi harga menyangkut bekerjanya aspek-aspek pembelian atau penjualan dan penentuan harga. Sedangkan efisiensi operasional menyangkut pengurangan biaya input untuk menghasilkan sejumlah output (Raja dan Open, 1980).

Soekartawi (2002), menilai efisiensi akan terjadi jika: 1). Dapat menekan biaya pemasaran, sehingga keuntungan pemasaran lebih tinggi, 2). Persentase harga yang dibayarkan tidak terlalu tinggi, 3). Tersedianya fasilitas fisik pemasaran, 4). Adanya persaingan atau kompetisi yang sehat.

Downey dan Steven, dalam Rahim dan Hastuti (2008) menjabarkan pengertian efisiensi pemasaran sebagai tolak ukur produktivitas suatu kegiatan pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan dengan keluaran yang dihasilkan dari kegiatan pemasaran tersebut.

2.4. Penelitian Terdahulu

Agung Enggal Nugroho (2015) Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit di Kabupaten Kutai Kartanegara (Studi Kasus Pada Petani Swadaya Kecamatan Muara Kutai). Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui saluran pemasaran TBS kelapa sawit, (2) Untuk mengetahui *Share* atau bagian yang diterima petani masing-masing lembaga pemasaran, (3) Untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi petani lokasi tersebut. Saluran pemasaran yang terdapat di Kecamatan Kutai ada dua, yaitu saluran pemasaran

dua tingkat dan saluran pemasaran tiga tingkat. Untuk saluran dua tingkat, lembaga pemasaran yang terlibat adalah pedagang pengumpul dan pemilik surat pengantar buah (SPB). Sedangkan saluran tingkat tiga terdapat pedagang pengumpul, pedagang perantara dan pemilik SPB. Badian yang diterima (*share*) pada pemasaran dua tingkat untuk petani adalah sebesar 76,15%, pedagang pengumpul 17,96%, dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Sedangkan pada saluran tingkat tiga, *share* yang diterima petani adalah sebesar 73,55%, Pedagang pengumpul sebesar 17,65%, pedagang perantara sebesar 2,94% dan pemilik SPB sebesar 5,88%. Ada tiga permasalahan utama yang dihadapi petani kelapa sawit di Kecamatan Muara Kutai. (1) harga yang tidak stabil, (2) input produksi sukar diperoleh, dan (3) peran kelompok petani belum optimal.

Dwi Amelia (2016), melakukan penelitian dengan judul Analisis Pendapatan Usaha Tani dan Pemasaran Tansan Buah Segar Perkebunan Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau, Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis Karakteristik Petani dan pedagang kelapa sawit di Kecamatan Kandis, (2) Menganalisis pendapatan usahatani (faktor produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani) kelapa sawit di kecamatan kandis, (3) Menganalisis pemasaran kelapa sawit (saluran pemasaran, lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin keuntungan, *farmer share* dan efisiensi pemasaran di Kecamatan Kandis, dan (4) Menganalisis perubahan harga (transmisi harga) kelapa sawit di Kecamatan Kandis. Metode dalam penelitian ini adalah metode survey.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani kelapa sawit yang memiliki umur tanaman kelapa sawitnya adalah 10-15 tahun. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* (sengaja) yaitu 40 orang petani kelapa sawit, 5 orang pedagang dan 3 pabrik yang ada di Kecamatan Kandis kabupaten Siak Provinsi Riau, sehingga jumlah sampel keseluruhan sebanyak 48 orang. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rata-rata petani sampel menggunakan pupuk TSP 1,057.5 kg, Urea 1,080.0 kg, Phonska 840.0 kg, dan Dolomit 810.0 kg/ha/tahun. Penggunaan pestisida Gromoxon 9,4 lth, Roundap 9,8 ltr, Herbatop 8,4 lth, dan Ali 9,9 cc/ha/tahun. Penggunaan peralatan aggrek, angkong, cangkul, gancu, kampak, dodos, babat dan sprayer rata-rata menggunakan 1 unit. Sedangkan alokasi penggunaan tenaga kerja sebanyak 91,74 HKP/tahun. Produksi TBS rata-rata petani adalah sebanyak 5,648/kg/ha/tahun. Pendapatan kotor usahatani kelapa sawit sebesar Rp 48,150,098.00 /ha/tahun. Total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp 37,255,378.00 /ha/tahun dan pendapatan bersih petani kelapa sawit sebesar Rp 10,794,719.00 /ha/tahun. Efisiensi usahatani kelapa sawit di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak sudah efisien. Hal ini dapat dilihat dari RCR yang diperoleh adalah 1,29 % dan ROI 41,53%. Sedangkan hasil dari pemasaran TBS di Kecamatan Kandis hanya terdapat saluran pemasaran (petani-pedagang-pabrik) TBS pada petani swadaya.

Lembaga yang berperan pada saluran pemasaran adalah pedagang dan pabrik meliputi: pembelian ,penjualan, pengangkutan, pengumpulan, standarisasi, pembiayaan, penanggungan resiko, dan informasi pasar. Fluktuasi rata-rata kelapa sawit ditingkat petani selama bulan November sampai Januari

sebesar Rp 1,117.00/kg/ha/tahun. Margin rata-rata dari pabrik ke petani sebesar Rp 83.00/kg. Bagian yang diterima adalah sebesar 93.08%. efisiensi pemasaran TBS di Kecamatan Kandis sudah efisien. Hal ini dapat dilihat dari nilai efisiensi saluran pemasaran yang bernilai 1,92.

Ardiansyah Pratama, Eliza Ermi Tety (2015) Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya di Desa Simpang Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Saluran Pemasaran, margin pemasaran TBS kelapa sawit dan bagian harga kelapa sawit yang diterima petani swadaya, 2) Korelasi atau kaitan antara harga kelapa sawit yang dibayar PKS dengan harga yang diterima petani swadaya, 3) Pengaruh perubahan harga (transmisi harga) kelapa sawit ditingkat PKS dengan harga yang ditingkat petani swadaya. Berdasarkan hasil dari penelitian ini mengenai analisis pemasaran dan transmisi harga pada petani sawit pola swadaya, yang berada di Desa Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu adalah sebagai berikut:

1) Saluran pemasaran kelapa sawit terdapat satu saluran pemasaran yaitu petani ke pedagang pengumpul dan pedagang pengumpul PKS. Margin bulan Februari 2015 Rp 464,28/kg dan efisiensi pemasaran 14,28%, (2) nilai korelasi harga kelapa sawit ditingkat petani dengan harga ditingkat pedangan adalah sebesar 0,832 artinya menunjukkan keeratan hubungan korelasi kuat antara harga ditingkat pedagang dengan harga ditingkat petani, dan integrasi pasar yang terbentuk tidak sempurna. (3) transmisi harga kelapa sawit (b_{10}) diperoleh sebesar 0,69

menunjukkan nilai elastisitas transmisi harga sebesar 1% ditingkat PKS akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,69% ditingkat petani.

Richa Nurhajjah (2001) Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Rakyat Melalui KUD dan Non KUD di Desa Bukit Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar. Adapun tujuan dari penelitian ini: (1) Karakteristik petani dan pedagang kelapa sawit dan profit KUD di Desa Bukit Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar (2) Saluran dan lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya, margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran melalui KUD dan Non KUD di Desa Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar. (3) Perbedaan penerimaan dan jumlah produksi kelapa sawit melalui KUD dan Non KUD di Desa Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar.

Hasil penelitian ini analisis pemasaran tandan buah segar kelapa sawit di Desa Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar adalah sebagai berikut (1) Umur petani kelapa sawit melalui KUD rata-rata 46-53 tahun dan non KUD rata-rata umur 47-83 tahun. Rata-rata pedagang pengumpul 41 tahun dan rata-rata umur pedagang besar 36-67 tahun. (2) lembaga dan saluran pemasaran yang terlibat yaitu KUD dan non KUD adalah petani KUD, pedagang pengumpul, pedagang besar, PKS/Pabrik. Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran yang meliputi: fungsi pembelian, fungsi penjualan, pengangkutan, penyimpanan, permodalan, penanggungan resiko, informasi pasar, standarnisasi dan grading. (3) margin pemasaran TBS melalui KUD sebesar Rp 422,00/kg, total biaya Rp 158,00/kg, keuntungan pemasaran Rp 264,00/kg dengan efisiensi 7,92%. Sedangkan petani pemasaran melalui non

KUD pada pedagang pengumpul dengan margin Rp 151,00/kg, total biaya pemasaran Rp 50,27/kg, keuntungan Rp 100,72/kg. Pedagang besar dengan margin Rp 266,00/kg, total biaya pemasaran Rp 120,5/kg, keuntungan Rp 14,5/kg, pemasaran yang dilakukan oleh petani kelapa sawit melalui KUD dan Non KUD di Desa Bukit Kratai Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar yang lebih efisien adalah pemasaran kelapa sawit melalui KUD. Hasil sig (2 tailed) sebesar $(0.038) < 0,0$ maka H_0 ditolak berarti rata-rata kedua kelompok berbeda, sehingga dapat disimpulkan bahwa penerimaan kelapa sawit pemasaran melalui KUD berbedanya dengan penerimaan kelapa sawit Non KUD, begitu juga dengan jumlah produksi hasil sig (2 tailed) sebesar $(0,0130 < 0.05$ Maka H_0 ditolak berarti rata-rata kedua kelompok berbeda, sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah produksi kelapa sawit KUD berbeda nyata dengan jumlah produksi kelapa sawit Non KUD.

Riskia Novita (2018) Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Pola PIR di Desa Indrapuri Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Adapun tujuan dari penelitian ini (1) Menganalisis Karakteristik petani dan profil KUD di Desa Indrapuri Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau. (2) Menganalisis saluran pemasaran, lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin, keuntungan, farmer's share, serta efisiensi pemasaran buah kelapa sawit. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dimulai bulan Juni 2018 sampai November 2018. Pengambilan sampel digunakan secara acak sederhana (Simple Random Sampling) terhadap 40 orang petani.

Hasil penelitian ini menunjukkan umur petani rata-rata 49,92 tahun, lama pendidikan 7,73 tahun, jumlah tanggungan keluarga 4 jiwa dan pengalaman berusahatani 25,17 tahun. Lembaga dan saluran pemasaran yang terlibat dalam pemasaran kelapa sawit adalah petani, KUD, dan Pabrik. Fungsi pemasaran kelapa sawit yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran meliputi fungsi pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, permodalan, penanggungungan resiko, informasi pasar, standarnisasi dan grading. Margin pemasaran kelapa sawit (TBS) sebesar Rp 305/kg, total biaya pemasaran Rp 47,77/kg, keuntungan pemasaran Rp 257,23/kg, efisiensi pemasaran kelapa sawit dinyatakan efisien dengan nilai efisiensi sebesar 2,46%.

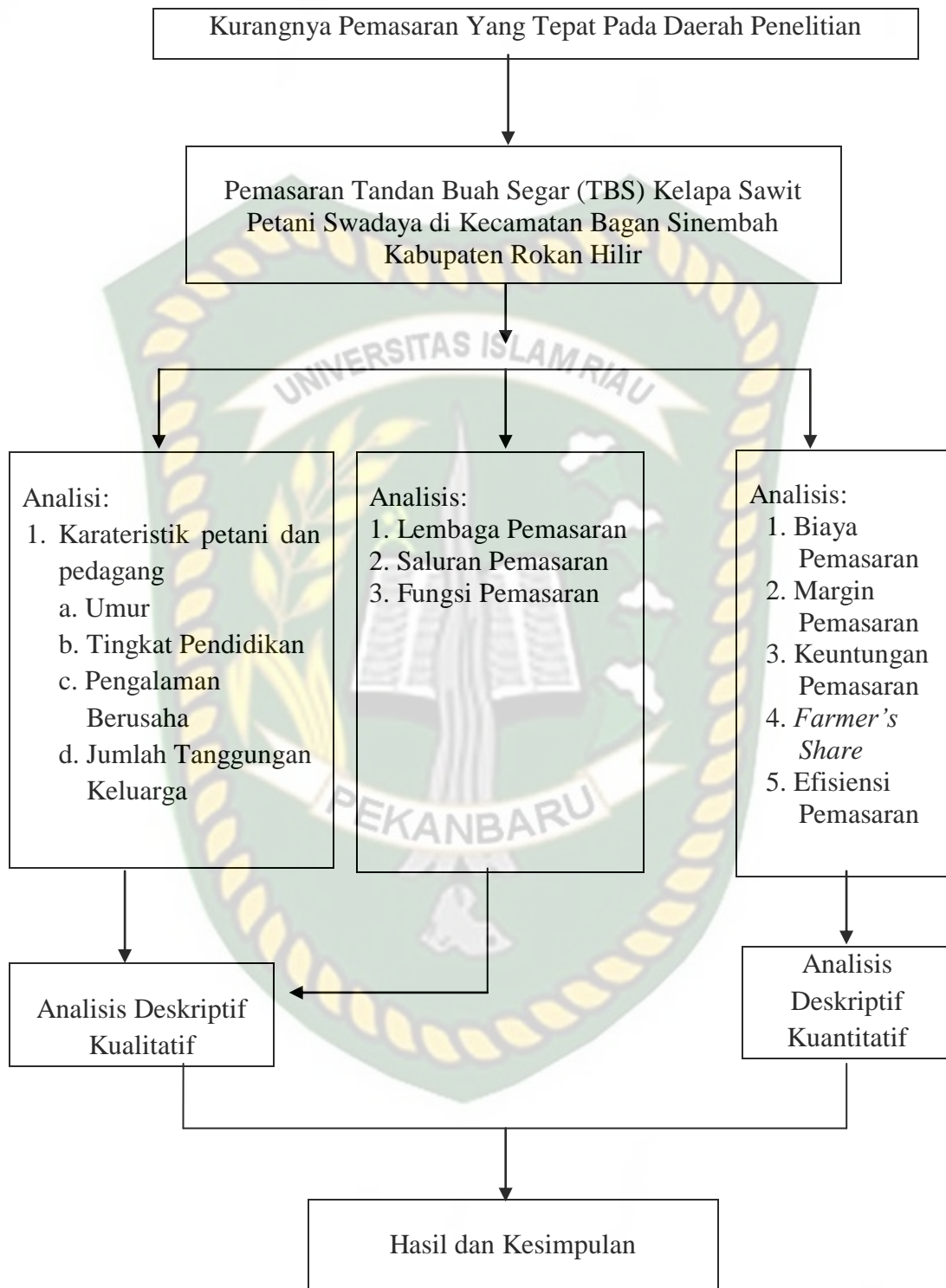
Tibrani (2015) melakukan penelitian Analisis Sistem Pemasaran Ikan Patin Segar Desa Koto Mesjid ke Daerah Tujuan Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemasaran ikan patin segar, sistem pemasaran dan efisiensi pemasaran ikan patin segar. Metode penelitian menggunakan survey dengan sampel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

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasarn 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.

2.5. Kerangka Pemikiran

Petani swadaya merupakan pengelolaan kebun sendiri yang dilakukan oleh masyarakat secara swadaya dengan dana sendiri dan usaha mandiri mulai dari usahatani sampai dengan pemasaran hasil panen kelapa sawit berupa TBS, 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 swadaya banyak dilakukan melalui lembaga yang ada. Diperlukan adanya penanganan yang lebih baik dari sistem pemasaran komoditi tersebut.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: (1) karakteristik petani kelapa sawit, (2) fungsi pemasaran, lembaga pemasaran, saluran pemasaran, (3) biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran. Setelah didapat hasil keseluruhan maka akan didapatkan kesimpulan dan saran dalam penelitian ini. Sehingga, pada akhirnya 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.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei terhadap petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau.

Pemilihan lokasi ini dipilih dengan alasan bahwa di Kecamatan Bagan Sinembah merupakan salah satu daerah yang memiliki luas lahan dan produksi kelapa sawit yang cukup tinggi, dengan jumlah luas lahan sebesar 14.672,00 Ha dengan produksi 48.903,08 Ton dan memiliki produktivitas sebesar 3,33 Ton/Ha, dan banyak terdapat perkebunan kelapa sawit baik milik petani swadaya maupun petani KUD.

Penelitian dilaksanakan selama 6 bulan yang di mulai dari bulan Maret sampai September 2020. Yang meliputi kegiatan penyusunan usulan penelitian, suurvey, pengumpulan dan pengolahan data dilapangan, analisis data, seminar proposal penelitian, penulisan laporan, seminar hasil penelitian, perbaikan dan perbanyak laporan.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh petani swadaya kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah yang memiliki perkebunan kelapa sawit. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*), dengan banyaknya sampel ditentukan melalui tabel persentase menurut Yount (1999).

Tabel 4. Persentase Sampel menurut Yount

Besarnya Populasi	Besar Sampel (%)
0-100	100
101-1000	10
1.001-5.000	5
5.001-10.000	3
>10.000	1

Sumber: Yount dalam Hertanto, (2015)

Berdasarkan Tabel 4, penelitian ini masuk dalam kategori jumlah populasi 1.001-5000 sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 5% dari jumlah populasi 1.375 maka sampel diambil sebanyak 67 sampel penelitian. Dimana devisi-pekerjaan sampel adalah (a) Petani Swadaya Kelapa sawit berjumlah 60 jiwa, (b) Pedagang Pengumpul (Toke) berjumlah 5 jiwa dan (b) Pedagang Besar (Ram) berjumlah 2 jiwa. Untuk mempermudah dalam pengumpulan data melalui kuisisioner yang akan dibagikan kepada seluruh sampel mulai dari petani swadaya, pedagang pengumpul(Toke), dan pedagang besar (Ram).

Tabel 5. Distribusi Sampel Penelitian.

No	Divisi Pekerjaan	Jumlah Populasi	Sampel (%)
1	Petani Swadaya Kelapa Sawit	1.215	60
2	Pedagang Pengumpul (Toke)	110	5
3	Pedagang Besar (RAM)	50	2
	Jumlah	1.375	67

Perhitungan pengambilan sampel untuk masing-masing devisi pekerjaan adalah dengan cara membagi jumlah setiap petani, pedagang pengumpul(Toke), serta pedagang besar (Ram) masing – masing devisi dengan jumlah populasi semuanya dan mengalikannya dengan hasil perhitungan menurut Yount.

3.3. Jenis dan Teknik Pengambilan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer di peroleh dari petani yang diwawancarai langsung dengan

menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya dan melakukan pengamatan langsung dilapangan. Data primer yang diambil meliputi: (umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah anggota keluarga), lembaga pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, harga jual TBS.

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

3.4. Konsep Operasional

Untuk menghindari perbedaan persepsi terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu diberikan batasan-batasan dengan berpedoman pada teori yang dipakai pada daerah penelitian dan masalah yang akan diteliti. Dalam penelitian ini konsep operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Petani swadaya adalah petani yang menanam kelapa sawit, dalam pengolahan dan pemasarannya dilakukan sendiri dan tidak mempunyaiikatan dengan siapapun.
2. TBS adalah Tandan Buah Segar yang berasal dari pohon kelapa sawit yang berumur diatas 5 tahun.
3. Pemasaran kelapa sawit adalah suatu proses kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan kelapa sawit (TBS) dari petani ke pabrik kelapa sawit.

4. Lembaga pemasaran kelapa sawit adalah orang atau kelompok yang terlibat dalam penyaluran TBS rakyat dari petani ke pabrik pengolahan kelapa sawit.
5. Saluran pemasaran kelapa sawit adalah jalur atau saluran pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan produksi kelapa sawit dari produsen ke konsumen terakhir.
6. Fungsi pemasaran meliputi: (1) fungsi pertukaran yaitu meliputi penjualan dan pembelian (2) fungsi pengadaan yaitu pengangkutan dan penyimpanan (3) fungsi pelancar yaitu meliputi permodalan, penanggungan resiko standarisasi dan grading informasi pasar.
7. Harga TBS kelapa sawit tingkat petani adalah data harga TBS yang diperoleh dari pedagang.
8. Margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh pabrik kelapa sawit (PKS) dengan harga yang diterima petani, yang diukur dengan satuan rupiah.
9. Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh dari harga jual dikurangi harga beli dan biaya pemasaran (Rp/Kg).
10. *Farmer's Share* adalah bagian yang diterima oleh petani. *Farmer's Share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir yang dinyatakan dalam bentuk persentase.
11. Biaya pemasaran adalah semua jenis biaya dikeluarkan oleh lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran pada saat kegiatan pemasaran dilakukan (Rp/Kg).

12. Efisiensi pemasaran adalah hasil bagi total biaya pemasaran dengan total nilai produksi yang dipasarkan (%)

3.5. Analisis Data

Data yang diperoleh dilapangan dari petani dan pedangan terlebih dahulu dikelompokkan, kemudian dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif sebagai berikut:

3.5.1 Analisis Karakteristik Petani Kelapa Sawit Swadaya

Karakteristik petani dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang menyangkut mengenai umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan jumlah anggota keluarga.

3.5.2 Analisis Lembaga Pemasaran, Saluran Pemasaran, Fungsi Pemasaran

Saluran pemasaran kelapa sawit dapat dianalisis dengan mengamati lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran tersebut. Saluran pemasaran kelapa sawit dapat ditelusuri dari pedagang disentra pertanian kelapa sawit sampai pabrik dengan melakukan wawancara. Analisis fungsi pemasaran digunakan untuk mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran dalam menyalurkan TBS dari petani hingga ke Pabrik. Analisis fungsi pemasaran dapat dilihat dari fungsi pertukaran yang terdiri dari fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik terdiri dari fungsi pengangkutan, penyimpanan, dan pengolahan, serta fungsi pelancar yang terdiri dari standarisasi, penanggungan resiko, dan pembiayaan. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu menganalisis data dengan cara menggambarkan seluruh peristiwa objek penelitian

dan menguraikannya sesuai dengan data dan fakta yang ada dilapangan (Supranto,2000).

3.5.3. Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, *Farmer's Share* serta Efisiensi Pemasaran

Analisis Biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, serta efisiensi pemasaran dianalisis dengan secara deskriptif kuantitatif.

3.5.3.1 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Hermanto (1991), sebagai berikut:

$$TC = FC + VC$$

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

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 + B_4 \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

B_p = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

B_1 = Biaya Timbang (Rp/Kg)

B_2 = Biaya Bongkar (Rp/Kg)

B_3 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)

B_4 = Biaya Makan (Rp/Kg)

3.5.3.2 Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi. Secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut (Sudiyono, 2001).

$$MP = P_r - P_f \dots\dots\dots(2)$$

Dimana:

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga Tingkat Pabrik (Rp/Kg)

Pf = Harga Tingkat Petani (Rp/Kg)

3.5.3.3 Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi (1993), keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran atau dirumuskan dengan:

$$\pi = M - B \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

π = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

B = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

3.5.3.4. *Farmer's Share*

Farmer's share digunakan untuk membandingkan harga yang dibayar konsumen terhadap harga produk yang diterima petani (Asmarantaka, 2012) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$F'S = \frac{Pr}{Pf} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

F'S = Bagian atau persentase yang diterima petani (%)

Pr = Harga yang diterima petani (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat pedagang (Rp/Kg)

3.5.3.5 Efisiensi Pemasaran

Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (2002) yaitu:

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

Ep: Efisiensi Pemasaran (%)

TBP : Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

TNP : Total Nilai Produk (Rp/kg)

Rumus diatas dapat diartikan bahwa setiap ada penambahan biaya pemasaran memberi arti bahwa adanya pemasaran yang tidak efisien atau, jika semakin kecil nilai produk yang dijual berarti terjadi pemasaran yang tidak

efisien. Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisien pemasaran (EP) semakin kecil (Soekartawi, 2002).



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

IV. KEADAAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi

Kecamatan Bagan Sinembah berada di Kabupaten Rokan Hilir yang mempunyai luas wilayah 257.60 Km², adapun batasan-batasan wilayahnya adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara Berbatasan dengan Kecamatan Simpang Kanan
2. Sebelah Selatan Berbatasan dengan Kecamatan Pujud
3. Sebelah Barat Berbatasan Dengan Provinsi Sumatera Utara
4. Sebelah Timur Berbatasan Dengan Kecamatan Balai Jaya

Jarak ibu Kota Kecamatan dengan Ibu Kota Kabupaten adalah 68.00 Km, sedangkan jarak pusat wilayah Kecamatan dengan Desa/Kelurahan yang terjauh sekitar 20 Km.

Dilihat dari lokasi wilayah Desa/Kelurahan di Kecamatan Bagan Sinembah bertopografi dataran rendah/hamparan dengan struktur tanah pada umumnya terdiri dari tanah podsolik merah kuning dari batuan dan aluvial serta tanah organosol dan gley humus dalam bentuk rawa-rawa atau tanah basah.

Kecamatan Bagan Sinembah merupakan daerah lintas Sumatera yang ramai dilalui kendaraan, selain itu didaerah ini juga banyak terdapat perkebunan kelapa sawit yang dikelola oleh swasta.

4.2. Keadaan Penduduk

4.2.1 Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir berdasarkan laporan penduduk tahun 2019 dari sekecamatan Bagan Sinembah berjumlah 61.600 jiwa. Yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 31.223 jiwa (50,68%). Penduduk perempuan berjumlah 30.377 jiwa (49,31%). Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 2018

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	31.223	50,68
2	Perempuan	30.377	49,31
	Jumlah	61.600	100,00

Sumber : Kantor Desa/Kelurahan Se-Kecamatan Bagan Sinembah 2019

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk yang didominasi oleh mereka yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 31.223 jiwa (50,68%) sedangkan mereka yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 30.377 (49,31%). Jadi dari data yang diperoleh menunjukkan jumlah penduduk yang berjenis kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan perempuan.

4.2.2 Pendidikan Penduduk

Pendidikan merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi pola pikir seseorang dalam menentukan kemampuan dalam berusahatannya. Artinya dengan tingkat pendidikan akan mempengaruhi sumberdaya manusia itu sendiri. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka kemampuannya dalam menerapkan suatu ilmu pada usahatannya akan semakin membaik sehingga produktivitas semakin tinggi.

Pendidikan penduduk di Kecamatan Bagan Sinembah adalah SD, SMP, SMA, Akademik Sampai perguruan tinggi dan sebagian ada yang belum sekolah, tidak tamat sekolah, dan buta huruf. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Tinggi Pendidikan di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 2018

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum Sekolah	4.450	8,50
2	Tidak Tamat Sekolah	4.164	7,95
3	SD	3.684	7,04
4	SMP	8.910	17,02
5	SMA	10.504	20,07
6	Akademik	7.922	15,14
7	Perguruan Tinggi	8.414	16,08
8	Buta Huruf	4.272	8,16
	Jumlah	52.320	100,00

Sumber : Kantor Camat Bagan Sinembah 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa tamatan yang paling banyak adalah tamatan SMA atau SLTA berjumlah 10.504 jiwa atau 20,07% kemudian disusul dengan penduduk tamatan SMP atau SLTP sebanyak 8.910 jiwa atau 17,02% sedangkan penduduk yang belum sekolah adalah sebanyak 4.450 jiwa atau 8,50%, penduduk yang tidak tamat sekolah 4.164 jiwa atau 7,95%. Tidak tamat sekolah adalah dimana seseorang tidak dapat menyelesaikan pendidikan oleh beberapa faktor tertentu.

4.2.3 Mata Pencaharian

Mata pencaharian adalah salah satu faktor yang menentukan jenis pekerjaan dan pendapatan setiap penduduk. Melihat dari segi sosial ekonomi masyarakat Kecamatan Bagan Sinembah pada umumnya mempunyai mata pencaharian petani kelapa sawit. Karena disebabkan pertanahan yang mengizinkan untuk bertani kelapa sawit, kemudian waktu luang tersebut

digunakan dengan kerja sambilan atau sampingan seperti, berdagang, tukang dan jasa. Untuk lebih jelasnya mata pencaharian penduduk Kecamatan Bagan Sinembah dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8. Distribusi Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 2018

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	9.394	30,10
2	Nelayan	-	0
3	Pengerajin	100	0,32
4	Pengusaha	1.411	4,52
5	Buruh Bangunan	1.623	5,20
6	Pengangkutan	1.291	4,13
7	PNS	371	1,18
8	ABRI	56	0,17
9	Pensiunan ABRI	165	0,52
10	Peternak	896	2,87
11	Lain-lain	15.896	50,94
	Jumlah	31.203	100,00

Sumber: Kantor Camat Bagan Sinembah 2019

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa mata pencaharian penduduk Kecamatan Bagan Sinembah pada umumnya adalah Petani yaitu dengan jumlah 9.394 jiwa dengan persentase 30,10%. dan mata pencaharian yang paling sedikit atau terendah adalah ABRI yaitu 56 jiwa dengan persentase 0,17%. Dapat disimpulkan bahwa mata pencaharian di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir adalah bekerja di sektor Pertanian.

4.2.4 Sarana dan Prasarana

Berhasil atau tidaknya pembangunan suatu daerah sangat dipengaruhi oleh sumberdaya manusia yang dimilikinya. Semakin tinggi pendidikan akan meningkatkan sumberdaya manusia yang dimiliki daerah tersebut. Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat pedesaan perlu didukung oleh

tersedianya sarana dan prasarana sabagai fasilitas penunjang. Adapun saran dan prasarana yang terdapat di Kecamatan Bagan Sinembah meliputi bidang pemerintahan, pendidikan, tempat ibadah dan kesehatan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 9 dibawah ini:

Tabel 9. Jumlah Sarana dan Prasarana di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir 2018

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1	Pendidikan	
	-TK	23
	-SD	74
	-SMP	36
	-SMA/SMK	15
	-Perguruan Tinggi/akademik	1
2	Kesehatan	
	-Posyandu	31
	-Puskesmas Pembantu	5
	-Poskesdes	4
3	Tempat Ibadah	
	-Masjid	71
	-Surau/Mushollah	83
	-Gereja	63
	-Wihara	1
	-Pura	1

Sumber: Kantor Camat Bagan Sinembah 2019

Berdasarkan Tabel 9 dilihat bahwa sarana dan prasarana pendidikan wilayah Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir berjumlah sebanyak 149 unit yang terdiri dari TK sebanyak 23 unit, SD sebanyak 74 unit, SMP sebanyak 36 unit, SMA/SMK sebanyak 15 unit, dan perguruan tinggi/akademik sebanyak 1 unit.

Sarana lain yang ada yaitu sarana kesehatan dimana terdapat posyandu sebanyak 31 unit, puskesmas pembantu sebanyak 5 unit, dan poskesdes sebanyak 4 unit. Sedangkan sarana ibadah yaitu berupa Masjid, Mushollah, Gereja,

Wihara,Pura dimana masjid sebanyak 71 unit dan mushollah sebanyak 83 unit, gereja sebanyak 63 unit, wihara sebanyak 1 unit, dan pura sebanyak 1 unit.

Prasarana jalan yang ada di Kecamatan Bagan Sinembah dinilai sudah membaik, terdiri dari 68 Km dari kota Kabupaten dan jalan Provinsi sepanjang 246,4 Km.



V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang

Karakteristik petani dan pedagang tandan buah segar (TBS) yang dibahas dalam penelitian ini meliputi, umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusahatani. Umur menggambarkan kemampuan fisik seseorang, pendidikan dan pengalaman menentukan pengetahuan, sedangkan jumlah tanggungan keluarga menggambarkan besarnya tanggungan keluarga dan jumlah tenaga kerja yang tersedia dalam keluarga tersebut, keempat hal diatas dijelaskan sebagai berikut:

5.1.1 Umur

Umur merupakan salah satu yang dapat mempengaruhi petani dalam cara berfikir serta kemampuan fisiknya, petani yang tua memiliki pengalaman dan sangat berhati-hati dalam bertindak dari petani yang umurnya lebih muda.

Petani muda biasanya lebih cepat mengadopsi teknologi baru yang dianjurkan serta tanggap terhadap perubahan lingkungan, akan tetapi mereka relatif kurang pengalaman dari petani yang lebih tua, sehingga untuk memenuhi kekurangan tersebut mereka lebih dinamis dan cepat mendapatkan pengalaman atau hal-hal yang berharga bagi perkembangan hidupnya pada masa yang akan datang.

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.

Penduduk usia produktif yaitu dibawah 15 tahun dan 65 tahun keatas dengan usia produktif antara 15-64 tahun (Badan Pusat Statistik). Dengan kondisi umur seperti ini diharapkan tingkat produktivitas petani lebih tinggi sehingga pendapatan petani dapat ditingkatkan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa umur petani kelapa sawit swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah berumur 30 tahun sampai 60 tahun, dengan rata-rata umur 47,08 tahun, dan untuk pedagang pengumpul (Toke) berumur 36 tahun sampai 55 tahun berkisar rata-rata 43,40 tahun, dan untuk pedagang besar (Ram) berumur 41 tahun sampai 45 tahun berkisar rata-rata 43,50 tahun. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 10 dan Lampiran 1,2, dan 3.

Tabel 10. Distribusi Umur, Tingkat Pendidikan, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Pengalaman Berusahatani Petani dan Pedagang TBS Kelapa Sawit, Tahun 2019

No	Karakteristik Sampel	Petani Kelapa Sawit		Pedagang Pengumpul (Toke)		Pedagang Besar (Ram)	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)						
	a. 30-35	7	11,66	-	-	-	-
	b. 36-40	8	13,33	2	40,00	-	-
	c. 41-45	9	15,00	2	40,00	2	100,00
	d. 46-50	11	18,33	-	-	-	-
	e. 51-55	15	25,00	1	20,00	-	-
	f. 56-60	10	16,66	-	-	-	-
Jumlah		60	100,00	5	100,00	2	100,00
2	Tingkat Pendidikan						
	a. SD	4	6,66	-	-	-	-
	b. SMP	25	41,66	1	20,00	-	-
	c. SMA	29	48,33	4	80,00	2	100,00
	d. S1	2	3,33	-	-	-	-
Jumlah		60	100,00	5	100,00	2	100,00
3	Jumlah Tanggungan Keluarga (Jiwa)						
	a. 1	7	11,66	1	20,00	-	-
	b. 2	9	15,00	1	20,00	-	-
	c. 3	15	25,00	-	-	2	100,00
	d. 4	10	16,66	2	40,00	-	-
	e. 5	3	5,00	-	-	-	-
	f. 6	5	8,33	1	20,00	-	-
	g. 7	5	8,33	-	-	-	-
	h. 8	2	3,33	-	-	-	-
	i. 9	1	1,66	-	-	-	-
	j. 10	2	3,33	-	-	-	-
Jumlah		60	100,00	5	100,00	2	100,00
4	Pengalaman Berusahatani (Tahun)						
	a. 3-6	17	28,33	3	60,00	2	100,00
	b. 7-10	24	40,00	2	40,00	-	-
	c. 11-14	16	26,66	-	-	-	-
	d. 15-18	3	5,00	-	-	-	-
	e. 19-22	-	-	-	-	-	-
Jumlah		60	100,00	5	100,00	2	100,00

Pada Tabel 10 tersebut dapat disimpulkan bahwa di daerah penelitian, umur petani kelapa sawit tergolong dalam kelompok usia yang produktif. Hal ini dapat dilihat pada distribusi umur petani kelapa sawit swadaya yaitu pada umur rata-rata 47,08 tahun, sedangkan umur petani yang paling banyak berkisar antara 51-55 tahun atau sebanyak 25,00% dan umur yang paling rendah berumur 30-35 tahun atau sebanyak 11,66%. Pada pedagang pengumpul (Toke) sampel distribusi rata-rata yaitu 43,40 tahun, sedangkan umur pedagang pengumpul (Toke) terbanyak yaitu pada umur 36-45 tahun atau sebanyak 80,00% dan umur yang paling rendah 51-55 tahun atau sebanyak 20,00%. Dan pada pedagang besar (Ram) yaitu pada umur 41-45 tahun atau sebanyak 100,00%.

5.1.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan erat dihubungkan dengan daya nalar dan sikap atau perilaku petani. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka cenderung usaha yang dikelola lebih rasional dengan memanfaatkan pendidikan yang dimiliki baik diperoleh dari pendidikan formal maupun non formal.

Dikaitkan dengan pendapat Mosher (1984) bahwa pendidikan menentukan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan yang akan dilaksanakan pada usahanya. Sehingga tingkat pendidikan petani yang masih rendah menyulitkan untuk mengelolah dan memanfaatkan sumberdaya dan modal secara optimal.

Dalam penelitian ini yang diambil sebagai patokan adalah pendidikan formal yang pernah ditempuh petani. Untuk lebih jelas data mengenai karakteristik petani menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 10 lampiran 1. 2. dan 3.

Hasil penelitian Tabel 10 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani kelapa sawit berkisar 6 sampai 12 tahun dengan rata-rata 10,38 tahun. Tingkat pendidikan petani kelapa sawit terbanyak tamatan SMA sebanyak 29 jiwa atau 48,33% dan pendidikan petani paling sedikit tamatan S1 (Sarjana) 2 jiwa atau 3,33%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendidikan petani swadaya kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah tergolong tinggi. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan petani dapat mempengaruhi wawasan dalam mengelolah atau menjalankan usahatani. Sedangkan tingkat pendidikan pedagang pengumpul (Toke) berkisar rata-rata 11,45 tahun, tingkat pendidikan pedagang terbanyak pada pedagang pengumpul (Toke) dengan tingkat pendidikan 10-12 terdapat 4 jiwa atau 80,00% sedangkan tingkat pendidikan sedikit pada pedagang pengumpul (Toke) dari 7-9 tahun terdapat 1 jiwa atau 20,00%. Dan bagi pedagang besar (Ram) rata-rata lama pendidikan adalah 12,00 tahun, sedangkan lama pendidikan pedagang besar yang berkisar antara 10-12 tahun atau sebanyak 100,00%, tingkat pendidikan pedagang pengumpul (Toke) dan pedagang besar (Ram) ini relatif tinggi.

5.1.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga adalah beberapa orang yang menjadi tanggungan tiap-tiap kepala keluarga dalam sebuah rumah tangga yaitu istri, anak-anak, orang tua dan sebagian yang belum mampu bekerja yang hidup menetap bersama keluarga tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan seluruh anggota keluarga ini, petani harus berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan pendapatannya.

Banyak sedikitnya jumlah anggota keluarga erat kaitannya dengan kebutuhan keluarganya, sebab semakin besar jumlah anggota keluarga semakin besar kebutuhan yang diperlukan. Jumlah tanggungan petani sampel adalah keseluruhan keluarga, istri, anak dan tanggungan lainya yang ada dalam suatu keluarga tersebut. Jumlah anggota keluarga petani kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah dapat dilihat pada Tabel 10 lampiran 1. 2 dan 3.

Hasil penelitian Tabel 10 dapat di lihat bahwa petani kelapa sawit mempunyai jumlah tanggungan keluarga dengan rata-rata 4,03 jiwa. Jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yang paling banyak berkisar 3 orang yaitu sebanyak 15 jiwa atau sebesar 25,00% dan paling sedikit berkisar 9 orang berjumlah 1 jiwa atau 1,66%. Jumlah tanggungan keluarga secara langsung mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin besar pula pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya. Dengan demikian jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir tergolong sedikit yaitu 3 orang.

Jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul (Toke) kelapa sawit di Kecamatan Bagan Sinembah rata-rata 3,40 jiwa. Jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul (Toke)kelapa sawit terbanyak pada pedagang pengumpul (Toke) 4 orang sebanyak 2 jiwa atau 40,00% dan yang sedikit berjumlah 1 orang dengan jumlah masing-masing 1 jiwa atau masing-masing 20%. Dan bagi pedagang besar (Ram) tanggungan keluarga dengan rata-rata tanggungan keluarga

3,00% jiwa, sedangkan jumlah tanggungan keluarga yang paling banyak adalah 3 orang yaitu 2 jiwa atau 100,00%. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani swadaya dan pedagang pengumpul (Toke), pedagang besar (Ram) tergolong sedikit.

5.1.4 Pengalaman Berusahatani

Dalam menjalankan kegiatan usahatani, pengalaman berusahatani merupakan salah satu hal yang sangat mempengaruhi kemampuan petani dalam mengelolah usahatannya. Tingkat keterampilan, kemahiran atau keahlian dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menjalankan kegiatan usahatani yang sangat dipengaruhi oleh pengalaman yang dimilikinya. Petani memulai bertani sewaktu mereka masih kecil (bersama orang tua), adapun alasan berusahatani kelapa sawit karena merupakan usaha orang tua mereka yang turun-temurun dari orang tua mereka yang cocok diusahakan di daerah mereka tinggal.

Lamanya berusahatani untuk setiap orang berbeda-beda, oleh karena itu lamanya berusahatani dapat dijadikan bahan pertimbangan agar tidak melakukan kesalahan yang sama sehingga dapat melakukan hal-hal yang baik untuk waktu berikutnya (Hasyim.2003). Dari hasil penelitian di Kecamatan Bagan Sinembah pengalaman usahatani dapat dilihat pada Tabel 10 lampiran 1. 2. dan 3.

Hasil penelitian Tabel 10 pada Lampiran 1 menunjukkan bahwa pengalaman petani sampel dalam berusahatani kelapa sawit rata-rata 8,75 tahun, sedangkan pengalaman berusahatani berkisar antara 3-18 tahun. Pengalaman berusahatani petani kelapa sawit terbanyak adalah selama 7-10 tahun atau sebanyak 40,00% dan yang terendah adalah selama 15-18 tahun atau sebanyak 5,00%

adapun bagi pedagang pengumpul (Toke) rata-rata 6,60 tahun, sedangkan pengalaman pedagang pengumpul (toke) paling banyak selama 3-6 tahun atau sebanyak 60,00% dan paling sedikit adalah selama 7-10 tahun atau sebanyak 40,00%. sedangkan pedagang besar (Ram) pengalaman paling banyak adalah rata-rata 4,50 tahun, pengalaman selama 3-6 tahun atau sebanyak 100,00%

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa umumnya petani sampel dan pedagang pengumpul (Toke), serta pedagang besar (Ram) telah cukup pengalaman dalam berusahatani kelapa sawit yang mereka jalankan. Dan pengalaman yang dimiliki pedagang pengumpul (Toke) serta pedagang besar (Ram) diharapkan mampu meningkatkan dan memperluas pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit sehingga akan menunjang usaha yang mereka jalankan. Semakin banyak pengalaman yang diperoleh petani maka keterampilan dan kemampuan mereka terhadap usahatani tersebut semakin tinggi.

5.2. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit

Analisis pemasaran dapat dianalisis dengan mengamati lembaga-lembaga pemasaran yang membentuk saluran pemasaran tersebut, dan saluran pemasaran ditelusuri dari pedagang disentra pertanian kelapa sawit dengan melakukan wawancara.

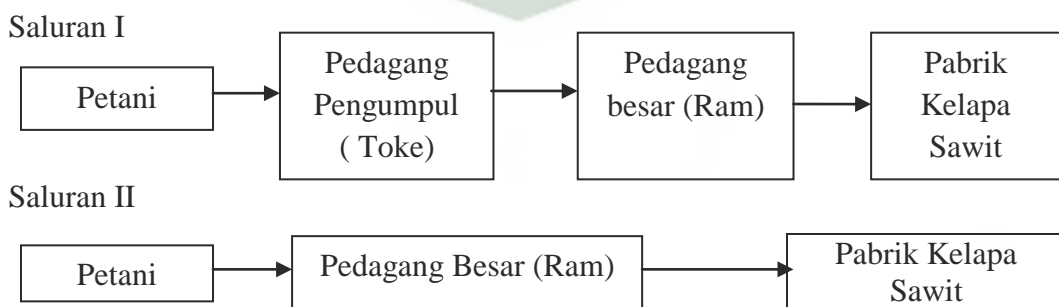
5.2.1 Lembaga dan Saluran Pemasaran

Lembaga pemasaran tandan buah segar kelapa sawit melibatkan petani sebagai produsen, pedagang pengumpul (Toke) serta pedagang besar (Ram) dan pabrik sebagai konsumen. Pedagang adalah agen yang membeli langsung tandan buah segar kelapa sawit dari petani sedangkan pabrik adalah konsumen yang

membeli tandan buah segar kelapa sawit dari pedagang lalu mengolahnya menjadi CPO.

Saluran pemasaran merupakan jalur dari lembaga-lembaga pemasaran yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Adanya pola saluran pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang dibayar oleh konsumen. Pola pemasaran tandan buah segar (TBS) kelapa sawit dapat diketahui dengan cara mengikuti arus pemasaran tandan buah segar kelapa sawit mulai dari petani pedagang pengumpul hingga sampai pedagang besar.

Dari hasil penelitian dilapangan didapat bahwa pemasaran TBS kelapa sawit swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir terdiri dari dua saluran, saluran pertama petani menjual ke pedagang pengumpul (Toke), kemudian pedagang pengumpul (Toke) menjual ke pedagang besar (Ram) kemudian pedagang besar (Ram) menjual ke pabrik yang berada dikecamatan Bagan Sinembah. Saluran berikutnya atau saluran kedua petani langsung menjual tandan buah segar ke pedagang besar (Ram) dan menjualnya ke pabrik kelapa sawit.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah

Saluran 1

Pada saluran pertama, petani swadaya menjual hasil produksi kelapa sawit kepada pedagang pengumpul (Toke) yang ada di Kecamatan Bagan Sinembah tersebut secara individu. Penjualan dan pembelian ini dilakukan satu kali perdua minggu, untuk selanjutnya pedagang pengumpul (Toke) menjual ke pedagang besar (Ram) yang terletak di Kecamatan Bagan Sinembah, penjualan dan pembelian dilakukan tiap hari dari pihak pedagang pengumpul, dan selanjutnya pedagang besar menjual ke pabrik kelapa sawit yang ada di Kecamatan Bagan Sinembah. Saluran pertama dilakukan oleh masyarakat karena petani tidak memiliki alat transportasi untuk mengangkut TBS, pedagang pengumpul langsung membeli hasil panen petani kebun, keterbatasan modal, dan bisa melakukan peminjaman uang dan mengutang pupuk untuk perawatan pohon kelapa sawit tersebut.

Saluran 2

Pada saluran pemasaran yang kedua petani kelapa sawit pola swadaya yang berada di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir ini menjual hasil produksi TBSnya langsung ke pedagang besar (Ram) dan pedagang besar langsung menjualnya ke pabrik karena ketersediaan modal (untuk memiliki alat/mobil dalam pengangkutan TBS, keuntungan yang didapatkan lebih besar dibandingkan menjual kepedagang pengumpul, 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 swadaaya harus menjual hasil produksinya langsung pedagang besar (Ram).

5.2.2 Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah fungsi-fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Bertujuan untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Fungsi pemasaran merupakan unsur penting dalam proses pemasaran tandan buah segar (TBS). Dalam proses TBS fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran sangat bervariasi. Fungsi-fungsi tersebut adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.

Fungsi pertukaran meliputi kegiatan-kegiatan yang dapat memperlancar perpindahan hak milik dari barang yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan. Fungsi fisik meliputi tindakan yang langsung berhubungan dengan barang sehingga menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu. Fungsi fisik meliputi fungsi penyimpanan dan pengangkutan. Fungsi fasilitas terdiri dari standarisasi, fungsi penanggungan resiko, fungsi informasi pasar, fungsi permodalan. Adapun fungsi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir secara rinci dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Fungsi-fungsi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit di Kecamatan BaganSinembahKabupaten RokanHilir Tahun 2019

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Pedagang Pengumpul (Toke)	Pedagang Besar (Ram)	Pabrik
Fungsi Pertukaran				
a. Penjualan	√	√	√	√
b. Pembelian	-	√	√	√
Fungsi Fisik				
a. Pengangkutan	-	√	√	
b. Penyimpanan	-	√	√	√
Fungsi Fasilitas				
a. permodalan	√	√	√	√
b. Penanggung Resiko	√	√	√	√
c. Standarisasi dan Grading	-	√	√	√
d. Informasi Pasar	-	√	√	√

Keterangan - = Tidak Melakukan Kegiatan Fungsi Pemasaran.

√ = Melakukan Kegiatan Fungsi Pemasaran.

a. Fungsi Penjualan

Berdasarkan Tabel 11 pada kegiatan penjualan ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah petani, pedagang pengumpul, dan pedagang besar serta pabrik. Petani menjual hasil produksi kelapa sawitnya kepada pedagangpengumpul dengan harga yang ditetapkan oleh pedagang tersebut, lalu pedagang pengumpul menjualnya kepada pedagang besar dengan harga yang sudah ditetapkanoleh pedagang besar dan kemudian pedagang besar menjualnya ke pabrik dan pabrik mengolah TBS tersebut menjadi CPO dan menjualnya lagi ke luar negeri.

b. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian merupakan perpindahan barang dari produsen ke konsumen melalui proses transaksi. Pada kegiatan pembelian ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah pedagang dan pabrik. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 11. Pedagang membeli TBS dari petani dengan mengangkut seluruh TBS petani dari berbagai daerah dan mengumpulkannya, lalu dijualnya ke pedagang besar untuk dilakukannya sortasi atau pemilihan buah sawit yang layak masuk ke pabrik, lalu pabrik membeli hasil TBS yang dijual pedagang pengumpul ataupun pedagang besar saat mereka membawanya ke pabrik.

c. Fungsi Pengangkutan

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

d. Fungsi Penyimpanan

Fungsi penyimpanan, yaitu menyimpan hasil TBS selama jangka waktu tertentu untuk dijual kembali. Dengan demikian penyimpanan menciptakan kegunaan tempat dan waktu. TBS disimpan untuk sementara waktu sampai hasil TBS terkumpul semua. 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 permodalan, yaitu mencari dan mengurus modal/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 pengumpul dan pedagang besar serta 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 pedagang besar digunakan untuk semua kegiatan yang ada di pedagang besar tersebut seperti pengangkutan, pembelian, bongkar muat dan lain-lain.

f. Fungsi Penanggung Resiko

Pada kegiatan penanggung resiko ini pelaku-pelaku yang melakukannya adalah petani, pedagang, dan pabrik. Petani harus menerima kerugian jika tanaman mereka yang dipelihara produksinya tidak banyak selain itu pedagang

memberikan harga yang murah karena mutu hasil TBS yang rendah dan lain sebagainya. Penanggungungan resiko yang dihadapi pedagang adalah apabila dalam pengangkutan hasil TBS terjadi permasalahan saat di jalan menuju pabrik atau pun TBS tidak terjual semua sehingga ada yang busuk dan lainnya. Sedangkan penanggungungan resiko yang dihadapi pabrik adalah harga CPO dunia turun akan mempengaruhi terhadap penjualan CPO maupun mutu hasil 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 hasil TBS dibagi kedalam beberapa tingkatan sesuai dengan tujuan pengelolaan hasil TBS dipabrik. Perbedaan Gradi ini akan menyebabkan perbedaan produksi olahan TBS yang dihasilkan dan akan berpengaruh terhadap harga jual. Disini fungsi standarisasi dan grading tidak termasuk kedalam objek penelitian karena fungsi ini dilakukan oleh pabrik dalam pengolahan hasil 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 terbuka.

5.2.3 Biaya Pemasaran

Dalam proses pemasaran tandan buah segar kelapa sawit 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. Dalam melakukan pembiayaan suatu objek dalam proses pemasaran tandan buah segar kelapa sawit perlu diperhitungkan dengan teliti dan sasaran pembiayaannya harus jelas. Dalam memasarkan tandan buah segar kelapa sawit, setiap pemasaran melakukan 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 secara langsung ke pabrik. 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 12 dan 13

Tabel 12. Analisis Rata-rata, Margin dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya Pada Saluran I di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir

Saluran I	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Petani Kelapa Sawit		
	Harga Jual TBS (Rp/Kg)	1.003	79,59
2	Pedagang Pengumpul (Toke)		
	Harga Beli Ke Petani (Rp/Kg)	1.003	
	Harga Jual ke RAM (Rp/Kg)	1.170	
	Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Muat (Rp/Kg)	15,00	
	2. Biaya Transportasi (Rp/kg)	5,38	
	3. Biaya Makan Rp/Kg)	9,71	
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	30,09	
	Margin Pemasaran	167	13,27
	Keuntungan	137	
	Efisiensi Pemasaran	2,57	
3	Pedagang Besar (Ram)		
	Harga Beli ke Pedagang Pengumpul	1.170	
	Harga Jual ke Pabrik (Rp/Kg)	1.260	
	Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Muat (Rp/Kg)	10,00	
	2. Biaya Bongkar (Rp/Kg)	17,00	
	3. Biaya Transportasi (Rp/Kg)	1,40	
	4. Biaya Makan (Rp/Kg)	5,78	
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	34,17	
	Margin Pemasaran	90,00	7,14
	Keuntungan	55,83	
	Efisiensi Pemasaran	2,71	
4	Pabrik Kelapa Sawit		
	Total Efisiensi Pemasaran	5,28	
	Total Biaya Pemasaran	64,26	
	Harga Beli Pabrik	1.260	
	Total		100,00

Tabel 13. Analisis Rata-rata Biaya, Margin dan Efisiensi Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya Pada Saluran II di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir

Saluran II	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	1.170	92,86
	Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Muat (Rp/Kg)	10,00	
	3. Biaya Transportasi (Rp/Kg)	3,05	
	4. Biaya Makan (Rp/Kg)	8,89	
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	21,94	
	Efisiensi Pemasaran	1,87	
2	Pedagang Besar (Ram)		
	Biaya Pemasaran		
	1. Biaya Muat (Rp/Kg)	10,00	
	2. Biaya Bongkar (Rp/Kg)	17,00	
	3. Biaya Transportasi (Rp/Kg)	1,40	
	4. Biaya Makan (Rp/Kg)	5,78	
	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	34,17	
	Harga Beli Petani (Rp/Kg)	1.170	
	Harga Jual ke Pabrik (Rp/Kg)	1.260	
	Margin	90,00	7,14
	Keuntungan	55,83	
	Efisiensi Pemasaran	2,71	
	3	Harga Beli Pabrik	1.260
Total Efisiensi Pemasaran		4,59	
Total Biaya Pemasaran		50,11	
Total			100,00

Berdasarkan Tabel 12 dan 13 dapat dilihat bahwa rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul (Toke) adalah Rp 30,09/Kg dan pedagang besar (Ram) adalah 34,17 Rp/Kg total biaya pemasaran saluran I sebesar 64,26 Rp/Kg dan biaya pemasaran yang dikeluarkan saluran II pada petani swadaya yang menjual TBSnya ke pedagang besar (Ram) sebanyak 21,94 Rp/Kg dan pedagang besar (Ram) adalah 34,17 Rp/Kg total biaya pemasaran saluran II sebesar 50,11 Rp/Kg. Biaya pemasaran tersebut adalah dimana biaya muat, biaya bongkar, biaya transportasi dan biaya makan.

5.2.4 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisi antara harga yang diterima petani dengan harga ditingkat pabrik. Dari Tabel 12 dan 13 pada saluran I, harga tandan buah segar (TBS) yang diterima petani adalah sebesar Rp 1.003 Rp/Kg, dan sedangkan harga tandan buah segar (TBS) ditingkat pabrik adalah sebesar 1.260 Rp/Kg, sehingga terdapat selisih harga sebesar 257 Rp/Kg antara harga diterima petani dengan harga ditingkat konsumen dan pada saluran II harga tandan buah segar (TBS) yang diterima petani adalah sebesar 1.170 Rp/Kg dari pedagang besar (Ram) dan harga ditingkat pabrik adalah 1.260 Rp/Kg, sehingga terdapat selisih harga sebesar 90,00 Rp/Kg antara harga diterima petani dengan harga ditingkat konsumen. Selisih harga tersebut merupakan jumlah margin pemasaran yang diterima lembaga pemasaran.

5.2.5 *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, umumnya dinyatakan dalam persentase. Dari Tabel 12 dan 13 *Farmer's share* pada saluran I tingkat petani adalah 79,59% dari harga konsumen pabrik dan saluran ke II adalah 92,86%. Ini berarti bagian yang diterima petani saluran II lebih besar dari saluran I.

5.2.6 Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan tandan buah segar (TBS), keuntungan yang

diterima pedagang pengumpul (Toke) dari petani pada saluran I sebesar 137Rp/kg, keuntungan yang diterima pedagang besar (Ram) dari pedagang pengumpul (Toke) pada saluran I sebesar 55,83 Rp/Kg dan pada saluran II keuntungan yang diterima pedagang Besar (Ram) dari petani swadaya sebesar 55,83 Rp/Kg. Artinya nilai tersebut menunjukkan tiap-tiap pedagang mengalami keuntungan dalam usaha pemasaran tandan buah segar (TBS) di daerah tersebut.

5.2.7 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 12 dan 13 dapat terlihat bahwa tingkat efisiensi pada saluran pemasaran 1 adalah sebesar 5,28 dan saluran II adalah sebesar 4,59 hal ini menunjukkan saluran pemasaran II lebih efisien dibanding dengan saluran pemasaran I.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik petani kelapa sawit swadaya adalah rata-rata umur petani tergolong dalam usia produktif. Rata-rata lama pendidikan petani kelapa sawit swadaya yaitu 10,38 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga petani kelapa sawit swadaya yaitu 4,03 jiwa, rata-rata pengalaman berusahatani petani kelapa sawit swadaya yaitu 8,75 tahun, petani kelapa sawit terbanyak yaitu laki-laki. Sedangkan rata-rata umur pedagang pengumpul (Toke) berada pada usia produktif. Rata-rata lama pendidikan pedagang pengumpul (Toke) yaitu 11,4 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul (Toke) yaitu 3,4 jiwa, rata-rata lama berusahatani yaitu 6,6 tahun. Sedangkan rata-rata umur pedagang besar (Ram) berada pada usia produktif. Rata-rata lama pendidikan yaitu 12,00 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga yaitu 3,00 jiwa, dan rata-rata lama berusahatani yaitu 4,50 tahun.
2. Terdapat 2 saluran pemasaran tandan buah segar (TBS) petani swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir, yaitu saluran I Petani → Pedagang Pengumpul (Toke) → Pedagang Besar (Ram) → Pabrik, dan

saluran II, Petani → Pedagang Besar (Ram) → Pabrik (PKS). Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pemasaran tandan buah segar (TBS) petani swadaya di Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir yaitu fungsi pertukaran meliputi (fungsi pembelian, fungsi penjualan), fungsi fisik meliputi (fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan) serta fungsi fasilitas meliputi (standarisasi, penanggungan resiko, permodalan, dan informasi pasar). Biaya pemasaran tandan buah segar (TBS) pada saluran 1 sebesar Rp 64,26/Kg dimana pedagang pengumpul (Toke) Rp 30,09/Kg dan pedagang besar (Ram) Rp 34,17/Kg dan saluran II Rp 50,11/Kg, dimana petani swadaya Rp 21,94/Kg dan pedagang besar (Ram) Rp 33,17/Kg. keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul (Toke) sebesar Rp 137/Kg dari petani dan keuntungan pedagang besar (Ram) yang diperoleh dari pedagang pengumpul sebesar Rp 55,83/Kg dan pada saluran II keuntungan yang diterima pedagang besar (Ram) sebesar Rp 55,83/Kg, *farmer's share* dari tingkat petani saluran I adalah sebesar 79,59% dan ditingkat petani pada saluran II sebesar 92,86% dengan margin sebesar Rp 90,00/kg antara harga diterima petani dengan harga ditingkat konsumen (Pabrik). Dari kedua saluran pemasaran tersebut efisiensi saluran pemasaran I adalah sebesar 5,28 dan efisiensi saluran pemasaran II sebesar 4,59.

6.2 Saran

1. Petani seharusnya meningkatkan hasil produksinya dan menggunakan faktor produksi secara efektif dan efisien sehingga hasil yang diperoleh lebih

banyak sehingga dapat menambah jumlah tandan buah segar (TBS) yang dipasarkan.

2. Saluran pemasaran yang kedua merupakan saluran pemasaran yang efisien, sehingga petani dapat memaksimalkan penjualan pada saluran kedua tersebut agar tercapai sistem pemasaran yang lebih efisien.
3. Petani dapat mengikuti perkembangan informasi pasar guna menyikapi fluktuasi harga yang terjadi, informasi tersebut dapat diperoleh dari pedagang ataupun pabrik (PKS).
4. Pemerintah melakukan pengawasan lebih baik lagi terhadap kebijakan harga yang telah ditetapkan. Sehingga pelaku kegiatan pemasaran tidak merugikan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Armelia D, 2016. Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Tandan Buah Segar Perkebunan Kelapa Sawit Swadaya di Kecamatan Kandis Kabupaten Siak Provinsi Riau. Skripsi Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Abdullah. Thamrin dan Tantri Francis. 2012. Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada, Depok.
- Asmarantaka, R. 2012. Pemasaran Aribisnis (Agremarketing). Departemen Agribisnis FEM-IPB, Bogor.
- Amarataka, R. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hilir, 2019. Luas Areal Tanaman Perkebunan Menurut Jenis tanaman dan Kecamatan di Kabupaten Rokan Hilir 2019. Bagam Batu
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Rokan Hilir, 2019. Produksi Tanaman Perkebunan Menurut Jenis Tanaman dan Kecamatan di Kabupaten Rokan Hilir 2019. Bagam Batu
- Dinas Perkebunan, 2019. Laporan Tahunan Dinas Perkebunan Sebaran Tanaman Perkebunan Menurut Kecamatan. Kabupaten Rokan Hilir, Provinsi Riau.
- Deswita, S. Dkk. 2012. Analisa Saluran Pemasaran Dan Transmisi Harga Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya Di Desa Sari Galuh Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. Jurnal Penelitian Fakultas Pertanian Universitas Riau, Pekanbaru.
- Danearabas.blogspot.com. 2013. Hadis Pemasaran Dalam Islam. Diakses pada 15 Juli 2020
- Ginting, J. 1980. Bercocok Tanaman Kelapa Sawit. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hasyim, H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Pagarun Kabupaten Tapanuli Utara). Jurnal Komunikasi Penelitian. Lembaga Penelitian. Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Hermanto, 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 5 Januari 2019.
- Istiyanti, Emi. 2010. Efisiensi Pemasaran Jambu Biji di Kecamatan Ngeplak Kabupaten Sleman. *Mapeta*, 12 (2): 116-124.

- Kohls RL dan Uhl JN, 2002. Marketing of agricultural products. New Jersey. US (ID): Prentice-hall, inc.
- Kotler, Philip dan K. L. Keller. 2009. *Marketing Management 13*. Pearson Prentice Hall, Inc, New jersey.
- Kotler. 1995. Manajemen Pemasaran Jilid II. Erlangga, Jakarta.
- Kantor Desa/Kelurahan Se-Kecamatan Bagan Sinembah, 2019. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Kecamatan Bagan Sinembah. Bagan Batu..
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus, 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Mahmud, 2007. Pengantar Bisnis Modern. Penerbit Andi Yogyakarta. Yogyakarta.
- Mustafa, H. 2004. Teknik Perkebunan Kelapa Sawit. Adicita Karya Nusa, Yogyakarta.
- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: LP3ES.
- Netisemito A, 1989. Marketing. CV Ghalia. Jakarta.
- Novita, R, 2018. Analisis Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Pola PIR di Desa Indrapuri Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Skripsi Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Pratama, A. Tety, E,E, 2015. Analisis Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit Pada Petani Swadaya di Desa Simpang Kelayang Kecamatan Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu.
- Pahan, I. 2006. Kelapa Sawit Manajemen Agribisnis dari Hulu Hingga Hilir. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahim. A dan Diah Retno Dwi Hastutih. 2007. Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya. Depok.
- Raja dan Open, 1980. Marketing Margin. Internasional Crop Reasearh Institut For Semi Arid Tripikal (ICRISAT). India.
- Swatha D.H. dan Irawan, 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi ke 13 BPF. Yogyakarta.
- Swastha, 2001. Pengantar Bisnis Modern. Liberty Offset. Yogyakarta.
- Soekartawi, 2004. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

- Soekartawi, 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Pengantar Agroindustri. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian. Penerbit PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisa Usahatani. Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). Jakarta.
- Soekartawi, 1993. Prinsip Dasar manajemen Pemasaran hasil-Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Sudiyono, 2001. Pemasaran Pertanian. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Press) Malang.
- Suratiah, 2008. Dasar-Dasar Pengolahan Usahatani. Fakultas Pertanian Universitas Sam Rtulangi. Manado.
- Saragih. 2013. Pengertian Karateristik Secara Umum. <http://www.Trenilmu.com>. (Diakses tanggal 07 Januari 2019).
- Sastrosayono, S. 2003. Budi Daya Kelapa Sawit. Penerbit AgroMedia Pustaka. Jakarta.
- Sudiyono, 2004. Pemasaran Peranian UMM Press, Malang.
- Supranto. 2000, Stasistik (Teori dan Aplikasi), Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta.
- 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
- Vandemecum, 2000. Budidaya Kelapa Sawit. Perusahaan Terbatas Nusantara. Jakarta
- Wandi P, 2008. Studi Komparasi Efesiensi Usahatani Kelapa Sawit Pola Swadaya dan Plasma di Desa Bukit Gajah Kecamatan Ukui Kabupaten Pelalawan. Skripsi Penelitian. Lembaga Penelitian Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Winandi, R. 12012. Pemasaran Agribisnis (*Agrimarketing*). Jurnal Agribisnis. Volume 5. No 2. Halaman 154-157.